

Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi

The effect of tourist guides' personality traits and lifestyle on innovative levels

Ahmet Bakay¹ ve Sevda Sahilli Birdir²

¹Mersin Üniversitesi, Mersin/Türkiye, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8264-6299>

²Sorumlu yazar, Mersin Üniversitesi, Mersin/Türkiye, e-mail: birdirss@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-5837>

Makale Bilgisi	Öz
Araştırma Makalesi Gönderilme: 17 Mart 2025 Düzeltilme: 28 Haziran 2025 Kabul: 8 Eylül 2025 Anahtar kelimeler: Turist rehberi, Kişilik özellikleri, Yaşam tarzı, Yenilikleri benimseme	Çalışmanın amacı, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisini tespit etmektir. Veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket formu, kolayda örnekleme yöntemi ile gönüllülük esasına dayalı olarak, 08.11.2021-28.12.2021 tarihleri arasında uygulanmıştır. Toplam 226 anket toplanmıştır. Veriler, istatistik paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin yenilikçilik düzeylerini farklı boyutlarda etkilediği belirlenmiştir. Kişilik özellikleri alt boyutlarının yenilikçilik düzeyleri alt boyutları üzerindeki etkisine bakıldığında ise, “erken benimseyenler” boyutunun duygusal dengeden pozitif; “geç kalanlar” boyutunun yumuşak başlılıktan pozitif ve duygusal denge ile dışa dönüklükten ise negatif yönde etkilendiği söylenebilir. Öte yandan, “yenilikçiler” boyutunun da duygusal denge ve dışa dönüklükten pozitif etkilendiği ifade edilebilir. Ayrıca profesyonel turist rehberlerinin yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine olumlu yönde etki ettiği belirlenmiştir.
Article Info	Abstract
Research Article Received: 17 March 2025 Revised: 28 June 2025 Accepted: 8 September 2025 Keywords: Tourist guide, Personality characteristics, Lifestyle, Adopting Innovations	The study aims to determine the effect of tourist guides' personality traits and lifestyles on their innovativeness levels. The survey method was used as a data collection tool. The survey form was applied to the participants voluntarily between 08.11.2021 and 28.12.2021 with the convenience sampling method. A total of 226 questionnaires were collected. The data were analyzed using a statistical package program. As a result of the analyses, it was determined that the personality traits of tourist guides affect their innovativeness levels in different dimensions. When the effects of personality traits' sub-dimensions on innovativeness levels are examined, it can be said that the “early adopters” dimension is positively affected by emotional balance; the “latecomers” dimension is positively affected by agreeableness and negatively by emotional balance and extroversion. On the other hand, it can be stated that the “innovators” dimension is positively affected by emotional balance and extroversion. In addition, it has been determined that the lifestyles of professional tourist guides positively affect their innovativeness levels.

1. Giriş

Turizm sektörü olarak, farklı kültürlerle sahip insanlarla beraberliği sağlayan ve bu beraberlik içinde iletişim kurma imkanı sunan sektörlerden biridir. Turizm sektörü, destinasyona gelen turistlerin ziyaret ettikleri bölgenin kültürünü tanıma fırsatı sunmakla birlikte, ziyaret edilen destinasyonda turistlerin kendi kültürlerinin de tanınmasına imkan sunmaktadır (Bowie & Chang, 2005). Turist rehberleri, bu kültür alışverişinde büyük bir öneme sahiptirler. Turist rehberleri, birçok değişik ülkeden gelen turistleri anlama, algılama, istek ve beklentilerini karşılama açısından ve bu farklı kültürel değerleri etkin bir şekilde yönetebilme vasıflarına sahip olmasında turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzları öne çıkmaktadır (Ahipaşaoğlu, 2001; Batman vd., 2000; Tetik, 2006; Tsaur & Teng, 2017).

*Bu çalışma, Prof. Dr. Sevda Birdir danışmanlığında yapılan Ahmet Bakay'ın Yüksek lisans tezinin bir bölümünden üretilmiştir. Bu çalışmanın Etik Kurul Onayı, 25/08/2021 tarih ve 86 sayılı karar ile Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Etik Kurulu'ndan alınmıştır. Tüm sorumluluk yazarlara aittir.

Kaynak göster: Bakay, A. & Sahilli Birdir, S. (2025). Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 11 (4), 225-240. DOI: <https://doi.org/10.24289/ijsser.1659700>

Turizm sektöründe büyük bir öneme sahip olan turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisinin belirlenmesini amaçlayan bu çalışma, turizm sektörü ve turist rehberleri için büyük bir öneme sahiptir. Turist rehberleri üzerine yapılacak olan bu çalışmanın alanyazına önemli bir katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir. Araştırma alanyazına önemli bir katkı sağlayabileceği gibi, seyahat acenta yöneticilerine de katkı sağlayabilecektir. Seyahat acenta yöneticileri, bu araştırmanın sonucunda tespit edilen sonuçlar ışığında, turist rehberlerinin kişilik özelliklerini ve yaşam tarzlarını etkileyen faktörlerin neler olabileceğini ve bu faktörlerin rehberlerin mesleki tutum ve yenilikçilik düzeylerine etkisini nasıl etkileyebileceği ile ilgili bilgi sahibi olabilirler. Böylece, turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi ele alınarak yeni stratejiler geliştirilerek rehberlerin performansının artırılması umut edilmektedir.

Turist rehberleri ile ilgili yapılmış olan pek çok çalışma bulunmaktadır (Ap & Wong, 2001; Aslan & Çokal, 2016; Aslan & Pamukçu, 2024; Cohen, 1985; Dahles, 2002; Eker & Zengin, 2016; Geva & Goldman, 1991; Güç, 2025; Güzel & Köroğlu, 2014; Güzel, 2007; Holloway, 1981; Kabakulak & Pelit, 2022; Köroğlu, 2011; Köroğlu, 2013; Leclerc & Martin, 2004; Şahin, 2012; Tetik, 2006; Yarcın, 2007; Yazıcıoğlu vd., 2008; Zhang & Chow, 2004). Turist rehberlerinin, duygusal zekâ ile ilişkilendirildiği çalışmalar ise (Bayram, 2019; Köroğlu & Köroğlu, 2012; Min, 2010; Min, 2011; Türkmen, 2016) birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır.

Profesyonel turist rehberlerine yönelik yapılan alanyazın ele alındığında tez konusu değişkenleri olan kişilik özelliklerine (Al Jahwari vd., 2017; Aslan & Pamukçu, 2024; Boz vd., 2021; Crook vd., 2011; Deveci, 2020; Güç, 2025; Kabakulak & Pelit, 2022; Kabakulak, 2018; Özoğlu, 2017) yönelik yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar mevcut olduğu ancak, rehberlerin yaşam tarzı ve yenilikçilik düzeyleri konularında ulusal ve uluslararası alanyazında çalışmalara rastlanmamıştır. Bununla birlikte, rehberlere yönelik ulusal ve uluslararası alanyazın taraması sonucunda üç değişkenin birbirlerine olan etki ve/veya farklılığını ele alan bir çalışma bulunmamıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda, turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi üzerine bir çalışma olmaması nedeniyle bu çalışma literatürdeki boşluğu doldurması açısından önem taşımaktadır. Yapılan bu açıklamalar, bu çalışmanın problem ifadesini oluşturmaktadır. Dolayısıyla, çalışmanın problemi olan, “turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi nedir?”, sorusuna cevap bulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın amacı, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisini tespit etmektir. Ayrıca, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının, yenilikçilik düzeyleri ile istatistiki olarak anlamlı bir ilişki içinde olup olmadığı bulgulanmaya çalışılmıştır.

2. Literatür

Alanyazına göre, profesyonel rehberlerde kişilik özellikleriyle ilgili çalışmaların neredeyse hiç olmadığı görülebilmektedir. Bulunan çalışmalar ise, daha çok rehberlerin hangi nitelikleri taşımaları gerektiğine işaret etmektedir. Örneğin Yıldız vd. (1997) tarafından yapılan çalışmada, rehberlerin planlama, bilgiye ulaşma, müşterileri anlama ve onlara saygılı olmak, etkileşim yeteneğine sahip olmak, organizasyon, liderlik, eşgüdüm ve denetim yapmak, dışadönük, eğlenceli ve sosyal olmak, meslekle ilgili teknik bilgi ve becerilerle donanmış olma gerekliliği, dürüst, sakın ve dirençli bir yapıya sahip olmak gibi özellikleri de taşıması gerektiğine vurgu yapmışlardır.

Kabakulak (2018), turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin mesleki davranış ve iş tatminine etkisini belirlemeye yönelik çalışmasında beş faktör kişilik modelinden yararlanmış ve bu modeli kullanarak Türkiye’deki turist rehberlerinden veri toplamıştır. Araştırma sonuçları incelendiğinde, rehberlerin mesleki tutumlarının ve iş tatminlerinin düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kişilik özellikleri boyutları ele alındığında sadece duygusal denge düzeyi düşük tespit edilmiş olup, diğer tüm kişilik özelliği boyutlarının düzeyinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin iş tatminleri ve mesleki davranışları üzerinde anlamlı bir etki olduğu belirlenmiştir.

Chaney (1999) yaptığı çalışmada, yaşam şekillerini modern dünyanın özellikleri arasında varsaymakta ve tüketicilerin yaşam şekillerinin farklılaşması nedeniyle farklı davranışlarda bulunmasının olağan olduğuna vurgu yapmaktadır. Yaşam şekilleri, kişilerin hayatlarını nasıl yaşadıklarını, neler yapıp yapmadıklarını, yaptıklarının kendileri ve çevreleri için ne ifade ettiğini anlamaya yaramakta olduğunun altını çizmiştir. Boz ve diğerleri (2021), turist rehberlerinin kişilik özellikleri, iş-aile ve aile-iş çatışma boyutları ile örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amaçlı bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada, kişilik özellikleri, iş-aile, aile-iş çatışması, örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemeye yönelik bir anket formu hazırlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; çoğu katılımcının 1-5 yıl aralığında mevcut işyerinde çalıştığı ve 9-12 saat aralığında çalıştıkları belirlenmiştir. Çalışmada, örgütsel bağlılık ile kişilik özellikleri arasında, kişilik özellikleri ile aile-iş ve iş aile çatışması arasında,

örgütsel bağlılık ile aile-iş ve iş-aile çatışması arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Ayrıca sonuçlara göre; turist rehberlerinin örgütsel bağlılık düzeylerindeki artış iş-yaşam ve yaşam-iş çatışması, kişilik özellikleri tarafından açıklandığı tespit edilmiştir.

Crook ve diğerlerinin (2011) yaptıkları çalışma, iş bilgisi, kişilik ile müze tur rehberlerinin performans arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Çalışmada kişiliğin bilgiyle ilişkili olduğu ve bilginin performansı tahmin etmesine olanak sağladığı saptandı. Sonuç olarak, etkili davranış bilgisinin ve etkisiz davranış bilgisinin ayrı yapılar olduğunu ortaya koydular. Al Jahwari ve diğerlerinin (2017) çalışmasının amacı, kazanılan bahşış ve genel gelirle ölçülen iletişim yeterliliklerinin ve kişilik tiplerinin tur rehberlerinin performanslarını ne ölçüde etkilediğini belirlemektir. Veriler, 387 profesyonel tur rehberinden öz bildirim anketi yoluyla toplanmıştır. Çalışma sonuçları, bazı sözlü ve sözsüz iletişim yeterliliklerinin kazanılan bahşışleri tahmin etmede rol oynadığını ve Büyük Beş kişilik özelliğinden üçünün bahşış ve genel gelirin yararlı tahmin edicileri olduğunu ortaya koymuşlardır.

Deveci (2020) araştırmasında, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin iş doyumu ve yaşam doyumuna etkisinin tespit edilmesini amaçlamıştır. Veriler 416 turist rehberinden anket ile toplanmıştır. Sonuç olarak, ankete katılan turist rehberlerinin baskın kişilik özelliklerinin sorumluluk olduğu ortaya çıkmıştır. Turist rehberlerinin iş doyumlarının yüksek düzeyde; yaşam doyumu düzeylerinin ise orta düzeyin biraz üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Beş faktör kişilik özellikleri alt boyutları ile iş doyumu arasındaki ilişkilerin farklılık gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca, iş doyumu ve yaşam doyumu arasında da anlamlı bir ilişki olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Özoğul (2017) tarafından yapılan çalışmada, eylemli turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin mesleki bağlılık boyutları üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracı rolüne sahip olup olmadığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Veriler, 426 eylemli turist rehberinden elde edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre, deneyime açıklık, dışadönüklük ve sorumluluk özelliklerinin mesleğe yönelik duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilere sahiptir. Deneyime açıklık ve uyumluluk devam bağlılığını pozitif yönde, duygusal denge ise devam bağlılığını negatif yönde anlamlı olarak etkilediği saptanmıştır. Mesleğe yönelik normatif bağlılık üzerinde ise deneyime açıklık ve dışadönüklük pozitif yönde anlamlı etkilere sahiptir. Psikolojik sermayenin ise mesleğe yönelik duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık üzerinde pozitif etkileri olduğu belirlenmiştir.

Kabakulak ve Pelit (2022) tarafından yapılan çalışmada, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik davranışlarına etkisi saptanmak istenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, turist rehberlerinin kişilik özellik boyutlarından “sorumluluk” boyutunun ve liderlik davranış boyutlarından “görev davranışı” boyutunun en yüksek ortalamaya sahip olduğu bulunmuştur. Aslan ve Pamukcu’nun (2024) çalışması, yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla taşımaktadır. Yapılan analizler sonucunda, yönetici kişilik özellikleri ve iletişim becerilerinin turist rehberlerinin işten ayrılma niyetine istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Turist rehberleri ele alınarak yapılan bu araştırmanın literatüre katkı potansiyeli yüksek bir çalışma olanağı sağlamaktadır. Çalışmanın literatür açısından sağlayacağı önemli katkı bir yana, seyahat acenta yöneticilerine de turist rehberleri hakkında daha detaylı bilgi sahibi olmak açısından katkı sağlayacağı söylenebilir. Turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde, turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi ile ilişkilendirildiği çalışmalara alanyazında rastlanmamıştır. Dolayısıyla, bu çalışmanın alanyazına katkı sağlama potansiyelinin yüksek olacağı düşünüldükten bu çalışmanın yapılması kararı alınmıştır.

3. Yöntem

Bu çalışma, Prof. Dr. Sevda Birdir danışmanlığında yapılan Ahmet Bakay’ın Yüksek lisans tezinin bir bölümünden üretilmiştir. Bu çalışmanın Etik Kurul Onayı, 25/08/2021 tarih ve 86 sayılı karar ile Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Etik Kurulu’ndan alınmıştır.

Araştırma türleri (1) tanımlayıcı, (2) keşifsel ve (3) neden sonuç ilişkisine dayalı olarak üç başlık altında (Nakip, 2005) amaçlarına göre incelenebilmektedir. Bu çalışma, Türkiye’deki profesyonel turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisini incelemeyi hedeflediğinden araştırma türlerinden tanımlayıcı araştırma türü ile ele alınabilmektedir. Çünkü, tanımlayıcı araştırma türü, ilgi duyulan bir grubun niteliklerinin anket, gözlem, görüşme ve örnekleme aracı ile belirlenmesine dayalıdır (İslamoğlu, 2002). Öte yandan, bu tezde keşifsel araştırma türü de kullanılmıştır. Bu konuda literatürde herhangi bir çalışma olmaması, çalışmanın keşifsel yanına hitap etmektedir. Çünkü, keşifsel araştırmalar, “ilişki bulmaya, durum belirlemeye, okuyucuya bilgi vermeye yönelik araştırmalardır” (Seyidoğlu, 2000). Bu çalışmada da, profesyonel turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi ile ilgili durum belirlemeye ve ilişki bulmaya çalışılmıştır.

3.1. Çalışma grubu

Araştırmamanın çalışma grubunu Türkiye’deki mevcut profesyonel turist rehberleri oluşturmaktadır. Türkiye’de Temmuz 2021 yılı itibarıyla, toplam 11.400 turist rehberi bulunmaktadır. Eylemli turist rehberi sayısı 8575, eylemsiz turist rehberi sayısı ise, 2825’tir (TUREB, 2021). Araştırmaya eylemli ve eylemsiz turist rehberleri dahil edilmiştir. Zaman, maliyet ve pandemi kısıtları nedeniyle araştırma evrenine ulaşma zorluğu söz konusu olduğundan örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Örnekleme yöntemi, araştırma evrenini temsil edebilecek ve evrende yer alan kişileri kapsayan, zaman ve maddi tasarrufu sağlayarak araştırmacıya kolaylık sağlamaktadır (Yükselen, 2013).

3.2. Verilerin toplanması

Araştırmada veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket, araştırmaya konu olan evreni oluşturan kişilerden ulaşılabilecek verilere, aynı şekilde oluşturulmuş ifadelerle erişebilmek amacıyla yapılan bir veri toplama aracıdır (Ural & Kılıç, 2013). Araştırmada kullanılan anket formu dört bölümde şekillenmiştir. Anketin birinci bölümünde turist rehberlerinin demografik özelliklerine yönelik sorular yer almıştır. İkinci bölümde, turist rehberlerinin kişilik özelliklerini belirlemeye dönük ölçek Gosling, Rentfrow & Swann’ın (2003) geliştirdiği ve Atak’ın (2013) çalışması ile Türkçeye uyarlanan 5 alt boyuttan oluşan on maddeli kişilik ölçeği yer almaktadır. Ölçek 7’li likert tipi şeklinde olup; 1=tamamen katılmıyorum, 2=kısmen katılmıyorum, 3=biraz katılmıyorum, 4=kararsızım, 5=biraz katılıyorum, 6=kısmen katılıyorum ve 7=tamamen katılıyorum şeklindedir.

Üçüncü bölüm, turist rehberlerinin yaşam tarzlarını belirlemeye yöneliktir. Yaşam tarzı ölçeği için Micazoğlu Çakmak’ın (2019) çalışmasından yararlanılmıştır. Yaşam tarzı ölçeği, 8 alt boyut ve 33 sorudan oluşan 5’li likert tipinde olup, ölçek, 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne katılmıyorum 4=katılıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Ölçekteki 2, 4, 6, 8 ve 10 numaralı maddeler ilk şekillerine uygun olarak ters kodlanmıştır. Araştırmamanın dördüncü bölümünde ise, turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerini belirlemek için “yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeği” adlı ölçek yer almıştır. Ölçek için Micazoğlu Çakmak’ın (2019) çalışmasından yararlanılmıştır. Yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeği, 5 boyut ve 21 sorudan oluşmakta ve 5’li likert tipinde olup, 1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=ne katılıyorum ne katılmıyorum 4=katılıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir. Kolayda örneklemenin genellenebilirliği gibi bir sınırı olmakla birlikte (Nakip, 2003) veriler, kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Anket için, Mersin Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul’undan 25.08.2021 tarih ve 86 karar numarası ile onay almıştır.

3.3. Verilerin analiz edilmesi

Anket verileri araştırmacı tarafından, yüz yüze ve online olarak toplanmıştır. Uyarlanan anketin geçerlilik ve güvenilirliğinin belirlenmesi için öncelikle pilot test için veri toplanmıştır. Pilot test için, Adana Rehberler Odasına kayıtlı rehberlerden veri toplanmıştır. Pilot testin Cronbach’s Alpha katsayısının anlamlı çıkması ve ölçeğin yapı geçerliliği için yapılan açıklayıcı faktör analizinin anlamlı çıkması üzerine esas uygulama için veri toplanmıştır. Pilot test için toplanan veriler ile esas uygulama için toplanan veriler birleştirilmemiştir. Anket, 08.11.2021-28.12.2021 tarihleri arasında uygulanmış ve 226 anket elde edilmiştir. Toplanan veriler kodlanmış ve sosyal bilimler için kullanılan istatistik analiz programında değerlendirilmiştir. Araştırma için toplanan veriler analize tabi tutulmadan önce eksik veya hatalı doldurulan anketler elenmiştir. Kişilik Özellikleri ölçeğinde bulunan 5 madde ters yönlü ifadeler olduğundan ters kodlama işlemi yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığına yönelik istatistiksel analizler uygulanmıştır. Elde edilen verilerin tanımlayıcı özelliklerinin belirlenebilmesi için frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalaması ve standart sapmaları gibi tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Verilerin normal dağılım analizlerinden sonra, güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi ve araştırmanın amacına uygun diğer analizler (T-Testi, ANOVA), korelasyon ve regresyon analizi) yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin madde varyansına dayalı olarak güvenilirlik katsayısının hesaplanmasında Cronbach’s Alpha kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan 10 maddeli Kişilik Ölçeği’ne yönelik ölçeğin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0.662; 21 maddelik yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeğinin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0.739 ve 33 maddelik yaşam tarzına yönelik ölçeğin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı 0.801 olarak bulunmuştur. Kalaycı’ya (2009, s. 405) göre, Alfa katsayısı 0.60 ile 0.80 arasında ise oldukça güvenilir, 0.80 ile 1.00 arasında ise yüksek derecede güvenilir kabul edilmektedir. Bu bilgidен hareketle, kişilik ölçeği ve yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeğinin oldukça güvenilir ve yaşam tarzı ölçeğinin de yüksek derecede güvenilir olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğinin testi için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Nakip (2003) ve Kalaycı’ya (2018) göre, faktör analizi, birbirleriyle yüksek korelasyona sahip değişkenlere uygulan-

makta ve birbiriyle ilişkili değişkenleri, birbiriyle anlamlı ve birbirinden bağımsız gruplarda birleştiren bir tekniktir. Faktör analizinde, özdeğeri 1’den yüksek ve minimum .500 korelasyona sahip olan boyutlar analize alınmıştır. Faktör analizinde KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) katsayısı dikkate alınmıştır. Çalışmalarda, Kaiser-Meyer-Olkin katsayısının, %60’ın üstünde olması istenmektedir (Nakip, 2003, s. 409). KMO katsayısı 1’e yakın olması istenmektedir. KMO değerleri; “0,90=mükemmel”, “0,80=çok iyi”, “0,70=iyi”, “0,60=orta”, “0,50=zayıf” ve “0,50’nin altı=kabul edilemez” şeklinde sınıflandırılmaktadır (Kalaycı, 2006). Faktör analizi uygulanırken, dik eksen dönürme tekniği (Varimax) kullanılmıştır.

On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeğinin yapı geçerliliği ile ilgili faktör analizi sonuçları Tablo 1’de sunulmuştur. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Kişilik Özellikleri ölçeği, toplamda on madde ve beş alt boyuttan oluşmakta ve toplam varyansın %59,768’ini açıklamaktadır. Atak (2013) tarafından geliştirilen ve 5 boyuttan oluşan On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeği puan aralığı 10-70 arasında değişmektedir. Her bir alt boyut puan aralığı ise, 2-14 puan arasında değişmektedir. Araştırmada, On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeği puan ortalamasının 49,3 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. On maddeli kişilik özellikleri ölçeğinin yapı geçerliliği analizi

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Ölçümü	0.675
Bartlett Küresellik Testi Yaklaşık Ki-Kare	215,861
Df (Serbestlik derecesi)	15
Sig. (Anlamlılık)	0.000

Onuz üç maddeli yaşam tarzı ölçeğinin yapı geçerliliğinin belirlenmesinde faktör analizi kullanılmıştır. Faktör analizinde, “minumum 0.500” korelasyon düzeyinde bazı maddelerin farklı nedenlerle analizden çıkarılmasından sonra kalan 21 madde ile tekrar edilen analizi sonucunda, maddelerin özdeğerleri 1 ve üzerinde olan yedi faktörde toplandığı ve bu yedi faktörün toplam varyansın %70,610’unu açıkladığı belirlenmiştir.

Yirmi bir maddeli yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeğinin yapı geçerliliğinin testinde açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve “minumum 0.500” korelasyon düzeyinin altında olan maddeler çıkarılmış ve kalan on beş madde ile tekrar edilen faktör analizi sonucunda, maddelerin özdeğerleri 1 ve üzerinde olan beş boyutta toplandığı ve bu beş boyutun toplam varyansın %66,654’ünü açıkladığı tespit edilmiştir.

4. Bulgular

4.1. AS1: Turist rehberlerinin demografik özellikleri nelerdir?

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin demografik özellikleri Tablo 2’de paylaşılmıştır. Turist rehberlerinin %57,1’ini erkekler, %42,9’unu ise kadınlar oluşturmuştur. Katılımcıların %38,1’i “bekar” ve %61,9’unun “evli” olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar yaşları açısından değerlendirildiğinde, %6,6’sının “21-30” yaş aralığında, %22,1’inin “31-40” yaş aralığında, %41,2’sinin “41-50” yaş aralığında ve %30,1’inin “50 ve üzeri” yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde ise; %5,8’inin “lise”, %71,7’sinin “lisans” ve %22,6’sının da “lisansüstü” eğitime sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların gelir dağılımları incelendiğinde, %11,5’inin “düşük”, %5,8’inin “ortanın altı”, %38,1’inin “orta”, %38,9’unun “ortanın üstü” ve %5,8’inin de yüksek düzeyde bir gelire sahip oldukları saptanmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı

Değişkenler	F	%	Değişkenler	F	%
<i>Cinsiyet</i>			<i>Yaş</i>		
Kadın	97	42,9	21-30	15	6,6
Erkek	129	57,1	31-40	50	22,1
Toplam	226	100	41-50	93	41,2
<i>Medeni durum</i>			51 ve üstü	68	30,1
Bekâr	86	38,1	Toplam	226	100
Evli	140	61,9	<i>Gelir düzeyi</i>		
Toplam	226	100	Düşük	26	11,5
<i>Eğitim durumu</i>			Ortanın altı	13	5,8
Lise	13	5,8	Orta	86	38,1
Lisans	162	71,7	Ortanın üstü	88	38,9
Lisansüstü	51	22,6	Yüksek	13	5,8
Toplam	226	100	Toplam	226	100

4.2. AS₂: Turist rehberlerinin mesleki özellikleri nelerdir?

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin mesleki özellikleri Tablo 3'te sunulmuştur. Turist rehberlerinin %50'si "bir sertifika programında" turist rehberlik eğitimlerini tamamlarken, %20,4'ü "önlisans" programında, %28,8'i "lisans" ve %0,9'u da "yüksek lisans" programlarında tamamlamıştır. Katılımcıların rehberlik statüsüne göre oranlarında bakıldığında; %13,3'ünün "bir seyahat acentasına bağlı-tam zamanlı", %8,8'inin "bir seyahat acentasına bağlı-sezonluk", %29,6'sının "bağımsız olarak sezonluk" ve %48,2'sinin "bağımsız olarak tam zamanlı" şekilde rehberlik faaliyetinde bulunduğu görülmektedir. Rehberlerin %6,6'sının "1 yıl-daha az", %14,6'sının "2-7 yıl", %23,9'unun "8-13 yıl", %20,8'inin "14-19 yıl", %10,2'sinin "20-25 yıl" ve %23,9'unun "26 yıl ve üzeri" rehberlik tecrübesi olduğu tespit edilmiştir. Rehberlerin rehberlik hizmeti sundukları dile göre oranları bakıldığında; %52,2'sinin "İngilizce", %7,1'inin "Almanca", %2,2'sinin "Rusça", %0,9'unun "Arapça", %7,5'inin "diğer dillerde" ve %30,1'inin de "2 dilde" rehberlik yaptığı bulgulanmıştır. Rehberlerin %13,7'si "yerli gruplara", %42,9'u "yabancı gruplara" ve %43,4'ü "hem yerli hem yabancı gruplara" rehberlik yapmaktadır.

Tablo 3. Turist rehberlerinin mesleki özelliklerine göre dağılımı

Değişkenler	F	%	Değişkenler	F	%
<i>Turist Rehberliği Eğitimi</i>			<i>Rehberlik Tecrübesi</i>		
Sertifika programında	113	50,0	1 yıl-daha az	15	6,6
Önlisans programları	46	20,4	2-7 yıl	33	14,6
Lisans programları	65	28,8	8-13 yıl	54	23,9
Lisansüstü programları	2	0,9	14-19 yıl	47	20,8
Toplam	226	100	20-25 yıl	23	10,2
			26 yıl ve üzeri	54	23,9
<i>Rehberlik Statüsü</i>			Toplam	226	100
Bir seyahat acentasına bağlı-tam zamanlı	30	13,3			
Bir seyahat acentasına bağlı- sezonluk	20	8,8	<i>Rehberlik Dili</i>		
Bağımsız olarak sezonluk	67	29,6	İngilizce	118	52,2
Bağımsız olarak tam zamanlı	109	48,2	Almanca	16	7,1
Toplam	226	100	Rusça	5	2,2
			Arapça	2	,9
<i>Hizmet Verilen Gruplar</i>			Diğer	17	7,5
Yerli gruplara	31	13,7	2 dilde	68	30,1
Yabancı gruplara	97	42,9	Toplam	226	100
Hem yerli hem yabancı gruplara	98	43,4			
Toplam	226	100			

4.3. AS₃: Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin boyutları nelerdir?

Daha önce gerek Türk kültüründe gerek farklı kültürlerde yapılan birçok çalışmalarda 5 faktörlü yapısı ortaya konmuş olan On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeğinin alt boyutları, alan yazındakine benzer şekilde Tablo 4'teki gibi adlandırılmıştır. (1) dışa dönüklük- içe dönüklük (1-6 nolu maddeler), (2) yumuşak başlılık-hırçınlık (2-7 nolu maddeler), (3) sorumluluk- dağınıklık (3-8 nolu maddeler), (4) duygusal denge-dengesizlik (4-9 nolu maddeler) ve (5) deneyime açıklık/zekâ-gelişmemişlik (5-10 nolu maddeler). Bu araştırmada, On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeği puan ortalamasının 49,3 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Kişilik özellikleri ölçeği faktörleri

Faktörler	Ortalama	Güvenirlilik
Deneyime açıklık	4,61	0.549
Yumuşak başlılık	4,95	0.717
Duygusal dengelilik	4,85	0.598
Sorumluluk	5,36	0.794
Dışa dönüklük	4,90	0.698

4.4. AS₄: Turist rehberlerinin yaşam tarzlarının boyutları nelerdir?

Otuz üç maddeli yaşam tarzı ölçeğinin kaç boyuttan oluştuğunu tespit etmek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre, yedi faktörlü bir yapı oluşmuş ve toplam açıklanan varyansın %70,61 olduğu belirlenmiştir. Dört maddeden oluşan birinci faktör toplam varyansın %20,350'sini; dört maddeden oluşan ikinci faktör toplam varyansın %15,084'ünü, dört maddeden oluşan üçüncü faktör toplam varyansın %11,110'nunu, üç maddeden oluşan dördüncü faktör toplam varyansın %6,672'sini, iki maddeden oluşan beşinci

faktör toplam varyansın %6,373'ünü, iki maddeden oluşan altıncı faktör toplam varyansın %6,114'ünü ve iki maddeden oluşan yedinci faktör toplam varyansın %4,818'ini açıklamaktadır. Her bir faktör altında toplanan maddelere bakıldığında ve ilgili alan yazın incelendiğinde; birinci faktöre “Gayret Edenler”, ikinci faktöre “Düşünenler”, üçüncü faktöre “Yapıcılar”, dördüncü faktöre “Başarılılar”, beşinci faktöre “Yenilikçiler”, altıncı faktöre “Tecrübeliler” ve yedinci faktöre de “İnananlar” isimlerinin verilmesi uygun görülmüştür (Tablo 5).

Tablo 5. Yaşam tarzı ölçeği boyutları

Faktörler	Yük	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlilik
<i>1. Gayret edenler (4 madde)</i>		4,273	20,350	2,688	.887
YT16-Son moda ürünleri giyinmekten hoşlanırım	,867				
YT20-Modaya uyduğumun düşünülmesini isterim	,854				
YT19-Çoğu insandan daha fazla modaya uygun giyinirim	,851				
YT14-Son moda ürünleri ve trendleri takip ederim	,794				
<i>2. Düşünenler (4 madde)</i>		3,168	15,084	4,264	.771
YT24-Sanat, kültür ve tarih hakkında bilgi edinmekten hoşlanırım	,803				
YT33-Sanat, kültür ve tarih hakkında bilgi edinmek için para harcarım	,752				
YT23-Dünya ve gezegenlerin oluşumu konusunda daha fazla bilgi sahibi olmayı isterim	,657				
YT22-Sıra dışı insan ve nesnelerden hoşlanırım	,629				
<i>3. Yapıcılar (4 madde)</i>		2,333	11,110	3,445	.655
YT5-Hazır ürünleri almayı genelde tercih etmem	,767				
YT2-Hazır ürünleri almaktansa mümkün olduğunca onu yapmayı tercih ederim	,689				
YT12-İhtiyaçlarımı mümkün oldukça pazardan alırım	,675				
YT9-El becerisi gerektiren şeyleri yapmaktan hoşlanırım	,614				
<i>4. Başarılılar (3 madde)</i>		1,420	6,672	4,025	.540
YT6-Yönetici olmak için maddi ve manevi gayret içinde olmayı hedeflerim	,778				
YT7-Bir grubun sorumlusu olmaktan hoşlanırım	,662				
YT13-Hayatımın gittikçe daha iyi olmasını isterim	,643				
<i>5. Yenilikçiler (2 madde)</i>		1,338	6,373	3,513	.713
YT29-Kendimi bir entelektüel olarak görüyorum	,829				
YT25-Çoğu insandan daha fazla yetenekliyim	,786				
<i>6. Tecrübeliler (2 madde)</i>		1,284	6,114	4,400	.703
YT1-Hayatımda çeşitlilik olmasından hoşlanırım	,823				
YT3-Yeni şeyleri denemekten hoşlanırım	,808				
<i>7. İnananlar (2 madde)</i>		1,012	4,818	2,847	.486
YT18-Dini konularla ilgili kitap okumaktan hoşlanırım	,804				
YT15-Devlet okullarında dini eğitim verilmesini desteklerim	,567				

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi – Açıklanan Toplam Varyans: %70,61

KMO Örneklem Yeterliliği: 0.691 – Bartlett Küresellik Testi: χ^2 : 1880,728 s.d.: 210 $p < 0.001$

Ölçeğin Tamamı için Alfa: 0.801

Yanıt kategorileri: (1) Kesinlikle Katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle Katılıyorum

4.5. AS₅: Turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerinin boyutları nelerdir?

Turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerinin boyutlarının belirlenmesi için yapılan faktör analizine göre, yirmi bir maddeli yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeğinin beş faktör altında toplandığı belirlenmiştir (Tablo 6). Yapılan analiz sonucuna göre, toplam açıklanan varyansın %66 olduğu belirlenmiştir. Beş maddeden oluşan birinci faktör,

toplam varyansın %21,075'ini; beş maddeden oluşan ikinci faktör, toplam varyansın %18,954'ünü; iki maddeden oluşan üçüncü faktör, toplam varyansın %12,405'ini, iki maddeden oluşan dördüncü faktör, toplam varyansın %7,892'sini ve iki maddeden oluşan beşinci faktör, toplam varyansın %6,328'ini açıklamıştır. İlgili literatürün taranması sonucunda, boyutların adlandırılmasında literatüre paralel hareket edilmiştir. Buna göre; birinci faktöre “Erken Davrananlar”, ikinci faktöre “Erken Benimseyenler”, üçüncü faktöre “Geç Kalanlar”, dördüncü faktöre “Geciken Çoğunluk” ve beşinci faktöre de “Yenilikçi Düşünenler” adları verilmiştir.

Tablo 6. Yenilikleri benimsemeye ait tutum ölçeği boyutları

Faktörler	Yük	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlilik
<i>1. Erken davrananlar (5 madde)</i>		3,372	21,075	2.681	.798
YB5-Modayı takip ederim ve kıyafetlerimi yeni trendlere göre seçerim ve hemen benimserim	.781				
YB3-Yeni bir ürün çıkınca hemen kullanmak isterim. Yeniliğe diğer insanlar keşfetmeden önce sahip olmak isterim.	.775				
YB8-İnsanların hangi ürünlerle ilgilendiği ve neleri satın aldığı gibi konularla ilgilenirim	.762				
YB4-Yeni bir ürün çıkınca fiyatı ne olursa olsun satın almak isterim.	.760				
YB7-Satın alacağım bir ürünün dış görünümü benim için önemlidir.	.529				
<i>2. Erken benimseyenler (5 madde)</i>		3,033	18,954	3.907	.745
YB12-Karmaşık olan yeniliklerde bilgilendirme ihtiyacı hissedirim	.779				
YB15-Yeni bir ürün satın alacağımda o ürünü daha önce kullanan insanların fikri karar verme düzeyimi etkiler	.772				
YB14-Yeni çıkan bir ürünü ücretsiz deneme imkânı sunulması karar verme düzeyimi etkiler	.627				
YB13-Eski ürüne göre avantaj sağlayan daha basit yapıda ve kullanımda bir ürün satın alma kararımı olumlu yönde etkiler	.601				
YB9-Yeni bir ürün ya da hizmeti hemen satın almam. Daha çok bilgi edinmek isterim	.559				
<i>3. Geç kalanlar (2 madde)</i>		1985	12,405	2.676	.755
YB18-Yeniliklere karşı genelde tepkiliyimdir. Çünkü bilmediğim bir ürünü alırsam param boşuna gidebilir	.859				
YB19-Yeni ürünlere karşı genelde şüphe duyarım	.841				
<i>4. Geciken çoğunluk (2 madde)</i>		1263	7,892	3.765	.468
YB11-Düşük maliyetli olan ve düşük risk unsuru taşıyan yenilikleri daha çabuk benimserim	.798				
YB17-Yeni ürünlerin ucuzlamasını beklerim	.646				
<i>5. Yenilikçi düşünenler (2 madde)</i>		1,012	6,328	3.887	.553
YB1-Yeniliklere açık biriyim	.838				
YB2-Sürekli yeni ürünlerin piyasaya çıkması hoşuma gider	.793				

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi – Açıklanan Toplam Varyans: %66,65

KMO Örnekleme Yeterliliği: 0.688 – Bartlett Küresellik Testi: χ^2 : 1232,049; s.d.: 120; $p < 0.000$

Ölçeğin Tamamı için Alfa: 0.739

Yanıt kategorileri: (1) Kesinlikle Katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle Katılıyorum

4.6. AS6: Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin alt boyutlarının yenilikçilik düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin yenilikçilik düzeyleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi için regresyon analizi yapılmıştır. Bağımlı değişken olarak rehberlerin yenilikçi düzeyleri alt boyutları ile bağımsız faktör olarak da kişilik özellikleri alt boyutları ele alınmıştır. Kişilik özellikleri alt faktörleri olan deneyime açıklık, yumuşak başlılık, duygusal dengelilik, sorumluluk ve dışa dönüklük değişkenleri bağımsız değişken,

yenilikçilik düzeyi boyutlarından erken davrananlar faktörü bağımlı değişken olup çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonuçlarına göre modelin anlamlı olmadığı ($F=1,035$; $p=0,398$) belirlenmiştir.

Kişilik özellikleri alt faktörleri olan deneyime açıklık, yumuşak başlılık, duygusal dengelilik, sorumluluk ve dışa dönüklük değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi ölçeği erken benimseyenler faktörü bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Kişilik özellikleri alt boyutlarının erken benimseyenler boyutu üzerine etkisi

	Standardize edilmiş katsayılar		Standardize katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	2,994	,219		13,686	,000		
Deneyime açıklık	,032	,032	,069	1,017	,310	,855	1,170
Yumuşak başlılık	,019	,034	,041	,562	,575	,719	1,391
Duygusal dengelilik	,151	,031	,343	4,887	,000	,789	1,268
Sorumluluk	-,059	,042	-,110	-1,418	,158	,644	1,554
Dışadönüklük	,052	,030	,129	1,737	,084	,706	1,416

Bağımlı Değişken: Erken Benimseyenler

R:0,381; R²:0,145; Düzeltilmiş R²:0,126; Model için F:7,481, p=0,000; D-W:1,878

Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=7.481$; $p=0,0001$) olduğu görülmektedir. VIF değerleri; en düşük 1,170 ve en yüksek 1,554 olarak bulgulanmıştır ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) görülmüştür. Ayrıca D-W değeri, 1.878 olarak bulunmuştur.

Kişilik özellikleri alt faktörleri olan deneyime açıklık, yumuşak başlılık, duygusal dengelilik, sorumluluk ve dışa dönüklük değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi boyutu geç kalanlar boyutu bağımlı değişken olup, yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre modelin anlamlı ($F=3.322$; $p=0,007$) olduğu tespit edilmiştir. VIF değerleri; en düşük 1,170 ve en yüksek 1,554 olarak belirlenmiştir. Böylece, çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) tespit edilmiştir. Ayrıca Durbin-Watson değeri, 1.680 olarak belirlenmiştir.

Kişilik özellikleri alt faktörleri olan deneyime açıklık, yumuşak başlılık, duygusal dengelilik, sorumluluk ve dışa dönüklük değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi ölçeği geciken çoğunluk boyutu bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları ele alındığında modelin anlamlı($F=1,720$; $p=0,131$) olmadığı bulgulanmıştır. Kişilik özellikleri alt faktörleri olan deneyime açıklık, yumuşak başlılık, duygusal dengelilik, sorumluluk ve dışa dönüklük değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi ölçeği yenilikçiler faktörü bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizine göre, modelin anlamlı ($F=5.209$; $p=0,000$) olduğu görülmektedir. VIF değerleri; en düşük 1,170 ve en yüksek 1,554 olarak saptanmış ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) belirlenmiştir. Ayrıca D-W değeri, 1.680 olarak tespit edilmiştir.

4.7. AS7: Turist rehberlerinin yaşam tarzları boyutlarının yenilikçilik düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır?

Araştırmada ele alınan araştırma sorusu yedinin cevabının bulunması için, turist rehberlerinin yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeyleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bağımlı değişken olarak rehberlerin yenilikçi düzeyleri alt boyutları birer birer değerlendirilerek, bağımsız faktör olarak da yaşam tarzı ölçeği ve alt faktörleri ele alınmıştır. Yaşam tarzı alt faktörleri olan gayret edenler, düşünenler, yapıcılar, başarılılar, yenilikçiler, tecrübeliler ve inananlar değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi ölçeği erken davrananlar faktörü bağımlı değişken olup, çoklu doğrusal regresyona tabi tutulmuştur (Tablo 8).

Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=31,547$; $p=0,000$) olduğu görülmüştür. VIF değerleri; en düşük 1,139 ve en yüksek 1,373 olarak tespit edilmiş ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) belirlenmiştir. Ayrıca D-W değeri, 2,033 olarak bulunmuştur.

Yaşam tarzı alt faktörleri olan gayret edenler, düşünenler, yapıcılar, başarılılar, yenilikçiler, tecrübeliler ve inananlar değişkenleri bağımsız değişken; yenilikçilik düzeyi ölçeği erken benimseyenler faktörü bağımlı değişken olarak alınmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde modelin anlamlı ($F=7,512$; $p=0,000$) olduğu tespit edilmiştir. VIF değerleri; en düşük 1,139 ve en yüksek 1,373 olarak bulgulanmış ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) belirlenmiştir. Ayrıca D-W değeri, 1,869 olarak elde edilmiştir.

Tablo 8. Yaşam tarzı alt boyutlarının erken davrananlar boyutu üzerine etkisi

	Standardize edilmiş katsayılar		Standardize katsayılar	t	P	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	,851	,378		2,252	,025		
Gayret Edenler	,486	,043	,613	11,232	,000	,765	1,308
Düşünenler	-,068	,072	-,053	-,944	,346	,728	1,373
Yapıcılar	,056	,052	,055	1,079	,282	,872	1,146
Başarılılar	,142	,065	,115	2,207	,028	,845	1,183
Yenilikçiler	,104	,052	,111	1,987	,048	,724	1,381
Tecrübeliler	-,100	,062	-,086	-1,617	,107	,811	1,233
İnananlar	,044	,041	,055	1,073	,284	,878	1,139

Bağımlı Değişken: Erken Davrananlar

R:0,709; R²:0,503; Düzeltilmiş R²:0,487; Model için F:31,547, p=0,000; D-W:2,033

Yaşam tarzı alt faktörleri olan gayret edenler, düşünenler, yapıcılar, başarılılar, yenilikçiler, tecrübeliler ve inananlar değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi “geç kalanlar” faktörü bağımlı değişken olarak alınmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, modelin anlamlı ($F=2,373$; $p=0,023$) olduğu ve VIF değerlerinin en düşük 1,139 ve en yüksek 1,373 olduğu belirlenmiştir. Analizde çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) saptanmış ve D-W değeri, 1,834 olarak elde edilmiştir. Yaşam tarzı alt faktörleri olan gayret edenler, düşünenler, yapıcılar, başarılılar, yenilikçiler, tecrübeliler ve inananlar değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi ölçeği geciken çoğunluk faktörü bağımlı değişken olarak alınmıştır. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi modelin anlamlı ($F=3,971$; $p=0,000$) olduğunu ortaya koymuştur. VIF değerleri; en düşük 1,139 ve en yüksek 1,373 olarak bulgulanmış ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) tespit edilmiştir. Ayrıca D-W değeri, 2,192 olarak saptanmıştır. Yaşam tarzı alt faktörleri olan gayret edenler, düşünenler, yapıcılar, başarılılar, yenilikçiler, tecrübeliler ve inananlar değişkenleri bağımsız değişken, yenilikçilik düzeyi ölçeği “yenilikçiler” faktörü bağımlı değişken olarak alınmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizine göre, modelin anlamlı ($F=12,112$; $p=0,000$) olduğu saptanmıştır. VIF değerleri; en düşük 1,139 ve en yüksek 1,373 olarak bulgulanmış ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı ($VIF<10$) görülmüştür. Ayrıca D-W değeri, 1,938 olarak bulunmuştur.

5. Sonuç ve öneriler

Bu çalışmada, turist rehberlerinin kişilik özellikleri ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma, Türkiye’de mevcut profesyonel turist rehberleri örnekleminde ve anket formu ile toplanan veriler aracılığıyla uygulanmıştır. Alan araştırması, 08.11.2021-28.12.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, anketler kolayda örnekleme yöntemi ile gönüllülük esasına dayalı toplanmış ve 226 anket elde edilmiştir. Araştırmada yedi araştırma sorusu ele alınmış ve bu araştırma soruları analizlerle test edilmiş ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda geliştirilen öneriler aşağıda sunulmuştur.

Araştırmada turist rehberlerinin yenilikçilik düzeyleri alt boyutları ile kişilik özellikleri alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Erken benimseyenler ile “deneyime açıklık ($r=,148$; $p<0.01$)”, “yumuşak başlılık ($r=,181$; $p<0.01$)”, “duygusal dengelik ($r=,348$; $p<0.01$)” ve “dışa dönüklük ($r=,166$; $p<0.01$)” arasında; geç kalanlar ile “yumuşak başlılık ($r=,149$; $p<0.01$)” arasında; geciken çoğunluk ile “duygusal dengelik ($r=,151$; $p<0.01$)” ve “sorumluluk ($r=,134$; $p<0.01$)” arasında ve yenilikçiler ile “yumuşak başlılık ($r=,209$; $p<0.01$)”, “duygusal dengelik ($r=,248$; $p<0.01$)” ve “dışa dönüklük ($r=,213$; $p<0.01$)” arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanmıştır. Bu bulgulardan hareketle, turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerinin kişilik özellikleri üzerinde pozitif anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Özoğul’un (2017) yapmış olduğu çalışmada, kişilik özelliklerinden deneyime açıklık, dışadönüklük ve sorumluluk boyutlarının mesleğe dönük duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Deneyime açıklık ve uyumluluk boyutları, devam bağlılığını pozitif yönde etkilerken, duygusal denge boyutunun ise, devam bağlılığını anlamlı ve negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Kılıç (2020) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyalleşme taktikleri arasında pozitif yönde anlamlı ancak düşük bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kabakulak (2018) profesyonel turist rehberlerine yönelik yaptığı çalışmada, kişilik özelliklerinden geçimlilik, dışadönüklük, sorumluluk ve açıklık boyutlarının yüksek düzeyde gerçekleştiğini tespit etmiştir. Öte yandan, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin iş doyumları ve mesleki tutumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu saptamıştır.

Turist rehberlerinin yenilikçilik düzeyleri alt boyutları ile yaşam tarzları alt boyutları arasındaki ilişkilere baktığında yenilikçilik düzeyi ile yaşam tarzı arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Erken davrananlar ile “gayret edenler ($r=,682$; $p<0.01$)”, “başarılılar ($r=,308$; $p<0.01$)”, “yenilikçiler ($r=,325$; $p<0.01$)” ve “inananlar

($r = ,255$; $p < 0.01$)” arasında; erken benimseyenler ile “düşünenler ($r = ,251$; $p < 0.01$)”, “yapıcılar ($r = ,310$; $p < 0.01$)”, “başarılılar ($r = ,212$; $p < 0.01$)”, “yenilikçiler ($r = ,145$; $p < 0.05$)” ve “tecrübeliler ($r = ,206$; $p < 0.01$)” arasında; geç kalanlar ile “yapıcılar ($r = ,137$; $p < 0.05$)” ve “başarılılar ($r = ,200$; $p < 0.01$)” arasında; geciken çoğunluk ile “yapıcılar ($r = ,174$; $p < 0.01$)”, “başarılılar ($r = ,252$; $p < 0.01$)”, “yenilikçiler ($r = ,158$; $p < 0.05$)” ve “inanamlılar ($r = ,195$; $p < 0.01$)” arasında ve yenilikçiler ile “gayret edenler ($r = ,172$; $p < 0.01$)”, “düşünenler ($r = ,400$; $p < 0.01$)”, “yapıcılar ($r = ,221$; $p < 0.01$)”, “başarılılar ($r = ,267$; $p < 0.01$)”, “yenilikçiler ($r = ,264$; $p < 0.01$)” ve “tecrübeliler ($r = ,386$; $p < 0.01$)” arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür. Bu bulgulardan hareketle, turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerinin yaşam tarzları üzerinde pozitif anlamlı bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Micazoğlu Çakmak’ın (2019) benzer çalışmasında, yaşam tarzı boyutları ile yenilikçilik düzeyleri arasında yapılan analize göre, “düşünenler” boyutunda yer alan katılımcıların yenilikçilik düzeyinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Diğer yaşam tarzı boyutları ile yenilikçilik düzeyinin orta ve yüksek olduğu saptanmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin yenilikçilik düzeyleri üzerindeki etkisine bakıldığında; kişilik özelliklerinin rehberlerin yenilikçilik düzeylerini etkilediği ifade edilebilir. Kişilik özellikleri alt boyutlarının yenilikçilik düzeyleri alt boyutları üzerindeki etkisine bakıldığında ise, “erken benimseyenler” boyutunun duygusal dengeden pozitif; “geç kalanlar” boyutunun yumuşak başlıktan pozitif ve duygusal denge ile dışa dönüklükten ise negatif yönde etkilendiği söylenebilir. Öte yandan, “yenilikçiler” boyutunun da duygusal denge ve dışa dönüklükten pozitif etkilendiği ifade edilebilir.

Sonuç olarak, profesyonel turist rehberlerinin yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine olumlu yönde etki ettiği belirlenmiştir. Öte yandan, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin yenilikçilik düzeyleri üzerindeki etkisi incelendiğinde, kişilik özelliklerinin turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerini farklı boyutlarda etkilediği tespit edilmiştir. Araştırmanın çıkarımları ayrı başlıklar altında aşağıda sunulmuştur:

5.1. Teorik çıkarımlar

Turist rehberlerinin kişilik özellikleri, yaşam tarzları ve yenilikçilik düzeyleri orta ve uzun vadede Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ile birlikte hareket edilerek izlenebilir. Bu durum, turist rehberliği mesleğine uygun rehberlerin istihdamı açısından önemli olup, rehberlerin verdikleri hizmetin kalitesinin artmasına ve turistlerin nitelikli tur deneyimi yaşamalarına olanak sağlayabilir. Öte yandan, turist rehberi adaylarının yenilikçilik ile ilgili bilgi sahibi olması için ön lisans ve lisans eğitim seviyelerinde bu yönde deneyim sağlamaları ile yenilikçilik seviyelerinin yükseltilmesine katkı sağlayacak çalışmalar yapılabilir.

5.2. Pratik çıkarımlar

Seyahat acenta yöneticileri, turist rehberlerinin kişilik özellikleri, yaşam tarzları ve yenilikçilik düzeylerini ara ara ölçen çalışmalar yaparak, bu doğrultuda rehber çalıştırma yoluna gidebilir. Elde edilen bulgulardan yola çıkarak, turist rehberlerinin eğitimi yönünde çalışmalar yapılabilir.

5.3. Sınırlılıklar ve gelecek çalışmalar için öneriler

Bu araştırma, turist rehberlerinin kişilik özellikleri, yaşam tarzları ve yenilikçilik düzeyleri ile sınırlandırılmıştır. Kişilik özellikleri, yaşam tarzları ve yenilikçilik düzeyleri ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalar, nitel araştırma yönteminde yapılarak daha derin bilgi elde edilmesine katkı sağlayabilir. Paydaşlara yönelik yapılacak çalışmalar, konu ile ilgili farklı görüşlerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Ayrıca, bu çalışmanın, belirli aralıklarla tekrarlanması ve ortaya çıkan sonuçlarla, mevcut araştırmanın sonuçlarının karşılaştırılması ile turist rehberleri profilindeki değişimler ve gelişmeler takip edilebilir.

Kaynakça

- Ahipasaoglu, H. Suavi. (2001). *Turizmde Rehberlik*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Al Jahwari, D. S., Sirakaya-Turk, E., & Tanrisever, C. (2017). Efficacy of the theory of communication competence and personality traits in predicting tour guides' income. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 16(2), 109-136.
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Aslan, Z., & Çokal, Z. (2016). Profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısına ilişkin turist algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 53-69.
- Aslan, Y., & Pamukcu, H. (2024). Yönetici Kişilik Özellikleri ve İletişim Becerilerinin Turist Rehberlerinin İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 7(1), 71-93.

- Atak, H. (2013). On-Maddeli Kişilik Ölçeği'nin Türk Kültürü'ne Uyarlanması. *Archives of Neuropsychiatry/Noropsikiatri Arşivi*, 50(4), 312-319.
- Batman, O., Yıldırğan, R. & Demirtaş, N. (2000). *Turizm Rehberliği*. Değişim Yayınları, Adapazarı.
- Bayram, G. E. (2019). Turist Rehberlerinde Duygusal Zekâ, Motivasyon, Performans İlişkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 43-59.
- Bowie, D., & Chang, J. C. (2005). Tourist Satisfaction: A View from a Mixed International Guided Package Tour. *Journal of Vocational Marketing*, 11(4): 303-322.
- Boz, M., Eşitti, B., & Özkan, Ç. (2021). Turist rehberlerinin iş-aile ve aile-iş çatışması, kişilik özellikleri ve örgütsel bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Troy Academy*, 6(2), 697-711.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*. (Çev.İ. Kutluk). Dost Kitabevi, İstanbul.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role, *Annals of Tourism Research*, 12(1): 5-29.
- Crook, A. E., Beier, M. E., Cox, C. B., Kell, H. J., Hanks, A. R., & Motowidlo, S. J. (2011). Measuring relationships between personality, knowledge, and performance using single-response situational judgment tests. *International Journal of Selection and Assessment*, 19(4), 363-373.
- Dahles, H. (2002). The Politics of Tour Guiding; Image Management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3): 783-800.
- Deveci, B. (2020). *Beş faktör kişilik özelliklerinin iş doyumu ve yaşam doyumuna etkisi: turist rehberleri üzerine bir araştırma*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Eker, N., & Zengin, B. (2016). Turist rehberliği eğitiminin değerlendirilmesi: Profesyonel turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 65-74.
- Geva, A., & Goldman, A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177-185.
- Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., & Swann Jr, W. B. (2003). A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in personality*, 37(6), 504-528.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Alman turistler üzerine bir araştırma)*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Güzel, F. Ö., & Köroğlu, Ö. (2014). Turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rollerinin tur deneyimine etkisi: Doğa turları üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13 (4), 939-960.
- Holloway, J. C. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of tourism research*, 8(3), 377-402.
- İslamoğlu, A. H. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Beta Basım, İstanbul.
- Kabakulak, A. (2018). *Kişilik özelliklerinin mesleki tutum ve iş doyumuna etkisi: turist rehberleri üzerine bir araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Afyon.
- Kabakulak, A., & Pelit, E. (2022). Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin liderlik davranışlarına etkisi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 5(1), 46-66.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayınları, Ankara.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (4. Baskı), Asil Yayınları, Ankara.
- Kalaycı, Ş. (2018). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Dinamik Akademi, Ankara.
- Kılıç, M. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Taktikleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki. . [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Karaman.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi], Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A., & Alper, B. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 131-139.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerine Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 91-112.
- Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3-4), 181-200.
- Micazoğlu, Çakmak, D. (2019). Tüketicilerin hedonik tüketim nedenlerinin yaşam tarzı tutumları ve yenilikçilik düzeyleri açısından incelenmesi. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Bayburt.
- Min, J. C. H. (2010). Tour guides' emotional intelligence in relation to demographic characteristics. *African Journal of Business Management*, 4 (15), 3730-3737.
- Min, J. C. (2011). Tour guides and emotional intelligence. *Annals of tourism research*, 38(1), 322-325.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmalarına Teknikler ve (Spss Destekli) Uygulamalar*, (1. Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Nakip, M. (2005). *Pazarlama Araştırmalarına Giriş (Spss Destekli)* (2. Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.

- Özoğul, G. (2017). *Profesyonel turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile mesleki bağlılık arasındaki ilişki üzerine psikolojik sermayenin aracılık etkisi*. [Yayınlanmamış Doktora Tezi], Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Aydın.
- Seyidoğlu, H. (2000). Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı, (Geliştirilmiş 8. Baskı), Güzem Yayınları, İstanbul.
- Şahin, S. (2012). *Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus turistlerin algılamaları*. [Yayınlanmamış Yüksek Doktora Tezi]. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tsaur, S. H., & Teng, H. Y. (2017). Exploring tour guiding styles: The perspective of tour leader roles. *Tourism Management*, 59, 438-448.
- TUREB (2021). Profesyonel Turist Rehberleri Sayısı. Şu linkte bulunabilir: <https://www.tureb.org.tr/>, (Erişim tarihi: 10 Mart 2021).
- Türkmen, M. T. (2016). *Turist rehberlerinin duygusal zeka yetenekleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci Ve SPSS İle Veri Analizi. 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.
- Yazıcıoğlu, İ. Tokmak, C. & Uzun, S. (2008). Turist rehberlerinin rehberlik mesleğine bakışı, *Üniversite ve Toplum Dergisi*, 8 (2), 1-19.
- Yıldız, R., Kuşluvan, S., & Şenyurt, Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV*, 9-14.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism management*, 25 (1), 81-91.

Extended Abstract

Purpose

The study aims to determine the effect of tourist guides' personality traits and lifestyles on their innovativeness levels.

Methodology

This study aims to examine the effects of personality traits and lifestyles of professional tourist guides in Turkey on their innovativeness levels. Therefore, it has the characteristics of descriptive and exploratory research types. In the study, data were collected from 226 volunteer professional tourist guides in Turkey through a survey using the convenience sampling method.

The survey form used in the study was structured in four sections. The first section of the survey included questions about the demographic characteristics of tourist guides. The second section included a ten-item personality scale consisting of 5 sub-dimensions developed by Gosling, Rentfrow & Swann (2003). It was adapted to Turkish by Atak (2013) to determine the personality characteristics of tourist guides. The scale is in the form of a 7-point Likert type; 1=completely disagree, 2=partially disagree, 3=somewhat disagree, 4=undecided, 5=somewhat agree, 6=partially agree, and 7=completely agree.

The third part is aimed at determining the lifestyles of tourist guides. The study of Micazoğlu Çakmak (2019) was used for the lifestyle scale. The lifestyle scale is a 5-point Likert-type scale consisting of 8 sub-dimensions and 33 questions, and the scale is as follows: 1=strongly disagree, 2=disagree, 3=neither agree nor disagree, 4=agree, and 5=strongly agree. Items 2, 4, 6, 8, and 10 in the scale were reverse-coded in accordance with their initial forms. In the fourth part of the research, a scale called "attitude scale regarding adoption of innovations" was included to determine the innovativeness levels of tourist guides.

The study by Micazoğlu Çakmak (2019) was used as the basis for the scale. The attitude scale for adopting innovations consists of 5 dimensions and 21 questions and is a 5-point Likert-type scale, rated as 1 = strongly disagree, 2 = disagree, 3 = neither agree nor disagree, 4 = agree, and 5 = strongly agree. The survey was approved by the Mersin University Social and Human Sciences Ethics Committee with the decision number 86 dated 25.08.2021.

The researcher collected the survey data face-to-face and online. To determine the validity and reliability of the adapted survey, data were first collected for the pilot test. For the pilot test, data were collected from the guides registered in the Adana Guides Chamber. After the Cronbach's Alpha coefficient of the pilot test was found to be significant and the explanatory factor analysis for the construct validity of the scale was found to be substantial, data were collected for the main application. The data collected for the pilot test and the data collected for the main application were not combined.

The survey was applied between 08.11.2021 and 28.12.2021, and 226 surveys were obtained. The collected data were coded and evaluated in the statistical analysis program used for social sciences. Before the data collected for the research was analyzed, incomplete or incorrectly filled surveys were eliminated. Since five items in the Personality Traits scale were reverse-coded, reverse coding was performed. Statistical analyses were applied to determine whether the data were normally distributed.

To determine the descriptive characteristics of the obtained data, descriptive statistics such as frequency, percentage distributions, arithmetic mean, and standard deviation were used. After the normal distribution analysis of the data, reliability analysis, explanatory factor analysis, and other analyses appropriate to the purpose of the research (t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), correlation, and regression analysis) were performed.

Cronbach's Alpha was used to calculate the reliability coefficient based on the item variance of the scales used in the study. The Cronbach's Alpha reliability coefficients for the 10-item Personality Scale, the 33-item lifestyle scale, and the 21-item attitude scale towards adopting innovations were found to be .662, .801, and .739, respectively. The analysis results showed that both the lifestyle scale and the attitude scale towards adopting innovations were quite reliable, with the lifestyle scale being found to be highly reliable.

Exploratory factor analysis was applied to test the construct validity of the scales used in the study. As a result of the exploratory factor analysis conducted in the construct validity test of the Ten-Item Personality Traits Scale,

it was determined that the KMO sampling adequacy rate of the scale was .675; Bartlett's Sphericity Test was 215.861; the degree of freedom was 15 and the significance level was .000. It was determined that the Personality Traits Scale consisted of ten items and five sub-dimensions in total and explained 59.768% of the total variance.

In the factor analysis conducted for the thirty-three-item lifestyle scale, after some items were removed from the analysis for various reasons at a correlation level of .500, the study was repeated with the remaining 21 items. It was determined that the items were grouped under seven factors with eigenvalues of 1 and above, and that these seven factors explained 70.610% of the total variance. In the factor analysis conducted on the twenty-one-item innovation adoption attitude scale, the items with a correlation level below .500 were removed. As a result of the factor analysis repeated with the remaining fifteen items, it was determined that the items were gathered in five dimensions with eigenvalues of 1 and above and that these five dimensions explained 66.654% of the total variance.

Results

It was determined that 57.1% of the tourist guides participating in the study were men, 42.9% were women, 38.1% were "single," and 61.9% were "married." It was determined that 71.3% of the participants were between the ages of "41-50 and above," 71.7% had a "bachelor's degree," and 77% had a "middle" or "above middle" income. It was determined that 50% of the tourist guides participating in the research had completed tourist guide training in a "certification program," and 48.2% of them were "full-time independent" guides. It was determined that the guides mainly had been guiding for "2 years or more" and in "English". In addition, it was determined that 87.2% of the guides were "active" and 12.8% were "inactive" guides.

It was determined that the average score of the tourist guides participating in the research on the Ten-Item Personality Traits Scale was 49.3. It was determined that they were predominantly in the dimensions of "thinkers", "experienced", and "successful" in terms of their lifestyles, and in the dimensions of "early adopters" and "innovative thinkers" in terms of their innovativeness levels. When the results of multiple linear regression analysis between personality traits sub-factors and innovativeness level factors were examined, it was seen that the model was significant ($F=7.481$; $p=0.0001$). In addition, when the results of multiple linear regression analysis between the innovativeness levels of tourist guides' lifestyles and their innovativeness levels sub-dimensions were examined, it was seen that the model was significant ($F=31.547$; $p=0.000$).

Discussion and conclusion

In this study, an attempt was made to determine the effect of personality traits and lifestyles of tourist guides on their level of innovation. The research was conducted on a sample of professional tourist guides in Turkey, using data collected through a questionnaire. The field research was conducted between November 8, 2021, and December 28, 2021. In the study, the surveys were collected voluntarily with the convenience sampling method, and 226 surveys were obtained.

The study revealed statistically significant relationships between the innovativeness levels of tourist guides and their personality traits. In the survey conducted by Özoğlu (2017), it was determined that the personality traits of openness to experience, extraversion, and conscientiousness had a positive and significant effect on emotional commitment to the profession. While the dimensions of openness to experience and agreeableness positively affected continuance commitment, it was determined that the emotional balance dimension significantly and negatively affected continuance commitment. These findings are consistent with the studies conducted by Kılıç (2020) and Kabakulak (2018). On the other hand, it was determined that the personality traits of tourist guides had a significant effect on their job satisfaction and professional attitudes.

When the relationships between the innovativeness levels and lifestyles of tourist guides were examined, it was seen that there were significant relationships between the innovativeness level and lifestyle. This finding is similar to the study of Micazoğlu Çakmak (2019). As a result of the analysis, examining the effect of tourist guides' personality traits on their innovativeness levels reveals that personality traits indeed affect the innovativeness levels of guides. As a result, it has been determined that the lifestyles of professional tourist guides have a positive effect on their innovativeness levels. On the other hand, examining the impact of tourist guides' personality traits on their innovativeness levels reveals that these traits influence innovativeness in various dimensions.

Yazarın katkı oranı beyanı

Bu çalışmada yazarlar eşit düzeyde katkı beyan etmişlerdir.

Çıkar çatışması

Bu çalışmada yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir.

Etik Kurul Onayı

Bu çalışma, Prof. Dr. Sevda Sahilli Birdir danışmanlığında yapılan Ahmet Bakay'ın Yüksek lisans tezinin bir bölümünden üretilmiştir. Bu çalışmanın Etik Kurul Onayı, 25/08/2021 tarih ve 86 sayılı karar ile Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Etik Kurulu'ndan alınmıştır. Tüm sorumluluk yazarlara aittir.