

# Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi<sup>1</sup>

## The Impact of The Level of Cultural Intelligence and Self-Efficacy Beliefs Of Tourist Guides On Service Encounter

Hasret ULUSOY YILDIRIM\*

Özlem KÖROĞLU\*\*

### Öz

Bu çalışmanın amacı turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesidir. Araştırmada kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu kavramları incelenmiş ve bu kavramlar arasındaki ilişki üzerinde durulmuştur. Araştırma kısmında Türkiye'deki aktif turist rehberlerine anket uygulanarak veriler elde edilmiş istatistiksel analizler aracılığıyla bu veriler değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların kültürel zekâ düzeylerinin yüksek seviyede olduğu, özyeterlilik düzeylerinin ise orta seviyede olduğu belirlenmiştir. Araştırmada kültürel zekânın özyeterlilik üzerinde; özyeterliliğin kültürel zekâ üzerinde; kültürel zekânın hizmet sunumu üzerinde ve özyeterliliğin hizmet sunumu üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda araştırma sonuçları doğrultusunda uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Sunumu, Kültür, Kültürel Zekâ, Özyeterlilik, Turist Rehberleri

### Abstract

The purpose of this study is to determine the impact of the level of cultural intelligence and self-efficacy beliefs of tourist guides on service encounter. In the research, the concepts of cultural intelligence, self-sufficiency and service delivery were examined and the relationship between these concepts was emphasized. Applying the survey data were obtained on the active tourist guides in Turkey, and this data is evaluated through statistical analysis. The result of research indicates that the participants have high levels of cultural intelligence and mid-level of self-efficacy. In this research, it has been found that there is a positively impact of cultural intelligence on self-efficacy; self-efficacy on cultural intelligence; cultural intelligence on service encounter and self-efficacy on service encounter. In this context, practical suggestions were presented in the direction of the research results.

**Keywords:** Culture, Cultural Intelligence, Self-Efficacy, Service Encounter, Tourist Guides

### Giriş

Turizm olayı, ülke sınırlarının ötesinde gerçekleştiğinden uluslararası bir özellik taşımaktadır (Hacıoğlu, 2015, s. 115). Turistlerin kendi ülkeleri dışında çeşitli ülkeleri tanımak istemeleri turizm olayını etkileyen önemli unsurlardan biridir (Batman ve Çınar-Oğuz, 2011, s. 191). Turizm sektörünün sahip olduğu emek-yoğun yapı, beşeri ilişkileri ön plana çıkarmakta ve böylelikle turizm çalışanları ülkeyi ziyaret eden turistlerle yüz yüze ilişkiler kurmaktadır (Çelik ve Atık, 2016, s. 510). Hizmet sunumu sırasında kültürün vurgulanmasının sebepleri arasında farklı kültürlerden aktörlerin (ör. müşteri ve hizmet personeli) etkileşim süreci ve farklı diyalog tarzlarıyla ilgili farklı anlayışları olmasıdır. Kültürel farklılıklarından çıkabilecek sorunları en aza indirmek ve kültürel açıdan yetkin bir hizmet sunma konusunda turizm çalışanlarına önemli görevler düşmektedir (Hopkins, Nie ve Hopkins, 2009, s. 52). Bu görevlerin başında hizmet sunumu sırasında hizmet personelinin üstün değer yaratmak için sahip olması gereken etkili iletişimi yer almaktadır (Kotler, Armstrong, Saunders ve Wong, 1999, s. 654).

<sup>1</sup> Bu makale, Hasret Ulusoy tarafından hazırlanan "Turist Rehberlerinin Kültürel Zekâ Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

\* Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, E-mail: hasretulusoy@balikesir.edu.tr

\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, E-mail: okoroglu@balikesir.edu.tr

Sektör, turistlere, gidilen ülkenin kültürünü tanıma fırsatı sunmasının yanı sıra gidilen turistlerin kendi kültürlerini tanıtmaya fırsatı da vermektedir. Bu kültür alışverişi esnasında, turizm sektöründe turistlerle birebir iletişimde olan turist rehberlerine önemli görevler düşmektedir. Turist rehberliği en eski insan faaliyetlerinden ve turizm sektörünün yapı taşlarından biridir. Bu mesleği icra eden turist rehberleri turist gruplarıyla birebir bilgi alışverişi sağlama olanağına sahiptir (Koroğlu, Koroğlu ve Sarıoğlu, 2007, s. 30). Ayrıca turist rehberleri, hizmet yoluyla farklı insan grupları arasında köprü kuran kişi olarak gösterilmektedir (Dahles, 2002, s. 784; Zhang ve Chow, 2004, s. 82). Rehberlerin aracı ve kültür elçisi rolleri, turistlerin destinasyonu ve destinasyona ait kültürü anlama ve destinasyon hususunda ziyaretçi deneyimini iyileştirme konularında hayati bir rol oynamaktadır (Ap ve Wong, 2001, s. 551). Avcıkurt (2015, s. 97), turistlerin seyahatleri sırasında, iletişimde ve etkileşimde kültürlerin ve sembollerin anlaşılmasında turist rehberlerinin büyük rolünün bulunduğunu belirtmiştir. Geva ve Goldman (1991) tura katılanların memnuniyetinin sağlanması hususundaki sorumluluğun, rehberlere devredildiğini belirtmektedirler.

Farklı bir kültürel ortama uyum sağlamada ve farklı kültüre sahip bireylerle iletişim kurmada yetenekler oldukça önemlidir. Bu konu, zekâ kavramı hususunda bireyin sahip olduğu bilişsel yeteneklerin (IQ) tek başına etkin olmadığı görüşünü ortaya koymaktadır (Şahin ve Gürbüz, 2012, s. 126). Çok kültürlü ortamlar, bireylerin farklı kültürlere sahip olan bireylerle iletişim halinde olmasını sağlamakta ve bu durum etkili bir iletişim için belirli bir zekâyı gerektirmek ve bu da temel zekâ çalışmalarının bir uzantısı olan kültürel zekâ olarak isimlendirilmektedir (Kodwani, 2012, s. 86).

Kültürel zekâ en genel anlamda farklı kültürel ortamlarda etkin bir biçimde etkileşim halinde olma becerisi şeklinde tanımlanmaktadır (Earley, 2002, s. 274; Moon, 2010, s. 878; Templer, Tay ve Chandrasekar, 2006, s. 155; Van Dyne, Ang ve Koh, 2009, s. 233). Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler, farklı kültürleri daha kolay seyredebilmekte, anlayabilmekte ve farklı kültürel durumlarda davranışlarını etkili bir şekilde ayarlayabilmektedir (Chen, Lin ve Sawangpattanakul, 2011, s. 246). Kültürel zekâ, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır (Van Dyne, Ang ve Livermore 2010, s. 134).

Üstbilişsel kültürel zekâ, bireylerin, kültürel bilgiyi edinmek ve anlamak için kullandıkları zihinsel süreçleri ve kültüre ilişkin zihinsel süreçlerin kontrolünü ifade etmektedir (Ng ve Earley, 2006, s. 11). Bilişsel kültürel zekâ, bireyin kültürel bilgi seviyesini veya kültürel çevre hakkındaki bilgisini yansıtmakta (Crowne, 2008, s. 392) ve bir kültürün yapısı hakkında genel bilgileri içermektedir (Ang, Van Dyne ve Koh, 2006, s. 101). Bireylerin kültürler arasındaki benzer ve farklı yönleri anlamaları ile bağlantılıdır (Akdemir, Çalış-Duman ve Tunalılar, 2016, s. 35). Motivasyonel kültürel zekâ, bireyin kültürel farklılıklarının olduğu durumlarda diğer bireylerle iletişim kurabilmek adına göstermiş olduğu dikkat ve enerjiyi bu yöne doğru yönlendirebilme yeteneği olarak ifade edilmekte (Ang ve Van Dyne, 2008, s. 6) ve bireylerin özyeterliliğin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Bücker, Furrer, Poutsma, Buyens, 2014, s. 2070). Davranışsal kültürel zekâ ise, bireylerin kendi kültürleri dışındaki diğer kültürlerle iletişimleri esnasında, doğru sözlü ve sözlü olmayan davranışları (uygun kelimeler, tonlar, jestler ve yüz ifadeleri) sergileme yeteneğini ifade etmektedir (Ang vd., 2006, s. 101). Davranışsal kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireyler esnek olabilmekte ve davranışlarını her kültürel etkileşimin özelliklerine göre ayarlayabilmektedir (Ang ve Van Dyne, 2008, s. 7).

İlk defa 1977 yılında Albert Bandura tarafından Sosyal Öğrenme Kuramı'nda geçen özyeterlilik kavramı (Bandura, 2001, s. 10) bireyin görevini başarı ile gerçekleştirmesi hususunda yetenek ve kapasitesine olan inancını ifade etmektedir (Bandura, 1997, s. 46). Özyeterlilik inancı bireyin motivasyonu ve kişisel başarısında temel nokta olmakla birlikte (Chen, Gully, Eden, 2004, s. 375) performansını da etkilemektedir (Kotaman, 2008, s. 113).

Yüksek özyeterlilik inancına sahip olan bireyler, diğer bireylere göre zor görevlere daha hazır olmakta, daha fazla çalışmakta (Zimmerman, 1995, s. 204) ve daha uzun süre dayanıklılık göstermektedirler (Iroegbu, 2015, s. 170).

Hizmet sunumu, hizmeti sunan ve alan bireyler arasındaki ikili etkileşim olarak tanımlanmaktadır (Hopkins ve diğerleri, 2009, s. 45; Surprenant ve Solomon, 1987, s. 87). Bireylerin tutum ve davranışları, hizmet sunumunun niteliğini, kalitesini (Bitner, Booms ve Tetreault, 1990, s. 80) ve hizmeti sunduğu bireyler ile olan etkileşimi doğrudan etkilemektedir (Hartline ve Jones, 1996, s. 212). Hizmet sunumu, hizmet alan bireylerin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde etkili bir rol oynamaktadır (Gremier, Jo Bitner ve Evans, 1994, s. 34). Aynı zamanda, hizmet sunumu sonrası müşterilerin hizmet sağlayıcıya sadık kalmaya devam edip etmeyeceği bir başka deyişle tekrar tercih etme niyeti üzerinde de önemli rol üstlenmektedir (Kotler ve Keller, 2006, s. 410).

Farklı kültürlerin bulunduğu ortamlarda hizmet verenler için önemi giderek artan kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramlarının birlikte ele alındığı çok az akademik çalışmaya rastlanmıştır (MacNab ve Worthley, 2012; Şahin ve Gürbüz, 2012). Bu sebeple bu çalışmanın literatürdeki bu boşluğu dolduracağı ve turizm alanyazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışma, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının genel bir profilini ortaya koyması sebebiyle önem arz etmektedir. Ayrıca, kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramları turizm sektöründe hizmet veren tüm işgörenler için önem taşıdığından bu çalışmanın turizm sektöründe yapılabilecek araştırmalara da öncülük edeceği düşünülmektedir.

Ang vd. (2007) çalışmalarında kültürel zekâ konusundaki görgül araştırmaların dar kapsamlı oluşu üzerinde durmuşlar, kültürel zekânın bazı diğer değişkenlerle (görev performansı, özyeterlilik vb.) ilişkisi konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Buradan hareketle, bu çalışmada, turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

## **İlgili Araştırmalar**

Oolders, Chernyshenko ve Stark (2008), kültürel zekâ ve onun alt bileşenleri ile kişilik ve iş performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmalarında kişilik özelliklerinden olan “deneyime açıklık” ile uyarlanabilir performans arasındaki ilişkiye bakılmış, kültürel zekânın performansa olumlu yönde etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Arora ve Rohmetra (2010) çalışmalarında kültürel zekâ kavramını açıklamış ve kültürel zekânın ağırlama endüstrisindeki önemi ve etkileri üzerinde durmuşlardır. Ayrıca, çalışmada uluslararası ağırlama endüstrisine özel bir atıfta bulunarak örgütlerdeki kültürel farklılıklara köprü olmada ve farklılıklardan faydalanmak için kültürel zekâyı vurgulayan bir model önerisi sunulmuştur. Rose vd. (2010) yaptıkları çalışmada kültürel zekânın dinamik kültürlerarası yetkinliğinin boyutları ve kendi ülkesi dışında çalışan bireylerin iş performansı üzerine etkilerini araştırmıştır. Kültürel zekânın, uluslararası görevlerde çalışan bireylerin iş performansını kolaylaştıran önemli bir kültürlerarası yetkinlik olduğu ve özellikle üstbilişsel ve davranışsal kültürel zekâyı sahip olan çalışanların performanslarından daha iyi sonuç alındığına ulaşmıştır. Şahin ve Gürbüz (2012) tarafından yapılan çalışmada kültürel zekâ ile öz-yeterliliğin, görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, kültürel zekâ ile öz-yeterliliğin örgütsel vatandaşlık davranışını ve performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada, genel performansın anlaşılması açısından hem kültürel zekânın hem de öz-yeterliliğin dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır. Ersoy ve Ehtiyar (2015), kültürel farklılıkların yönetimi üzerinde, yabancı yöneticilerin sahip olduğu kültürel zekâ düzeylerinin etkisini saptamayı amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda, kültürel zekâ boyutları olan motivasyonel, davranışsal ve bilişsel kültürel zekâ düzeylerinin kültürel farklılıkların

yönetimi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ve kültürel farklılıkların yönetilmesi konusunda kültürel zekânın yadsınamaz bir katkısının olduğu saptanmıştır.

Stajkovic ve Luthans (1998)'ın özyeterlilik inancı ve iş performansı arasındaki ilişkiyi meta analiz yaparak inceledikleri çalışmada özyeterlilik inancının iş ile ilgili en önemli performans belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. MacNab ve Worthley (2012) bireysel nitelikler (özyeterlilik, uluslararası seyahat deneyimi, yönetim ve iş deneyimi) ile kültürel zekâ ve kültürel zekâ kapasitesinin geliştirilmesi ile arasındaki teorik ilişkileri test etmişler, 370'den fazla yöneticinin ve yönetim öğrencisinin oluşturduğu çok kültürlü bir grubu incelemişlerdir. Bulgular, özyeterliliğin, kültürel zekâ kapasitesinin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Zhang ve Chow (2004) tarafından yapılan çalışmada turistlerinin algıladıkları hizmet kalitesinin önemini ve bu hizmet kalitesini sağlarken gösterdikleri performansın düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, Hong Kong'un turist rehberlerinin vaat edilen hizmeti çok iyi yerine getirdiği ve özellikle dakiklik açısından profesyonel standartlara ulaştığı saptanmıştır. Bununla birlikte turist rehberlerinin problem çözme becerilerinin zayıf kaldığı ve bu konuda yetersiz oldukları da belirlenmiştir. Arslantürk, Altunöz ve Çalık (2013) turist rehberleri tarafından sunulan hizmet kalitesini SERVQUAL yaklaşımı ile ölçmüş ve sunulan hizmetlerin belli bir standardı olabilmesi için hizmeti sunan bireyin bilgi, beceri, motivasyon ve teknik donanımının hizmet sunumu esnasında kullanılan alet ve teçhizatlardan daha önemli olduğunu vurgulamışlardır. Bir başka ifadeyle, turist rehberlerinin teknik bilgi ve becerinin yanı sıra, bunları sergileyebileceklerine dair inançlarının da olması gerekmektedir. Buradan hareketle, turist rehberlerinin sundukları hizmette kültürel zekâ ve özyeterlilik kavramlarının etkisinin olduğu düşünülmektedir.

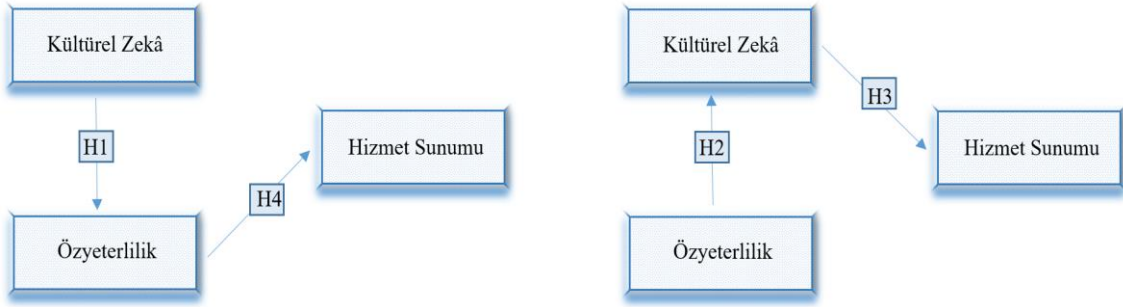
## **Problem Durumu**

Kültürlerarası etkileşimlerde önemli bir rolü olan turist rehberlerinin (Leclerc ve Martin, 2004, s. 182) etkin bir iletişim becerisine sahip olmaları gerekmektedir. Turist rehberlerinin farklı kültürlere mensup olan turistlerle etkileşime girmeleri ve karşı karşıya geldikleri kültürleri analiz etmeleri için bu kültürlere duyarlı olmaları şarttır. Kültürel zekâ, farklı milliyetlere mensup olan turistleri tanıma ve anlamada önemli bir ölçüt olarak görülmektedir (Ersoy ve Ehtiyar, 2015, s. 43). Turist rehberleri, çok kültürlü ortamlarda, farklı kültürel özelliklere ve davranışlara sahip olan turistlere hizmet etmek durumunda kalmakta ve bu sebeple de kültürel zekâyı ihtiyaç duymaktadırlar. Karşı karşıya kalınabilecek güç durumların üstesinden gelme hususunda, başarabileceğine olan inancı (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016, s. 75) turist rehberlerinin sundukları hizmeti doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, kültürel zeka düzeyi ve özyeterlilik inancı yüksek olan turist rehberleri turistlere daha iyi hizmet sunacaktır. Kültürlerarası boyutta iletişimi ve etkileşimi güçlendiren ve farklı kültürlerden bireyleri anlamayı sağlayan kültürel zekâ düzeyi ve bireylerin belli görevleri yerine getirmede bireylerin kendilerine olan inancı olan özyeterlilik inancının hizmet sunumuna etkisi araştırılması gereken bir problem olarak görülmektedir.

## **Yöntem**

### **Araştırmanın Modeli**

Şekil 1'de araştırma modeli gösterilmektedir. Bu modele göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumunu etkilediği varsayılmaktadır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri kültürel zekâ ve özyeterlilik, bağımlı değişkeni ise hizmet sunumudur.



**Şekil 1:** Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisi (Yazarlar tarafından geliştirilmiştir).

MacNab ve Worthley (2012) bireysel nitelikler (özyeterlilik, uluslararası seyahat deneyimi, yönetim ve iş deneyimi) ile kültürel zekâ ve kültürel zekâ kapasitesinin geliştirilmesi ile arasındaki teorik ilişkileri test etmişler, yöneticiler ve yönetim öğrencilerinin oluşturduğu çok kültürlü bir grubu incelemişlerdir. Bulgular, özyeterliliğin, kültürel zekâ kapasitesinin başarılı bir şekilde gelişmesini sağlayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Ang vd. (2007) çalışmalarında kültürel zekâ konusundaki görgül araştırmaların dar kapsamlı oluşu üzerinde durmuşlar, kültürel zekânın bazı diğer değişkenlerle (görev performansı, özyeterlilik vb.) ilişkisi konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Kültürel zekâ ile özyeterliliğin ilişkilendirildiği çalışmalardan hareketle (MacNab ve Worthley, 2012; Şahin ve Gürbüz, 2012) çalışmanın birinci ve ikinci hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1</sub>:** Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H<sub>2</sub>:** Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Kültürel zekâ düzeyi yüksek olan bireylerin çok kültürlü bir ortama kolay uyum sağlayabilecekleri ve karşılaşılabilecek güçlüklerin üstesinden gelerek performanslarını arttırabilecekleri ifade edilmektedir (Ang vd, 2007; Ang ve Van Dyne, 2008). Bireylerin sahip oldukları tutum ve davranışların hizmet sunumunun niteliğini, kalitesini (Bitner vd., 1990) ve hizmeti sunduğu bireylerle olan etkileşimi doğrudan etkilemektedir (Hartline ve Jones, 1996, s. 212). Buradan hareketle, kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumunu etkileyebileceği düşünülmüş ve bu doğrultuda üçüncü hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>3</sub>:** Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

İlgili alanyazın incelendiğinde özyeterlilik inançlarının performansa yönelik olumlu katkılarının olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Stajkovic ve Luthans, 1998; Judge vd., 2007). Buradan hareketle özyeterlilik inançlarının hizmet sunumunu etkileyebileceği düşünülmüş ve bu doğrultuda dördüncü hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>4</sub>:** Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

### Araştırmanın Değişkenleri ve Ölçümü

Araştırmanın bağımsız değişkenlerinden biri kültürel zekâdır. “Kültürel zekâ ölçeği”, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal olmak üzere dört boyuttan ve yirmi sorudan oluşmaktadır. Ang vd. (2007) tarafından geliştirilen kültürel zekâ ölçeği, Şahin, Gürbüz, Köksal ve Ercan (2012) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır.

Araştırmanın diğer bağımsız değişkeni ise özyeterliliktir. Sherer vd. (1982) tarafından geliştirilen ölçek, genel özyeterlilik ve sosyal özyeterlilik olmak üzere iki boyut ve yirmi üç

sorudan oluşmaktadır. Özgün hali on dört dereceli olan ölçek, Sherer ve Adams (1983) tarafından beşli likert tipi ölçeğe çevrilmiştir. Gözüm ve Aksayan (1999) iki boyut ve yirmi üç sorudan oluşan bu ölçeğin Türkçe çevirisi üzerinde çalışmışlardır. Ancak araştırmacılar ölçek kapsamındaki alt gruplara ait maddelerin dağılımlarının sayısı bakımından farklılık gösterdiğini, bazı maddelerin içinde buldukları faktörle iyi uyum gösteremediklerini belirterek, ölçeğin toplam puan üzerinden değerlendirilmesini önermişlerdir.

Araştırmanın bağımlı değişkeni olan hizmet sunumunu ölçmek için Bilgiçer (2011) tarafından kullanılan ve dokuz sorudan oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek dört farklı ölçekten yararlanılarak Türkçe formu uyarlanmıştır. Her üç ölçekte de yer alan ifadeler beşli Likert tipi ölçekle ölçülmüştür (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Araştırmacılar tarafından alınan izinler doğrultusunda bu ölçekler anket formunda kullanılmıştır.

### **Evren ve Örneklem**

Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın resmi web sayfasında bulunan 2017 yılı güncel verilerine göre 10.176 turist rehberi bulunmaktadır. Çalışma kartına sahip olan turist rehberi sayısı 6.298’dir (Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 2017). Ayrıca, BİMER aracılığıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı’na güncel bilgi talebinde bulunmuş ve belirtilen istatistiksel veriler 8 Mayıs 2017 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Daire Başkanlığı tarafından iletilmiştir.

Çalışma kartına sahip olan 6.298 turist rehberleri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu sebeple, bu araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme metodu seçilmiştir. Örneklem, bir bölge veya oda ile sınırlandırılmamış; Türkiye genelinde kurulmuş olan ADRO, BURO, ÇARO, GARO, ŞURO ve TRO olmak üzere 6 bölgesel rehberler odası ve ANRO, ARO, ATRO, İRO, İZRO, MURO ve NERO olmak üzere 7 rehberler odasına üye olan eylemli turist rehberleri örnekleme dâhil edilmiştir. Anket toplama sürecinin sonunda 389 turist rehberine ulaşılmıştır. Ancak iki adet anketin belli bir kısmı yeterli veriye sahip olmadığı için değerlendirme kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmanın analizleri 387 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

### **Veri Toplama Aracı ve Süreci**

Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Hazırlanan anket formu Ekim, 2016 ve Nisan, 2017 tarihleri arasında uygulanmıştır. Araştırmaya dâhil olan turist rehberlerinin katılımları gönüllülük esasına dayanmıştır, baskı veya zorlama söz konusu değildir. Anketler, yüz yüze, telefon ve internet ortamında oluşturulan anketlerin e-posta yolu ile katılımcılara iletilmesiyle katılımları sağlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisinin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan anketin, araştırmaya katılan turist rehberleri tarafından içtenlikle yanıtlanacağı varsayılmıştır.

### **Verilerin Analizi**

Anket yoluyla elde edilen veriler istatistiksel veri analiz programları kullanılmıştır. Elde edilen veriler programa girildikten sonra analizleri yapılmıştır. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerini içeren frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra kültürel zekâ ölçeği için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılarak, ölçeklere ilişkin ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmuştur. Araştırmanın hipotez testleri için regresyon analizi kullanılmıştır. Analizlerde 0,05 anlamlılık düzeyi esas alınmıştır.

## Bulgular ve Yorum

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans analizinin sonuçları Tablo 1’de görülmektedir. Erkek katılımcıların oranı % 70,3 (n= 272) iken kadın katılımcıların oranı % 29,5 (n= 114)’tir. Medeni duruma ilişkin sonuçlara bakıldığında % 52,7 (n= 204) oranla bekâr katılımcıların çoğunlukta oluşu saptanmıştır. Evli katılımcıların oranının % 46,5 (n= 180) olduğu görülmektedir. Katılımcıların ikisi tarafından diğer seçeneği işaretlenerek boşanmış oldukları belirtilmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunluğu % 59,9 (n= 232) oranıyla 26-35 yaş aralığında bulunmaktadır. Yaş aralığı oranları sırasıyla 36-45 yaş arası % 19,4 (n= 75), 46-55 yaş arası % 10,6 (n= 41), 18-25 yaş aralığı 7,5 (n= 29), 56- 65 yaş arası % 2,1 (n= 8) ve 66 yaş ve üzeri % ,03 (n= 1) şeklindedir. Katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında % 60,5’inin (n= 234) lisans düzeyinde, % 18,1’inin (n=70) ön lisans düzeyinde, % 16,3’ünün (n= 63) lisansüstü düzeyinde ve % 5,2’sinin de (n= 20) lise düzeyinde eğitim aldığı görülmektedir.

**Tablo 1:** Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans analizi sonuçları

		n	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	114	29,5
	Erkek	272	70,3
	Eksik veri	1	0,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>
<b>Medeni Durum</b>	Evli	180	46,5
	Bekâr	204	52,7
	Diğer	2	0,5
	Eksik veri	1	0,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>	18-25 yaş arası	29	7,5
	26-35 yaş arası	232	59,9
	36-45 yaş arası	75	19,4
	46-55 yaş arası	41	10,6
	56-65 yaş arası	8	2,1
	66 yaş ve üzeri	1	0,3
	Eksik veri	1	0,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>
<b>Öğrenim Durumu</b>	Lise	20	5,2
	Ön lisans	70	18,1
	Lisans	234	60,5
	Lisansüstü	63	16,3
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

Katılımcıların mesleki özelliklerine ilişkin frekans analizinin sonuçları Tablo 2’de görülmektedir. Katılımcılar % 45,2 (n= 175) oranıyla turist/turizm rehberliği lisans programlarından, % 29,2 (n=113) oranıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarından ve % 25,1 (n= 97) oranıyla turist/turizm rehberliği ön lisans programlarından mesleki rehberlik eğitimi almışlardır. Mesleğin icra edildiği yıla ait bulgular incelendiğinde % 33,6’sının (n= 130) 5-9 yıl arası, % 29,5’inin (n= 114) 1-4 yıl arası, % 23’ünün (n=89) 10-14 yıl arası, % 9,3’ünün (n=36) 1 yıldan az ve % 4,7’sinin (n=18) 15 yıl ve daha fazla sürede rehberlik mesleğinin icra edildiği gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin üye oldukları odalar sırasıyla % 22,0 (n=85) oranıyla İRO, % 21,4 (n=83) oranıyla NERO, %14,5 (n=56) oranıyla ARO, % 10,1 (n=39) oranıyla İZRO, % 7,2 (n=28) oranıyla MURO, % 6,7 (n=26) oranıyla ADRO, % 5,9 (n=23) oranıyla BURO, % 5,7 (n=22) oranıyla TRO ve % 1,6 (n=6) oranıyla ANRO’dur. ATRO, ÇARO, GARO ve ŞURO’dan ankete katılan turist rehberi % 0,8 oranındadır. Bununla birlikte katılımcıların % 1,8’i (n=7) üyesi oldukları odayı belirtmemiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun serbest çalıştığı

gözlenmektedir. Katılımcıların % 82,2'si (n=318) serbest çalışırken, % 12,1'i (n=47) kadrolu, % 4,9'u (n=19) ise sözleşmeli çalışmaktadır. Katılımcıların % 0,8'i (n=3) çalışma şeklini belirtmemiştir. Mesleklerini icra edildiği dillere bakıldığında, % 95,1 (n=368) oranında İngilizce, % 20,2 (n=78) oranında Almanca, % 6,7 (n=26) oranında Fransızca, % 6,2 (n= 24) oranında İtalyanca, % 9 (n= 35) oranında İspanyolca, % 5,7 (n=22) oranında Portekizce, % 4,1 (n=16) oranında Japonca ve % 0,5 (n=2) oranında Çince dillerinde hizmet verildiği görülmektedir. "Diğer" seçeneğini işaretleyen katılımcıların % 0,3'ü (n= 1) Arapça, % 0,3'ü (n=1) Korece, % 0,3'ü (n=1) Lehçe ve % 4,1'i (n=16) Rusça dillerinde mesleklerini icra etmektedir.

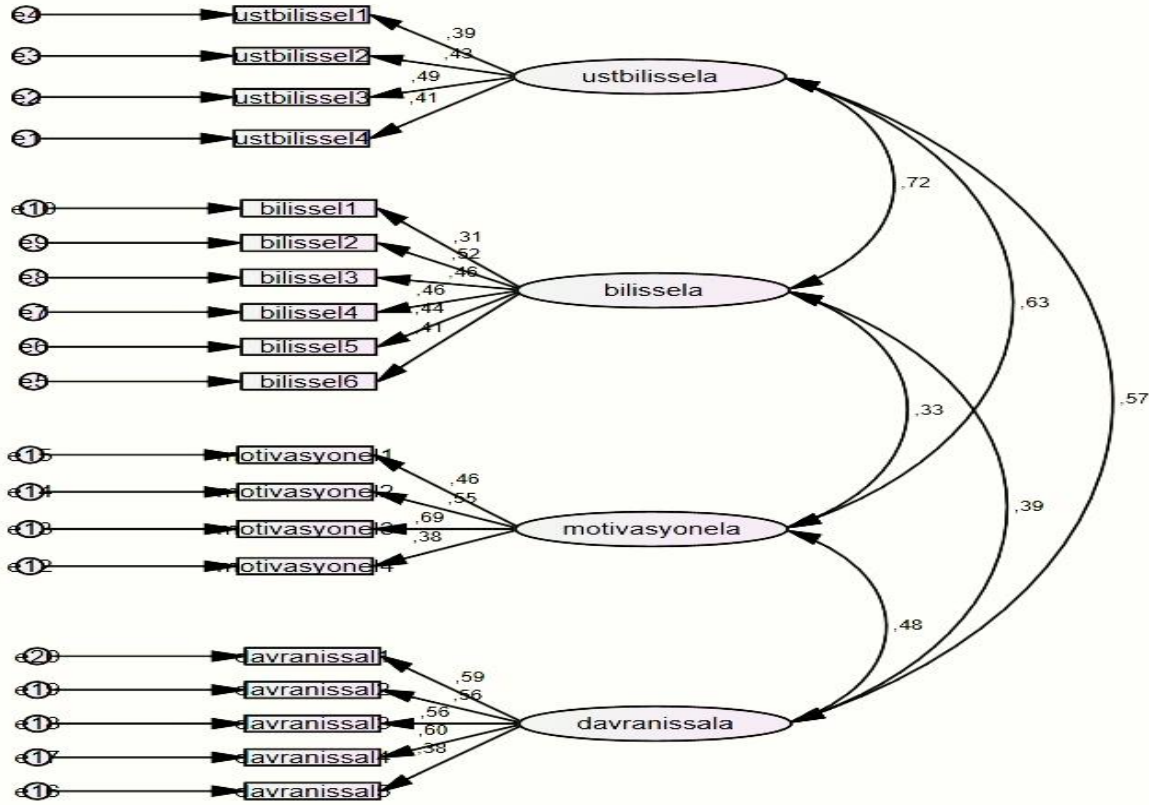
**Tablo 2:** Katılımcıların mesleki özelliklerine ilişkin frekans analizi sonuçları

		n	%		
<b>Mesleki Rehberlik Eğitimi</b>	Turist Rehberliği Ön Lisans Programı (Meslek Yüksekokulu - 2 Yıllık)	97	25,1		
	Turist/Turizm Rehberliği Lisans Programı (Yüksekokul/Fakülte - 4 Yıllık)	175	45,2		
	Kültür ve Turizm Bakanlığı Sertifika Programı	113	29,2		
	Diğer	2	0,5		
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>		
<b>Mesleğin İcra Edildiği Yıl</b>	1 yıldan az	36	9,3		
	1-4 yıl	114	29,5		
	5-9 yıl	130	33,6		
	10-14 yıl	89	23,0		
	15 yıl ve daha fazla	18	4,7		
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>		
<b>Odalar</b>	ADRO	26	6,7		
	ANRO	6	1,6		
	ARO	56	14,5		
	ATRO	3	0,8		
	BURO	23	5,9		
	ÇARO	3	0,8		
	GARO	3	0,8		
	İRO	85	22,0		
	İZRO	39	10,1		
	MURO	28	7,2		
	NERO	83	21,4		
	ŞURO	3	0,8		
	TRO	22	5,7		
	Eksik Veri	7	1,8		
	<b>Toplam</b>	<b>387</b>	<b>100</b>		
	<b>Çalışma Şekli</b>	Kadrolu	47	12,1	
Sözleşmeli		19	4,9		
Serbest		318	82,2		
Eksik Veri		3	0,8		
<b>Toplam</b>		<b>387</b>	<b>100</b>		
<b>Yabancı Dil</b>		<b>Evett</b>		<b>Hayır</b>	
		<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
	İngilizce	368	95,1	19	4,9
	Almanca	78	20,2	309	79,8
	Fransızca	26	6,7	361	93,3
	İtalyanca	24	6,2	363	93,8
	İspanyolca	35	9,0	352	91,0
	Portekizce	22	5,7	365	94,3
	Japonca	16	4,1	371	95,9
	Çince	2	0,5	385	99,5
Diğer	19	5,0	368	95,1	



## Modelde Yer Alan Kültürel Zekânın Boyutlarına İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Kültürel zekâ ölçeğine uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, faktör yükü düşük olduğundan ölçekten bir madde çıkarılmış ve analizler 19 madde üzerinden değerlendirilmiştir. Kültürel zekâ ölçeğine ilişkin standardize edilmiş doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonuçları Şekil 2’de yer almaktadır. Buna göre kültürel zekâ, üstbilişsel, bilişsel, motivasyonel ve davranışsal değişkenlerini açıklamaktadır.



Şekil 2: Kültürel zekâ ölçeğine ilişkin alt boyut ve maddeleri gösteren diyagram (Standardize edilmiş)

Kültürel zekâ ölçeğinin geçerliliğini ifade eden uyum iyiliği değerleri ve ölçeğinin yorumlanmasında kullanılan istatistikler Tablo 3’te yer almaktadır. Çapık (2014, s. 200), Ki-kare istatistiğinin örneklem büyüklüğünden çok çabuk etkilendiğini belirterek, örneklemden daha az etkilenen  $\chi^2/df$  oranının bunun yerine kullanılabileceğini ifade etmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde;  $\chi^2$  (Ki-kare) değerinin (Chi-Square) ( $\chi^2=247,949$ ) serbestlik derecesine ( $df=146$ ) oranı ( $\chi^2/df$ ) 1,698’dir. Modelin iyi bir model olduğu Ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranının 2 ya da altında olması ile açıklanmaktadır. Modelin uyum iyiliğinin kabul edilebilir bir değer olması ise, oranın 5 ya da 5’in altında bir değer olmasıyla ilişkilendirilmektedir (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008, s. 54). Buradan hareketle, modelin iyi bir model olduğu söylenebilmektedir. Ancak Yeniçeri ve Erten (2008, s. 242), örneklem büyüklüğüne son derece duyarlı olan Ki-kare değerinin modelle veri arasındaki uyum değerlendirilirken tek başına yeterli olmadığını belirtmişlerdir.

RMSEA (Yaklaşık hataların ortalama karekökü) değeri ve AGFI (Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi) model ve veri arasındaki uyum değerlendirilirken kullanılan değerlerdir. RMSEA değeri 0,043, AGFI değeri ise 0,92’dir. Belirtilen değerler iyi bir uyum iyiliği değerinin göstergesi olmaktadır. GFI (Uyum iyiliği indeksi) değeri, 0,93 olup bu değer kabul edilebilir bir uyum iyiliği değerini ifade etmektedir. Veri ile model arasındaki uyumu değerlendirmede kullanılan bir diğer ölçüt CFI (Karşılaştırmalı uyum indeksi)’dir. CFI değeri 0,88’dir. Bu değer kabul edilebilir değerinin altındadır. Yapılan analizler neticesinde CFI

dışında tüm uyum iyiliği istatistiklerinde istenilen düzeyi yakalanmıştır. Elde edilen bu uyum indeksleri modelin iyi bir uyuma sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 3:** Kültürel zekâ ölçeği uyum iyiliği değerleri

İndeksler	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	$\chi^2/df$	P Değeri	RMSEA	CFI	GFI	AGFI
Değerler	247,949	146	1,698	0,000	0,043	0,883	0,939	0,920

### Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizleri

Tablo 4'te ölçeklerin güvenilirlik katsayıları yer almaktadır. Kalaycı (2006) 0,60 ve 0,80 aralığındaki  $\alpha$  değerinin ölçeğin oldukça güvenilir olduğu anlamına geldiğini belirtmektedir.

**Tablo 4:** Kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve güvenilirlik katsayıları

Ölçekler	Güv. Katsayısı (Alpha)
Kültürel Zekâ	0,753
Özyeterlilik	0,713
Hizmet Sunumu	0,671

### Kültürel Zekâ, Özyeterlilik ve Hizmet Sunumu Ölçeklerine İlişkin Bulgular

Tablo 5'te kültürel zekâ ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin "Farklı kültürel geçmişi olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım." maddesi 4,50 ortalamayla en yüksek ortalamaya sahip maddesidir. Ölçeğin "Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim." maddesi ise 3,40 ortalamayla en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların genel kültürel zekâ düzeylerinin 4,12 ortalamayla yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 5:** Kültürel zekâ ölçeğinin aritmetik ortalama, standart sapma değerleri

İfadeler	$\bar{X}$	SS
Farklı kültürel geçmişi olan kişilerle birlikteyken kullandığım kültürel bilginin farkındayım.	4,50	0,57
Alışkın olmadığım kültürden birileriyle etkileşime geçtiğimde kültürel bilgimi duruma uygun olarak kullanırım.	4,39	0,66
Kültürlerarası etkileşimlerde kullandığım kültürel bilginin farkındayım.	4,42	0,64
Farklı kültürlerden birileriyle etkileşim halindeyken kültürel bilgimin doğruluğuna dikkat ederim.	4,49	0,60
Başka kültürlerin yasal ve ekonomik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.	3,79	0,82
Başka dillerin kurallarını (kelime, gramer vb.) bilirim.	4,17	0,70
Başka kültürlerin değerlerini ve dini inançlarını hakkında bilgi sahibiyim.	4,14	0,60
Başka kültürlerin evlilik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.	3,60	0,88
Başka kültürlerin el sanatları hakkında bilgi sahibiyim.	3,40	0,85
Başka kültürdeki jest, mimik vb. sözel olmayan davranışların sergileme kurallarını bilirim.	3,69	0,82
Başka kültürlerden insanlarla bir arada olmaktan hoşlanırım.	4,43	0,79
Alışkın olmadığım bir kültürde yerel insanlarla kaynaşabileceğime eminim.	4,35	0,76
Benim için yeni olan bir kültüre uyum sağlamada karşılaşacağım güçlüklerle başa çıkacağıma eminim.	4,35	0,70
Alışkın olmadığım kültürlerde yaşamaktan hoşlanırım.	3,95	0,91
Sözel davranışlarımı (ses tonu, aksan vb.) kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.	4,24	0,77
Konuşurken tonlama ve duraksamayı, kültürlerarası duruma uygun olarak değişik bir şekillerde kullanırım.	4,19	0,84
Konuşma biçimimi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre ayarlarım.	4,20	0,67
Kültürlerarası iletişimde ne kadar gerekliyse sözel olmayan davranışlarımı ona göre ayarlarım.	4,10	0,75
Yüz ifademi kültürlerarası iletişimin gereklerine göre değiştiririm.	4,03	0,87
<b>Toplam</b>	<b>4,12</b>	<b>0,74</b>

Tablo 6'da özyeterlilik ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin "Ben kendime güvenen bir insanım." maddesi 4,27 ortalama ile en

yüksek ortalamaya sahip maddesidir. Ölçeğin “Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığımda kolaylıkla vazgeçerim.” maddesi ise 3,21 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların özyeterlilik düzeylerinin 3,93 ortalama ile yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 6:** Özyeterlilik ölçeğinin aritmetik ortalama, standart sapma değerleri

İfadeler	$\bar{X}$	SS
Yaptığım planları gerçekleştireceğimden eminim.	4,17	0,76
Yapmam gereken bir işe girişememe gibi bir problemim var.	3,88	1,10
Bir işi bir seferde yapamıyorsam, yapıncaya kadar devam ederim.	4,15	0,87
Kendim için önemli hedefler koyduğumda nadiren başarırım.	4,10	0,93
İşleri yapıp sonuçlandırmadan yapmaktan vazgeçerim.	4,26	0,89
Zorluklarla karşılaşmaktan kaçınırım.	4,12	0,98
Bazı işler çok karışık görünüyorsa yapmak için sıkıntıya girmem.	3,77	1,25
Hoşlanmadığım ancak yapmam gereken işler varsa bitirinceye kadar uğraşırım.	3,98	1,09
Bir şeyi yapmaya karar verdiğimde onun üzerinde çalışmaya devam ederim.	4,33	0,81
Yeni bir şey öğrenmeye çalıştığımda başlangıçta başarılı olamazsam hemen vazgeçerim.	4,13	0,86
Beklenmedik problemler ortaya çıktığında üzerinde fazla durmam.	3,49	1,30
Benim için çok zor göründüklerinde, yeni şeyler için çaba göstermekten kaçınırım.	4,03	1,08
Başarısızlık beni daha çok teşvik eder.	3,44	1,16
Bir şeyleri yapabilme konusunda kendime fazla güvenmem.	3,96	1,08
Ben kendime güvenen bir insanım.	4,27	0,91
Kolaylıkla vazgeçerim.	4,12	1,00
Hayatta ortaya çıkan problemlerin üstesinden gelme yeteneğini kendimde bulurum.	4,23	0,98
Yeni arkadaş edinmek benim için zordur.	3,95	1,28
Tanışmak istediğim birisini görürsem, onun bana gelmesini beklemek yerine ben giderim.	3,69	1,09
Arkadaşlık kurulması güç, ilginç birisiyle tanışırsam, o kişiyle arkadaş olmaktan hemen vazgeçerim.	3,59	1,10
Bana ilgi göstermeyen biriyle arkadaş olmaya çalıştığımda kolaylıkla vazgeçerim.	3,21	1,25
Sosyal toplantılarda kendimi rahat hissetmem.	3,86	1,25
Arkadaşlarımı, arkadaş edinmede kişisel yeteneklerimle kazanırım.	3,82	0,99
<b>Toplam</b>	<b>3,93</b>	<b>1,04</b>

Tablo 7’de hizmet sunumu ölçeğine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin “Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum” maddesi 4,55 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahip olan maddesidir. Ölçeğin “Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm” maddesi ise 4,14 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan maddesidir. Katılımcıların genel hizmet sunumu düzeylerinin 4,38 ortalama ile yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 7:** Hizmet sunumu ölçeğinin aritmetik ortalama, standart sapma değerleri

İfadeler	$\bar{X}$	SS
Turistlere hizmet verirken kendimi ifade edebilirim.	4,39	0,66
Turistlere hizmet verirken onların ihtiyaçlarına göre hizmet tarzımı değiştiririm.	4,14	0,75
Turistlere hizmet verirken kendilerini konforlu hissetmeleri için özel çaba gösteririm.	4,35	0,73
Turistlere hizmet verirken onların özel ihtiyaçlarıyla da yakından ilgilenirim.	4,35	0,69
Turistlere hizmet verirken öngörülü bir biçimde ihtiyaçlarını anlar ve ona göre davranırım.	4,36	0,67
Turistlere hizmet verirken onların şikâyetlerini nazik ve sakin bir tavırla dinler, problemlerini çözerim.	4,50	0,55
Turistlere hizmet verirken onlarla arkadaşça ilgilenirim.	4,38	0,68
Turistlere hizmet verirken beklenmeyen bir durum doğsa bile onlarla etkili bir biçimde ilgilenirim.	4,44	0,59
Genel anlamda düşündüğümde yaptığım işten memnunum.	4,55	0,61
<b>Toplam</b>	<b>4,38</b>	<b>0,65</b>

Yapılan Kolmogorov- Smirnov ve Shapiro- Wilk testleri sonucunda kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu değişkenlerinin normal dağılım seğılemediğı ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ) görülmüştür. Bu doğrultuda kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine parametrik analizlerin uygulanabilmesi için verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri hesaplanmıştır. Tablo 8’de değişkenlerin bu değerlere ilişkin bilgileri yer almaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçeğine ilişkin çarpıklık değerlerine bakıldığında puanların belirtilen sınırlar içinde kalmadığı tespit edilmiştir. Normal dağılıma sahip olmadığı görülen kültürel zekâ ve özyeterlilik ölçeklerine ilişkin veriler için parametrik olmayan analizler uygulanmıştır. Ancak, katılımcıların hizmet sunumu ölçüm puanlarının ise belirtilen sınırlar içinde kaldığı ve normal dağılım sergilediğı görülmektedir. Hizmet sunumu ölçeğine ilişkin veriler için parametrik analizler uygulanmıştır.

**Tablo 8:** Kültürel zekâ, özyeterlilik ve hizmet sunumu ölçeklerine ilişkin çarpıklık- basıklık değerleri

Ölçekler		İstatistik	Standart Hata
Kültürel Zekâ	Çarpıklık (Skewness)	-1,234	0,124
	Basıklık (Kurtosis)	7,441	0,247
Özyeterlilik	Çarpıklık (Skewness)	-0,690	0,124
	Basıklık (Kurtosis)	2,223	0,247
Hizmet Sunumu	Çarpıklık (Skewness)	-0,330	0,124
	Basıklık (Kurtosis)	0,494	0,247

Katılımcıların kültürel zekâ ve özyeterlilikleri ile sosyo-demografik ve mesleki özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Mann-Whitney U Testi ve Kruskal- Wallis testleri uygulanmış, ancak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Katılımcıların hizmet sunumu ile sosyo-demografik ve mesleki özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla ise bağımsız grup  $t$  testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri kullanılmış, ancak yalnızca katılımcıların özyeterlilikleri ile çalışma şekilleri ( $p=0,001$ ;  $p\leq 0,05$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

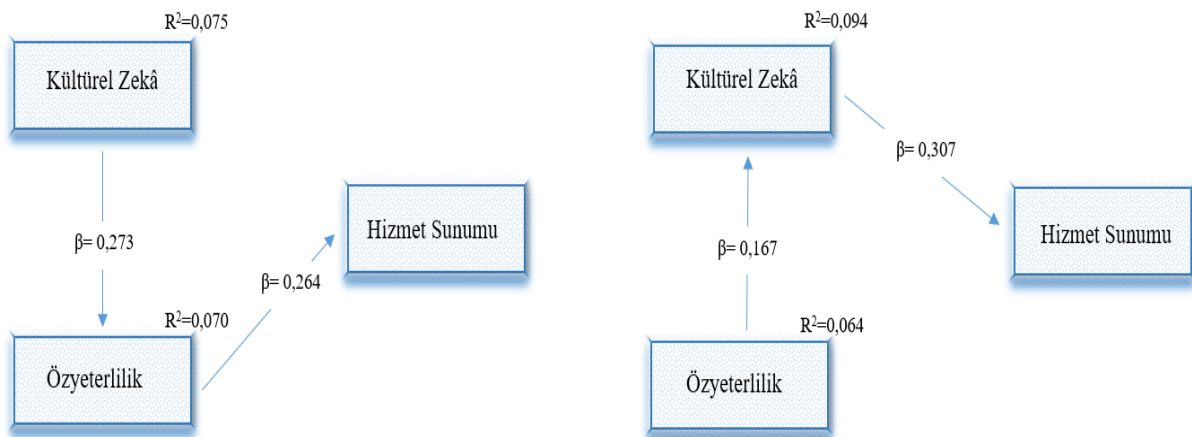
### Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Tablo 5’te araştırmanın hipotezlerine ait regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.  $H_1$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlara göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,273$ ) saptanmış, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,075 olarak hesaplanmıştır. Özyeterlilik inançlarındaki değişimlerin % 7,5’inin kültürel zekâyâ bağılı olduğu söylenebilir.  $H_2$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,167$ ) saptanmıştır. Bununla birlikte, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,064 olarak hesaplanmıştır. Kültürel zekâ düzeylerindeki değişimlerin % 6,4’ünün özyeterlilik inançlarına bağılı olduğu söylenebilir.  $H_3$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Değişkenler arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,307$ ) saptanmıştır. Belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,094 olarak hesaplanmıştır. Hizmet sunumlarındaki değişimlerin % 9,4’ünün kültürel zekâyâ bağılı olduğu söylenebilir.  $H_4$  hipotezinin regresyon analizi sonuçlarına göre turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi vardır ( $p<0,05$ ). Özyeterlilik inanç düzeyleri ile hizmet sunumları arasında pozitif yönlü zayıf bir ilişki ( $r=0,264$ ) saptanmış, belirlilik (determinasyon) katsayısı ( $r^2$ ) 0,070 olarak hesaplanmıştır. Hizmet sunumlarındaki değişimlerin % 7’sinin özyeterlilik inançlarına bağılı olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar neticesinde dört hipotez de kabul edilmiştir.

**Tablo 5:** Araştırma hipotezlerinin regresyon analizi sonuçları

<b>H<sub>1</sub></b> = Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>Sig. (p)</b>
Sabit		10,541	0,000
Kültürel Zekâ	0,273	5,577	0,000
<b>Bağımlı Değişken:</b> Özyeterlilik (R <sup>2</sup> = 0,075; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,072; F=31,101; p=0,000)			
<b>H<sub>2</sub></b> = Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>Sig. (p)</b>
Sabit			0,000
Özyeterlilik	0,167	5,124	0,000
<b>Bağımlı Değişken:</b> Kültürel Zekâ (R <sup>2</sup> = 0,064; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,061; F= 26,258; p= 0,000 )			
<b>H<sub>3</sub></b> = Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>Sig. (p)</b>
Sabit		14,044	0,000
Kültürel Zekâ	0,307	6,324	0,000
<b>Bağımlı Değişken:</b> Hizmet Sunumu (R <sup>2</sup> = 0,094; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,092; F=39,992; p=0,000)			
<b>H<sub>4</sub></b> = Turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	<b>Beta (β)</b>	<b>t</b>	<b>Sig. (p)</b>
Sabit		19,974	0,000
Özyeterlilik	0,264	5,365	0,000
<b>Bağımlı Değişken:</b> Hizmet Sunumu (R <sup>2</sup> = 0,070; Düzeltilmiş R <sup>2</sup> = 0,067; F=28,788; p=0,000)			

Araştırma hipotezleri için yapılan analizlerin sonucunda araştırmaya ait oluşturulmuş sonuç modeli Şekil 3'te gösterilmektedir. Kültürel zekâ düzeylerinin özyeterlilik inançları üzerinde; özyeterlilik inançlarının kültürel zekâ düzeyleri üzerinde; kültürel zekâ düzeylerinin hizmet sunumu üzerinde ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumu üzerinde etkisi vardır. Araştırmanın sonuç modeline göre tüm hipotezler kabul edilmiştir.

**Şekil 3:** Araştırmanın sonuç modeli

## Sonuç ve Öneriler

Yapılan çalışma, Türkiye’de aktif olarak mesleğini icra eden turist rehberlerinin mevcut kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının sundukları hizmete etkisini ortaya koymaktadır. Kültürel zekâ ve özyeterliliğe ilişkin ilgili alanyazından yola çıkılmış, araştırmanın örneklemini oluşturan turist rehberlerinin anket formlarına verdikleri cevaplar ışığında veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler belirli analizlere tabi tutulmuş, bulgular saptanmış ve bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Anket formu ile katılımcılara ait demografik özellikler, kültürel zekâ düzeyleri, özyeterlilik inançları ve hizmet sunumlarına ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Demografik özellikler, sosyo-demografik ve mesleki özellikler olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir. Rehberlik mesleğinin uzun ve zaman zaman düzensiz çalışma saatleri gerektirmesi ve sık sık seyahat etme durumu mesleğin kadınlar tarafından daha az tercih edilme nedenleri arasında sayılabilmektedir. Ayrıca kadınların ev ile ilgili sorumluluklarının fazla olması, kadın rehberlerin ev ve aile hayatında aksaklıklara sebep olabilmektedir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin çoğunluğunun bekâr olduğu tespit edilmiştir. Mesleğin mesai anlayışına dayanmaması, resmi tatillerde (dini ve milli bayramlar, yılbaşı vb.) çalışılması durumu, gelirlerde dengesizlik olması, rehberlerin aile hayatını ve evlilik niyetlerini olumsuz etkilemektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 26-35 yaş aralığındadır. Mesleğin daha çok genç bireyler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Mesleğin yaşça büyük olan bireyler tarafından tercih edilmeme nedenleri arasında iş güvencesi ve yeterli sosyal haklara sahip olunmaması, aile hayatını olumsuz etkilemesi ve fiziksel ve zihinsel bir güç gerektirmesi sayılabilmektedir. Ankete katılan turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğunun lisans düzeyinde eğitim aldığı tespit edilmiştir. Bunu ön lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim gören turist rehberleri takip etmektedir. Araştırmadan elde edilen bu sonuçla, turist rehberlerinin yüksek eğitim seviyelerine sahip oldukları ortaya koyulmaktadır. Katılımcıların mesleki özellikleri incelendiğinde, çoğunluğunun turist/turizm rehberliği lisans programından mezun olduğu görülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarına dâhil olan rehber sayısı bu sayıya yakındır. Kültür ve Turizm Bakanlığı sertifika programlarını, turizm rehberliği ön lisans programı takip etmektedir. Bu durum Türkiye’deki mesleki rehberlik eğitiminin parçalanmış yapısına işaret etmektedir. Ankete katılan rehberlerin çoğunluğunun 5-9 yıl arasında rehberlik mesleğini icra ettikleri elde edilen bulgulardan biridir. Bununla birlikte, mesleki tecrübesi 1-4 yıl arasında olan turist rehberlerinin sayısı oldukça fazladır. Mesleki tecrübe yılı arttıkça turist rehberlerinin sayısı azalmaktadır. Bu sonuçlar turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğunun genç rehberler olduğunu kanıtlamaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun İRO, NERO ve ARO üyesi oldukları belirlenmiştir. Bu odaların üye sayılarının fazla oluşu ile ilişkilendirilebilir. Ankete katılan turist rehberlerinin çok büyük bir çoğunluğunun serbest çalıştığı görülmektedir. Turist rehberlerinin herhangi bir seyahat acentasına bağlanmayı tercih etmeme nedenleri arasında sosyal güvenliğin ve sosyal hakların (izin, tatil vb.) olmaması, düşük maaşlar, yoğun ve yorucu tur programları yer alabilir. Araştırma sonuçlarına göre ankete katılan turist rehberlerinin çok büyük bir çoğunluğunun İngilizce dilinde rehberlik hizmeti verdikleri tespit edilmiştir. Rehberlik eğitimi veren lisans ve ön lisans programlarının müfredatlarında İngilizce’nin okutulması ve bu dilin dünya genelinde yaygın bir şekilde konuşulması sonuçları destekler niteliktedir. Turist rehberleri İngilizce dilinden sonra en fazla Almanca dilinde rehberlik hizmeti vermektedir. Bu durum rehberlik eğitimi veren okulların ikinci yabancı dillerinin Almanca olması ile açıklanabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular arasında ölçeklerin ortalamaları da yer almaktadır. Kültürel zekâ ölçeğinin genel ortalaması 4,12, özyeterlilik ölçeğinin genel ortalaması 3,93 ve hizmet sunumu ölçeğinin genel ortalaması 4,38’dir. Bu çalışma kapsamında araştırmaya katılan

turist rehberlerinin kültürel zekâ ve hizmet sunumu ölçeklerine verdikleri cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde, yanıtların ağırlıklı olarak “katılıyorum” seçeneğinde toplandığı söylenebilmektedir.

Katılımcıların sosyo-demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş ve öğrenim durumu) ve mesleki (rehberlik eğitimi, mesleği icra yılı ve çalışma şekli) özellikleri ile kültürel zekâ ve hizmet sunumları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Özyeterlilik ölçeğine ilişkin bulgulara bakıldığında katılımcıların sosyo-demografik (cinsiyet, medeni durum, yaş ve öğrenim durumu) ve mesleki (rehberlik eğitimi ve mesleği icra yılı) özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak katılımcıların çalışma şekilleri ile özyeterlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan kadrolu turist rehberlerinin özyeterlilik inançlarının yüksek olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca, kültürel zekâ ve özyeterlilik arasında, kültürel zekâ ve hizmet sunumu arasında ve özyeterlilik ve hizmet sunumu arasında istatistiksel açıdan pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Ülke turizmi adına birlikte çalışan ve turist rehberlerinin sektördeki paydaşları olan Kültür ve Turizm Bakanlığı’na, TUREB’e, turist rehberliği meslek kuruluşlarına, seyahat acentalarına, eğitim kurumlarına ve diğer araştırmacılara yönelik öneriler aşağıda yer almaktadır. Ayrıca, araştırmanın sonuçlarından elde edilen bulgular ışığında turist rehberlerine de bazı öneriler sunulmuştur.

- Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim ve etkileşimde önemli bir rol oynayan kültürel zekâyâ yönelik gelişimleri, rehberlik seminerleri vasıtasıyla sürekli güncellenmelidir. Bu amaçla, TUREB kendisine bağlı olan meslek kuruluşları aracılığıyla bu seminerlerin düzenlenmesini sağlamalıdır. TUREB ve ona bağlı meslek kuruluşları rehberlerin kültürel zekâlarını geliştirmeleri için bu alanda uzman kişilerle işbirliği yapmalıdır. Bu seminerler rehberlerin mesleki ve kişisel gelişimlerine fayda sağlayacaktır.

- Meslek kuruluşları TUREB çatısı altında eğitim gezisi, eğitim faaliyetleri, uzmanlaşma eğitimi, seminerler gibi konularda üyelerine birtakım destekler sağlamaktadır. Ancak desteklerin büyük çoğunluğu rehberlerin mesleki gelişimi için sağlanmaktadır. Bunların yanı sıra rehberlerin kişisel gelişimi için de destekler verilmesi gerekmektedir. Kültürlerarası ortamlarda çalışan turist rehberlerinin bu ortamlarda nasıl davranmaları, nasıl hareket etmeleri ve turlarını nasıl yönetmeleri gerektiği konularında da desteğe ihtiyaçları vardır.

- Kültürel zekâ geliştirilebilen bir kavramdır. Bunun sağlanması için farklı ülkelerden meslek kuruluşları ile işbirliği yapılarak o ülke ve kültüre mensup olan turist rehberleri veya o kültürlerden uzman bireyler getirilebilir. Bu rehberler kendi kültürü ve kendi kültürüne mensup olan bireylerle ilgili seminer düzenleyerek rehberleri bu kültürlerarası iletişime ve etkileşime hazırlayabilir.

- Meslek kuruluşları TUREB’in de desteğiyle üyelerine kültürel zekâ ve özyeterlilik testleri uygulamalı ve sonuçlar doğrultusunda üyelerini yönlendirmelidir. Kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançları düşük olan üyeler kültürel zekâ ve özyeterlilik inancını geliştiren hizmetiçi eğitime tabii tutulmalıdır.

- Turist rehberleri ülke temsilcileri olmalarının yanı sıra seyahat acentalarının da temsilcileridir. Acentalar kendilerini temsil eden turist rehberlerinin kişisel gelişimlerini desteklemelidir. Seyahat acentaları çalıştıkları pazarlara daha iyi bir hizmet sunabilmek için rehberlerini bu ülkelere göndererek, ülkelerinin kültürü ve o kültüre mensup olan bireylerle etkileşimlerini arttırabilir. Seyahat acentaları ilgili pazarlara yönelik turist rehberlerine yurtdışı imkânı sunmalıdır.

- Rehberlik eğitimi veren üniversiteler rehberlerin mesleklerini icra ederken kullanacakları bilgiyi sağlamaktadır. Ancak bu tek başına yeterli değildir. Rehber adaylarının mesleki gelişimi ve kişisel gelişimi de yakından takip edilerek gereken nitelikler kazandırılabilir. Bu bağlamda, ders müfredatları gözden geçirilerek rehber adaylarının mesleki ve kişisel gelişimlerine katkı sağlayacak derslerin eklenmesi önem taşımaktadır.

- Eğitim kurumlarında verilen diller çeşitlendirilmeli, belirli diller üzerinde oluşan yoğunluk nadir dillere kaydırılarak dil normları ortadan kaldırılmalıdır. Bununla birlikte verilen derslerle birlikte rehber adaylarının kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarının artması için ders dışı etkinliklerin de düzenlenmesi sağlanmalıdır.

- Bölüme gelen turizm rehberliği öğrenci adaylarının ön kayıtla alınması ile mesleğe ilişkin kişilik özellikleri, mesleğe yatkınlıkları, yüksek kültürel zekâ düzeyine sahip olmaları gibi bölümün ve mesleğin gereklilikleri olan şartları sağlayıp sağlamadıkları tespit edilebilir. Böylelikle mesleğe uygun özellik ve vasıflar taşıyan bireyler yetiştirilebilir.

- Turist rehberleri kendi kişisel gelişimleri için çaba sarf etmeli, farklı kültürlerin özelliklerine ilişkin araştırmalar yapmalı ve donanımlarını arttırmalıdır. Tur öncesi hazırlıklarında rehberlik edecekleri turist grubunun kültürü hakkında bilgi edinmeli ve o kültüre ilişkin özellikleri dikkate alarak hizmet sunumunu gerçekleştirmelidirler. Turist grubunun özellikleri doğrultusunda iletişim ve etkileşim kuracaklarını unutmamalıdır.

- Turist rehberleri ile farklı kültürlere mensup turist grupları arasında bir köprü olan dil, rehberler tarafından hâkim olunması gereken bir olgudur. Rehberler, istenilen dilde mesleklerini icra ederken o dile özgü öğelerin olduğunu unutmamalıdır. Sözlü iletişimin yanı sıra onu destekleyen sözsüz iletişim unsurlarını da (beden dili- jest ve mimikler) kültürel farklılıkları dikkate alarak kullanmalıdırlar. Sözlü olmayan mesajlar sözlü mesajlara göre daha fazla yanlış anlaşılmalara sebep olabilmektedir. Bu sebeple, turist gruplarının kültüründe sözsüz mesajların ne anlama geldiği turist rehberleri tarafından bilinmelidir.

- Rehberlerin çalıştıkları turist gruplarının kültürünü anlamak ve tanımak için bu turist gruplarının ülkelerine giderek o kültürü yerinde öğrenmeleri mesleğin icrasında rehberlere fayda sağlayabilir. Bu bağlamda, rehberler turist gruplarının davranışlarını onların kültürüne göre yorumlama konusunda yeterlilik kazanabilirler.

- Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeylerinin geliştirilmesi ve özyeterlilik inançlarının arttırılması ve dolayısıyla sundukları hizmetin iyileştirilmesi turizm sektörünün geleceği için önem taşımaktadır. Bu sebeple, kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarını yüksek tutmak amacıyla rehberlerin ihtiyaçlarının, izlenecek yol ve stratejilerin belirlenmesi noktasında adımlar atmak gerekmektedir. Bundan sonra yapılacak çalışmalar için, elde edilen ve sunulan bulgular ışığında kültürel zekâ düzeyleri ve özyeterlilik inançlarını arttırmaya yönelik çözümler sunmaları önerilebilir.

- Turizm sektörünün farklı alanlarında (ör. otel çalışanları, seyahat acentası çalışanları) araştırmalar yapılabilir. Türkiye'ye gelmesi muhtemel olan kültürler konusunda çalışmalar yapılabilir. Turist rehberlerine ait farklı demografik değişkenlerle mevcut konular bağdaştırılarak çalışmalar geliştirilebilir.

- Bu çalışmadan hareketle, gelecekte yapılacak çalışmalarda, turist rehberlerinin kültürel zekâlarının geliştirme konusunda eğitim programları hazırlanabilir, kültürel zekâ, rehber adayları için turizm rehberliği eğitimi veren kurumlarda ders olarak okutulabilir. Bununla birlikte meslek kuruluşlarında üye rehberlere seminer olarak sunulabilir.

- Çalışmada kültürel zekâ ile özyeterliliğin ve hizmet sunumu üzerindeki etkisinin zayıf olduğu görülmüştür. O halde özyeterliliği ve hizmet sunumunu etkileyen başka faktörler de



bulunmaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda özyeterliliğe ve hizmet sunumuna etki eden faktörler araştırılabilir.

### Kaynakça

- Akdemir, B., Çalış Duman, M. & Tunalılar, T. T. (2016). Uluslararası işgücü pazarının yeni rolü: kültürel zekâ. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(25), 29-47. Doi: 10.13140/RG.2.1.1432.3608
- Ang, S. & Van Dyne, L. (2008). Conceptualization of cultural intelligence: definition, distinctiveness, and nomological network. In S. Ang, L. Van Dyne (Eds), *Handbook of cultural intelligence: theory, measurement, and applications*, 3-15: New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- Ang, S., Van Dyne, L. & Koh, C. (2006). Personality correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Group and Organization Management*, 31, 100–123. Doi: 10.1177/1059601105275267
- Ang, S., Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K.Y., Templer, K. J., Tay, C. & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*, 3(3), 335-371. Doi: 10.1111/j.1740-8784.2007.00082.x
- Ap, J. & Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. Doi: 10.1016/S0261-5177(01)00013-9
- Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (2017). *Rehber istatistikleri*. Erişim Tarihi: 05.05.2017, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,178564/rehberlik-istatistikleri.html>.
- Arora, P. & Rohmetra, N. (2010). Cultural intelligence: Leveraging differences to bridge the gap in the international hospitality industry. *International Review of Business Research Papers*, 6 (5), 216-234.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö. & Çalık, A. Ö. (2013). Turist rehberliği hizmet kalitesi ölçümü: Servqual yaklaşımı. *Journal of International Social Research*, 6 (27), 107-118. Doi: 10.1155/2012/490647
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm sosyolojisi: genel ve yapısal yaklaşımlar* (Yenilenmiş ve Geliştirilmiş 4. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*, NewYork: W. H. Freeman and Company.
- Bandura, A. (2001). social cognitive theory: an agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. Doi: 10.1146/annurev.psych.52.1.1.
- Batman, O. & Çınar-Oğuz, S. (2011). Kültür turizmi. İçinde N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed), *Turistik ürün çeşitlendirmesi*, 191-208, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bilgiçer, M. C. (2011). *Kültürler arası yönetim: konaklama işletmeleri çalışanlarının kültürler arası uyum becerileri üzerine bir çalışma*. (Basılmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *The Journal of Marketing*, 54(1), 71-84. Doi: 10.2307/1252174
- Bücker, J. J. L. E., Furrer, O., Poutsma, E. & Buyens, D. (2014). The impact of cultural intelligence on communication effectiveness, job satisfaction and anxiety for chinese host country managers working for foreign multinationals. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(14), 2068-2087. Doi: 10.1080/09585192.2013.870293

- Chen, G., Gully, S. M. & Eden, D. (2004). General self-efficacy and self-esteem: toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 375-395. Doi: 10.1002/job.251
- Chen, A. S. Y., Lin, Y. C. & Sawangpattanakul, A. (2011). The relationship between cultural intelligence and performance with the mediating effect of culture shock: a case from philippine labrosu in taiwan. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(2), 246-258. Doi: 10.1016/j.ijintrel.2010.09.005
- Crowne, K. A. (2008). What leads to cultural intelligence?. *Business Horizons*, 51, 391-399. Doi: 10.1016/j.bushor.2008.03.010
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarında doğrulayıcı faktör analizinin kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196-205.
- Çelik, M. & Atik, S. F. (2016). Duygusal emek gösteriminin çalışanlar açısından sonuçları: seyahat acentalarına yönelik bir araştırma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(36), 507-521.
- Çolakoğlu, H. & Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki girişimcilik eğitimi ile öz yeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli ilişkisi üzerine bir saha araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (37), 70-84.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800. Doi: 10.1016/S0160-7383(01)00083-4
- Earley, P. C. (2002). Redefining interactions across cultures and organizations: moving forward with cultural intelligence. In B.M. Staw, R.M Kramer, (Eds), *Research in organizational behavior*, 271-299, New York: JAI.
- Ersoy, A. & Ehtiyar, R. (2015). Kültürel farklılıkların yönetiminde kültürel zekânın rolü: Türk ve yabancı yöneticiler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26 (1), 42-60.
- Geva, A., and Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18 (2), 177-185.
- Gözüm, S. & Aksayan, S. (1999). Öz-etkililik-yeterlik ölçeğinin Türkçe formunun güvenilirlik ve geçerliliği. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 35-43.
- Gremler, D. D., Jo Bitner, M. & Evans, K. R. (1994). The internal service encounter. *International Journal of Service Industry Management*, 5(2), 34-56. Doi: 10.1108/09564239410057672
- Hacıoğlu, N. (2015). *Turizm pazarlaması*, 10. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hartline, M. D. & Jones, K. C. (1996). Employee performance cues in a hotel service environment: influence on perceived service quality, value and word-of-mouth intentions. *Journal of Business Research*, 35(3), 207-215. Doi: 10.1016/0148-2963(95)00126-3
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Hopkins, S. A., Nie, W. & Hopkins, W. E. (2009). Cultural effects on customer satisfaction with service encounters. *Journal of Service Science*, 2(1), 45-56. Doi: 10.19030/jss.v2i1.4289
- Iroegbu, M. N. (2015). Self efficacy and work performance: a theoretical framework of Albert Bandura's model, review of findings, implications and directions for future research. *Psychology and Behavioral Sciences*, 4(4), 170-173. Doi: 10.11648/j.pbs.20150404.15
- Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, B. A. & Rich, B. L. (2007). Self-efficacy and work-related performance: the integral role of individual differences. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 107-127. Doi: 10.1037/0021-9010.92.1.107
- Kalaycı, Ş. (2006). Güvenilirlik analizi. İçinde Ş. Kalaycı (Ed), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 403-419, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Kodwani, A. D. (2012). Beyond emotional intelligence (EQ): The role of cultural intelligence (CQ) on cross-border assignments. *World Review of Business Research*, 2(4), 86- 102.
- Kotaman, H. (2008). Özyeterlilik inancı ve öğrenme performansının geliştirilmesine ilişkin yazın taraması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 111-133.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., and Wong, V. (1999). *Principles of marketing*. (Second European Ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Marketin management*, Twelfth Ed, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Köroğlu, A., Köroğlu, Ö. & Sarioğlu, M. (2007). Türk mutfağının tanıtılmasında profesyonel turist rehberlerinin rolüne ilişkin ampirik bir çalışma. 1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikleri (4-5 Mayıs 2007), Antalya.
- Leclerc, D. & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3), 181-200. Doi: 10.1016/j.ijintrel.2004.06.006
- MacNab, B. R., and Worthley, R. (2012). Individual characteristics as predictors of cultural intelligence development: The relevance of self-Efficacy. *International Journal of Intercultural Relations*, 36 (1), 62-71. Doi: 10.1016/j.ijintrel.2010.12.001
- Moon, T. (2010). Emotional intelligence correlates of the four-factor model of cultural intelligence. *Journal of Managerial Psychology*, 25(8), 876-898. Doi: 10.1108/02683941011089134
- Ng, K. Y. & Earley, P. C. (2006). Culture+intelligence old constructs, new frontiers. *Group & Organization Management*, 31(1), 4-19. Doi: 10.1177/1059601105275251
- Oolders, T., Chernyshenko, O. S. & Stark, S. (2008). Cultural intelligence as a mediator of relationships between openness to experience and adaptive performance. Ang, S., and Van Dyne, L. (Eds.), *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement and applications* (pp. 145-158). New York: M.E. Sharpe, Armonk.
- Rose, R. C., Ramalu, S. S., Uli, J. & Kumar, N. (2010). Expatriate performance in international assignments: the role of cultural intelligence as dynamic intercultural competency. *International Journal of Business and Management*, 5(8), 76-85. Doi: 10.5539/ijbm.v5n8p76
- Sherer, M. & Adams, C. H. (1983). Construct validation of the self-efficacy scale. *Psychological Reports*, 53(3), 899-902. Doi: 10.2466/pr0.1983.53.3.899
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B. & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: construction and validation. *Psychological Reports*, 51(2), 663-671. Doi: 10.2466/pr0.1982.51.2.663
- Stajkovic, A. D. & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240-261. Doi: 10.1037/0033-2909.124.2.240
- Surprenant, C. F. & Solomon, M. R. (1987). Predictability and personalization in the service encounter. *The Journal of Marketing*, 51(2), 86-96. Doi: 10.2307/1251131
- Şahin, F. & Gürbüz, S. (2012). Kültürel zekâ ve öz-yeterliliğin görev performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisi: çokuluslu örgüt üzerinde bir uygulama. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 14(2), 123-140. Doi: 10.4026/1303-2860.2012.0202.x
- Şahin, F., Gürbüz, S., Köksal, O. & Ercan, Ü. (2012). Kültürel zekâ, duygusal zekâ ve sosyal zekâdan farklı mıdır?. 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi (10-12 Mayıs 2012), ss. 356-365, Konya.
- Templer, K. J., Tay, C. & Chandrasekar, N. A. (2006). Motivational cultural intelligence, realistic job preview, realistic living, conditions preview, and cross-cultural adjustment. *Group and Organization Management*, 31(1), 154- 173. Doi: 10.1177/1059601105275293

- 
- Van Dyne, L., Ang, S. & Koh, C. (2009). Cultural intelligence: measurement and scale development. In M. A. Moodian (Ed) *Contemporary leadership and intercultural competence: exploring the cross-cultural dynamics within organizations*, 233-254, Thousand Oaks: Sage.
- Van Dyne, L., Ang, S. & Livermore, D. (2010). Cultural intelligence: a pathway for leading in a rapidly globalizing world. In K. Hannum, B. B. McFeeters and L. Booyesen (Eds), *Leading across differences*, 131-138, San Francisco: Pfeiffer.
- Yeniçeri, T. & Erten, E. (2008). Mağaza sadakat programlarının algılanması, güven, ilişkiyi sürdürme isteği ve mağaza sadakati arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(2), 232-247.
- 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. Doi: 10.1016/S0261-5177(03)00064-5
- Zimmerman, B. J. (1995). Self-Efficacy and educational development. In A. Bandura (Ed), *Self-efficacy in changing societies*, 202-231, New York: Cambridge University Press.
-