

**T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİST REHBERLERİNİN  
İŞ DEĞERLERİNİN İŞE ADANMIŞLIK  
ÜZERİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**İPEK ASMADİLİ**

**Balıkesir, 2020**

**T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİST REHBERLERİNİN  
İŞ DEĞERLERİNİN İŞE ADANMIŞLIK  
ÜZERİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**İPEK ASMADİLİ**

**TEZ DANIŞMANI  
Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU**

**Balıkesir, 2020**

T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda 201812559001 numaralı İpek ASMADİLİ'nin hazırladığı "Turist Rehberlerinin İş Değerlerinin İşe Adanmışlık Üzerine Etkisinin Belirlenmesi" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 24.06.2020 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/~~OY ÇOKLUĞU~~ ile karar verilmiştir.

Başkan (Danışman).....

Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU

Üye.....

Doç. Dr. Nuray TETİK DİNÇ

Üye.....

Dr. Öğr. Üyesi Ezgi TÜRKMEN

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylıyorum.

29.06./2020

Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

26/06/2020

İmza

Adı Soyadı

İpek Asmadiç



## ÖNSÖZ

Turist rehberlerinin mesleklerine yüklediği anlamlar ve meslek hayatlarında bilgilerini paylaşmaktan mutluluk duyarak kendilerini işe vermeleri, aldıkları sorumluluğun bilincinde olmaları açısından önem arz etmektedir. Turizm sektörü içerisinde, ülkenin imajına büyük oranda etki eden ve ülkeyi en iyi şekilde temsil eden turist rehberlerinin iş değerlerinin, işe adanmışlık üzerine etkisini ortaya koymak bu araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Öncelikle tez konusunun belirlenmesinden, araştırmanın sonuca ulaşmasına kadar bütün süreçte kıymetli bilgilerini ve desteklerini esirgemeyen, öğrencisi olmaktan hep mutluluk duyduğum, hayatım boyunca örnek alacağım değerli tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisans ve lisansüstü eğitim süresi boyunca hoşgörülerini, bilgi birikimlerini ve desteklerini benden esirgemeyen başta Sayın Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU ve Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN olmak üzere BTİOYO ailesinin tüm hocalarına teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca, desteğe ihtiyacım olduğunda hep yanımda olacağını bildiğim ve örnek alarak ilerlediğim canım abim Öğr. Gör. Veli Ulaş ASMADİLİ'ne çok teşekkür ederim.

Son olarak, her zaman maddî, manevî desteklerini ve sevgilerini üzerimde hissettiğim, bana hep inançla ve şefkatle yaklaşarak yetiştiren canım annem Döndü ASMADİLİ'ne ve canım babam Hasan ASMADİLİ'ne sonsuz teşekkür ederim.

**Balıkesir, 2020**

**İpek ASMADİLİ**

## ÖZET

### TURİST REHBERLERİNİN İŞ DEĞERLERİNİN İŞE ADANMIŞLIK ÜZERİNE ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

ASMADİLİ, İpek

Yüksek Lisans, Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU

2020, 97 Sayfa

Turizm sektörü içinde büyük öneme sahip turist rehberleri, yerli ve yabancı ziyaretçilerin seçtiği diller doğrultusunda ülkenin doğal, tarihi ve kültürel değerlerini aktararak onlara bilgilerini aktaran ve ülkenin turizm açısından gelişmesine katkı sağlayacak olan en önemli temsilcilerinden biridir. İçinde pek çok güçlüğü barındıran turist rehberliği mesleğinin, uzun çalışma saatleri, sık sık seyahat etme gerekliliği ve bunlardan doğan fiziksel yorgunlukları bulunmaktadır. Tüm bu meslek zorlukları ve mesleğin özellikleri, sahip olunan iş değerleri ve işe adanmışlık düzeyleri ile ilgili durumları oluşturmakta ve etkilemektedir. Bu noktada bir yandan iş değerlerine odaklanmak, diğer yandan işe adanmışlık düzeylerine dikkat çekmek, turist rehberlerinin meslekte önemsedikleri değerler ve kendilerini işe adama düzeyleri doğrultusunda yerine getirdikleri sorumluluğun daha çok bilincine vararak mesleklerini yerine getirebilmeleri bakımından önemlidir.

Bu araştırma beş temel bölümden oluşmaktadır. Giriş başlığı altındaki ilk bölümünde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve araştırmanın temelini oluşturan kavramların tanımları yer almaktadır. İlgili alanyazını oluşturan ikinci bölümde, kuramsal çerçeveyi oluşturan değerler, iş değerleri ve işe adanmışlık kavramları irdelenmiş ve konu ile ilgili araştırmalara yer verilmiştir. Yöntem başlığı altındaki üçüncü bölümde araştırmanın hipotezleri, evren ve örnekleme, veri toplama araç ve teknikleri ile veri toplama sürecine dair bilgiler bulunmaktadır. Araştırmanın bulguları ve yorumları dördüncü bölümde yer alırken, beşinci bölümde bu bulgulardan elde edilen sonuçlar ve sonuçlara yönelik önerilere yer verilmektedir.

Araştırmada verileri toplamak için anket tekniği uygulanmış ve değerlendirmeler istatistiksel analizler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, katılımcıların iř değerleri ile iře adanmışlıkları arasında dūřuk dūzeyde anlamlı bir ilişki olduğu, iř değerlerinin iře adanmışlığı dūřuk dūzeyde etkilediği, iře adanmışlığın iř değerlerini orta dūzeyde etkilediği saptanmıştır. Bu doğrultuda turist rehberlerinin iř değerleri veya iře adanmışlıklarından birinin artması durumunda bir diğerinin de arttığı görülmektedir. İř değerlerini en çok etkileyen faktörün duygusal değerler olduğu, iře adanmışlığı en ok etkileyen iř değerleri faktörünün de duygusal değerler olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberleri, Değerler, İş Değerleri, İşe Adanmışlık

## **ABSTRACT**

### **DETERMINATION OF THE EFFECT OF TOURIST GUIDES' WORK VALUES ON WORK ENGAGEMENT**

**ASMADİLİ, İpek**

**Master Thesis, Department of Tourism Guiding**

**Advisor: Assc. Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU**

**2020, 97 Pages**

Tourist guides, which are of great importance in the tourism sector, are one of the most important representatives of the country, which convey the information of the country, in the direction of the languages chosen by the local and foreign visitors, conveying their knowledge and contributing to the development of the country in terms of tourism. Tourist guidance, a profession with many difficulties, includes long working hours, frequent travel necessities and physical fatigue. All these occupational challenges and the characteristics of the profession create and influence situations related to the work values and levels of work engagement. At this point, focusing on the work values on the one hand, and drawing attention to the levels of work engagement on the other hand are important in terms of ensuring that tourist guides are able to fulfill their professions by becoming more aware of their responsibilities in line with the values they care about in the profession and their dedication.

This research consists of five basic parts. In the first part of the introduction, the problem, purpose, importance, assumptions, limitations and definitions of the concepts that form the basis of the research are included. In the second part of the related literature, the values forming the theoretical framework, work values and the concepts of work engagement are examined and researches on the subject are included. In the third section under the title of the method, there is information about the hypotheses of the research, the universe and its sample, data collection tools and techniques, and the data collection process. While the findings and comments of the research are included in the fourth section, the fifth section includes the results obtained from these findings and suggestions for the results.



Survey method was applied to collect data in the research and evaluations were carried out with the help of statistical analysis. As a result of the research, it has been determined that there is a low level of meaningful relationship between the work values of the participants and their work engagement, the work values affect the work engagement at a low level, and the work engagement affects the work values at a medium level. Accordingly, if one of the tourist guides increases their work values or work engagement, it is seen that the other one also increases. It was determined that the most influencing factor in work values was emotional values, and the most important factor in affecting work engagement was emotional values.

**Key Words:** Tourist Guides, Values, Work Values, Work Engagement

# İÇİNDEKİLER TABLOSU

<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER TABLOSU</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÇİZELGELER LİSTESİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Problem .....	2
1.2. Amaç .....	2
1.3. Önem .....	3
1.4. Varsayımlar .....	4
1.5. Sınırlılıklar .....	4
1.6. Tanımlar .....	4
<b>2. İLGİLİ ALANYAZIN</b> .....	<b>5</b>
2.1. KURAMSAL ÇERÇEVE .....	5
2.1.1. İŞ DEĞERLERİ.....	5
2.1.1.1. Değer Kavramı .....	5
2.1.1.2. Değerlerin İşlevleri.....	7
2.1.1.3. Değerlerin Sınıflandırılması.....	8
2.1.1.4. Değerlerle İlişkili Kavramlar .....	11
2.1.1.4.1. Değer ve İnanç.....	11
2.1.1.4.2. Değer ve Tutum.....	12
2.1.1.4.3. Değer ve Normlar .....	13
2.1.1.4.4. Değer ve İdeoloji .....	14
2.1.1.4.5. Değer ve İhtiyaç .....	14
2.1.1.5. İş Değerleri Kavramı.....	15
2.1.1.6. İş Değerlerinin Sınıflandırılması.....	16
2.1.1.7. Turist Rehberliği Mesleğinde İş Değerleri.....	18
2.1.2. İŞE ADANMIŞLIK .....	19
2.1.2.1. İşe Adanmışlık Kavramı .....	19
2.1.2.2. İşe Adanmışlık Kavramına İlişkin Yaklaşımlar.....	21

2.1.2.2.1.	Kahn'a Göre İşe Adanmışlık.....	21
2.1.2.2.2.	Maslach ve Leiter'a Göre İşe Adanmışlık.....	22
2.1.2.2.3.	Schaufeli ve Arkadaşlarına Göre İşe Adanmışlık .....	23
2.1.2.2.4.	Saks'a Göre İşe Adanmışlık .....	24
2.1.2.3.	İşe Adanmışlık Boyutları .....	25
2.1.2.3.1.	Diñçlik .....	25
2.1.2.3.2.	Kendini Adama.....	26
2.1.2.3.3.	Yoğunlaşma.....	26
2.1.2.4.	İşe Adanmışlık İle İlişkili Kavramlar.....	27
2.1.2.4.1.	Örgütsel Bağlılık .....	27
2.1.2.4.2.	Mesleki Bağlılık .....	28
2.1.2.4.3.	İşkoliklik.....	29
2.1.2.4.4.	Örgütsel Vatandaşlık .....	31
2.1.2.5.	İşe Adanmışlığı Ortaya Çıkaran Faktörler .....	32
2.1.2.5.1.	Kişisel Faktörler .....	32
2.1.2.5.2.	Örgütsel Faktörler.....	33
2.1.2.6.	İşe Adanmışlığın Sonuçları .....	34
2.1.2.7.	Turist Rehberliği Mesleğinde İşe Adanmışlık .....	35
2.1.2.8.	İş Değerleri ve İşe Adanmışlık İlişkisi.....	36
2.2.	İLGİLİ ARAŞTIRMALAR .....	37
2.2.1.	İş Değerleri İle İlgili Araştırmalar.....	38
2.2.2.	İşe Adanmışlık İle İlgili Araştırmalar .....	41
<b>3.</b>	<b>YÖNTEM.....</b>	<b>44</b>
3.1.	Araştırma Hipotezleri.....	44
3.2.	Evren ve Örneklem .....	45
3.3.	Veri Toplama Araç ve Teknikleri .....	45
3.4.	Veri Toplama Süreci .....	46
3.5.	Verilerin Analizi.....	47
<b>4.</b>	<b>BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>48</b>
4.1.	Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri İle İlgili Bulgular.....	48
4.2.	İş Değerleri Ölçeğine İlişkin Analizler .....	50
4.3.	İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Analizler.....	53
4.4.	Normal Dağılım Testleri .....	54

4.5. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İş Değerleri Ölçeği ve Faktörlerine İlişkin t Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), Mann-Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi .....	57
4.6. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA).....	62
4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları .....	62
4.8. Regresyon Analizi Sonuçları.....	64
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>70</b>
5.1. Sonuçlar.....	70
5.2. Öneriler .....	73
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>76</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>95</b>

## ÇİZELGELER LİSTESİ

<b>Çizelge 1.</b> Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları .....	49
<b>Çizelge 2.</b> İş Değerleri Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları.....	51
<b>Çizelge 3.</b> İş Değerleri Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	53
<b>Çizelge 4.</b> İşe Adanmışlık Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	54
<b>Çizelge 5.</b> İş Değerleri Ölçeğine Yönelik Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri.....	55
<b>Çizelge 6.</b> İş Değerleri Ölçeği Faktörlerine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri.....	55
<b>Çizelge 7.</b> İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri.....	56
<b>Çizelge 8.</b> İş Değerleri Ölçeğine İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri.....	56
<b>Çizelge 9.</b> İş Değerleri Faktörlerine İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri.....	57
<b>Çizelge 10.</b> İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri .....	57
<b>Çizelge 11.</b> Cinsiyet ve Medeni Durum İle İş Değerlerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U Testi .....	58
<b>Çizelge 12.</b> Eğitim Düzeyi, Yaş ve Mesleki Tecrübe İle İş Değerlerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis Testi.....	59
<b>Çizelge 13.</b> Bilişsel Faktör İle Demografik Özelliklerin Karşılaştırılmasına Yönelik t Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi.....	59
<b>Çizelge 14.</b> Araçsal Faktör İle Demografik Özelliklerin Karşılaştırılmasına Yönelik t Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi.....	60
<b>Çizelge 15.</b> Duygusal Faktörün Katılımcıların Cinsiyeti ve Medeni Durumu İle Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U Testi .....	61
<b>Çizelge 16.</b> Duygusal Faktörün Katılımcıların Eğitim Düzeyi, Yaşı ve Mesleki Tecrübeleri İle Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis Testi .....	61
<b>Çizelge 17.</b> Demografik Özellikler İle İşe Adanmışlığın Karşılaştırılmasına İlişkin t Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi.....	62
<b>Çizelge 18.</b> İş Değerleri Ölçeği Faktörleri Korelasyon Analizi.....	63
<b>Çizelge 19.</b> İş Değerleri Ölçeği ve İşe Adanmışlık Ölçeği Korelasyon Analizi.....	64

<b>Çizelge 20.</b> İş Değerleri Ölçeği Faktörleri İle İşe Adanmışlık Ölçeği Korelasyon Analizi.....	64
<b>Çizelge 21.</b> Bilişsel Değerlerin İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>1</sub> ).....	65
<b>Çizelge 22.</b> Duygusal Değerlerin İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>2</sub> ).....	65
<b>Çizelge 23.</b> Araçsal Değerlerin İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>3</sub> ).....	66
<b>Çizelge 24.</b> İş Değerlerinin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>4</sub> ).....	66
<b>Çizelge 25.</b> İşe Adanmışlığın İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>5</sub> ).....	67
<b>Çizelge 26.</b> Bilişsel Değerlerin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>6</sub> ).....	67
<b>Çizelge 27.</b> Duygusal Değerlerin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>7</sub> ).....	68
<b>Çizelge 28.</b> Araçsal Değerlerin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H <sub>8</sub> ).....	68
<b>Çizelge 29.</b> Araştırma Hipotezlerinin Desteklenme Durumları.....	69

## GİRİŞ

Turizm, dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olmasının yanı sıra dünyanın en hızlı büyüyen ve bu büyümenin sürekli derinleştiği ekonomik sektörlerinden de biridir. Modern turizm, gelişmeyle yakından ilişkilidir ve gittikçe artan sayıda yeni destinasyonları kapsamaktadır (UNWTO, 2020). Uluslararası seyahat endüstrisinin hızlı bir şekilde gelişmesi, kültürlerarası iletişim fırsatlarını da artırmaktadır. Bu doğrultuda turizm sektörü içerisinde sosyal ilişkileri sağlayacak, ziyaretçi ve yerel halk iletişimini sürdürmeye yardımcı olacak, turistlerin en yakınındaki kişiler, turist rehberleridir. Bu dinamikler sayesinde turistik çekiciliği olan çoğu bölgedeki kamu ve yerel turizm işletmeleri, turizm sektöründe turist rehberlerinin oynadığı rolleri giderek daha fazla tanımakta ve önemsemektedirler.

Turist rehberleri, turizm endüstrisi içinde, turistlerin varış yerindeki deneyimini şekillendiren saha çalışanlarıdır. Turist rehberliği hizmeti ise tur operatörlerinin sunduğu çeşitli tur hizmetlerinin temelini oluşturmaktadır (Huang, Hsu, Chan, 2009 s. 3). Turist rehberlerinin, yerel halk ile ziyaretçiler arasında hayati öneme sahip bir aracı olmalarından dolayı, turistlere sunduğu hizmetin kaliteli olması, seyahat acentalarının ticari olarak büyümesini sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda ziyaretçilerde genel imaj açısından da kritik bir öneme sahip olmaktadır. Turistlerin memnuniyetleri, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olması açısından büyük önem arz etmektedir. Bu memnuniyetin sağlanması turist rehberlerinin sorumluluk alanlarından büyük bir kısmına karşılık gelmektedir.

Turist rehberliği, birçok zorluğu içinde barındıran bir meslek olarak bilinmektedir. Çalışma saatleri, fiziksel yorgunluğu, insanlarla sürekli iletişimde olunan bir meslek olması ve işte ilerleme imkanlarının kısıtlılığı bu zorlukların başında gelmektedir. Bütün bunlar sahip olunan iş değerleri ve bu iş değerlerinin düzeyi ile ilgili durumlardır. Bu doğrultuda, bir yandan turist rehberlerinin öncelikle yaptıkları işle ilgili önemsedikleri değerlere odaklanmak gerekirken, diğer yandan turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerine de odaklanmak, iş ile ilgili memnuniyetleri ve kendilerini işe verme dereceleri hakkında bilgiler edinmek önem taşımaktadır. Bu kapsamda, turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu şekilde turist rehberleri, üstlerine düşen

sorumlulukları ne şekilde yerine getirebilecekleri konusunda, sahip oldukları iş değerleri ve işe adanmışlık düzeyleri çerçevesinde, daha bilinçli düzeyde hareket edebileceklerdir.

### **1.1. Problem**

Turist rehberliği mesleği, turizm sektörü içerisinde insan ilişkilerinin en yoğun olduğu meslek gruplarından biri olması ve turistlerle kurduğu ilişkilerin bir sonucu olarak sektörü önemli ölçüde etkileyecek bir güç olmasından dolayı gün geçtikçe turizm alanında daha çok önem verilen meslek grupları arasına girmektedir. Turist rehberlerinin taşıdıkları bu önem doğrultusunda üstlerine düşen en büyük sorumluluk ziyaretçilerin tur deneyimlerinden olumlu bir izlenimle ayrılmalarını sağlamaktır. Bu noktada turist rehberlerinin işlerine karşı tutumları, işlerinden bekledikleri tatminler olan iş değerleri ön plana çıkmaktadır.

İş değerleri, bireylerin çalıştıkları alan ile ilgili elde etmek istedikleri sonuçları kapsamaktadır. Turist rehberlerinin ulaşmak istedikleri başarı ve almak istedikleri sorumluluklar çerçevesinde, mesleklerini icra ederken gerçekleştirdikleri tutumlar iş değerleri ile yakından ilişkilidir. Diğer yandan işe adanmışlık ise bireylerin kendilerini fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak yaptıkları işe adanmışlardır. İşe adanmış bireylerin, işlerine daha bağlı ve işlerini yaparken daha dinç olmalarından dolayı hem kendilerine hem de mesleğe katkıları artmaktadır.

Buradan yola çıkarak, bu çalışmanın problemini, turist rehberlerinin sahip oldukları iş değerlerinin türü ve hem iş değerlerinin hem de işe adanmışlıklarının düzeyinin belirlenmesi ve iş değerlerinin, işe adanmışlığa etkisinin ortaya konulması oluşturmaktadır.

### **1.2. Amaç**

Çalışmanın temel amacını, turist rehberlerinin sahip oldukları iş değerleri ile işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

- Turist rehberlerinin iş değerleri nelerdir?
- Turist rehberlerinin iş değerleri ile demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?



- Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeyi nedir?
- Turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeyleri ile demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Turist rehberlerinin iş değerleri ile işe adanmışlık düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Turist rehberlerinin iş değerleri, işe adanmışlıkları üzerinde etkili midir?

### **1.3. Önem**

Turist rehberleri işlerinde bazı zorluklar ve sınırlılıklarla karşılaşmaktadır. Büyük ölçüde diğer insanlarla iç içe ve sürekli bir iletişimin zorunlu olduğu bu meslekte, meslek mensuplarının işe tam anlamıyla kendilerini verme, sürekli işlerine yoğunlaşma ve bu sırada enerjik hissetme dereceleri önem taşımaktadır. Bunun yanında, işlerinden bekledikleri çıktılar ve bazı tatmin kaynakları da bulunmaktadır. Bunlar işe adanmışlık ve iş değerleri ile ilişkileri ortaya koymaya yarayarak, turist rehberlerinin kendilerine ve meslektaşlarının değerleri ile işe adanmışlıklarına ilişkin duygularını anlamlandırması ve o çerçevede mesleklerini icra etmeleri açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte turist rehberlerinin iş değerlerinin tespit edilmesi iş ile ilgili istekleri hakkında bilgiler sunacağından sektör açısından beklentileri karşılamaya yönelik adımlar atılması yönünden önem taşımaktadır. İş değerleri ile işe adanmışlık ilişkisinin belirlenmesi, turist rehberlerinin meslekten beklentileri doğrultusunda sunduğu hizmetin kaliteli olması ile yakından ilişkili olduğundan genel anlamda turizm sektörü için önem taşımaktadır.

İş değeri ve işe adanmışlık kavramlarının birlikte incelendiği akademik çalışmaların sayısının çok az olduğu, özellikle turizm rehberliği alanında bu iki kavramın bir arada irdelendiği ve ilişkilerinin incelendiği özgün bir çalışma olması göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın literatüre katkı sağlama açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, turist rehberlerinde iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi, diğer sektör çalışanlarına uygulanabilecek çeşitli araştırmalar için örnek olacağı düşünülmektedir.

#### **1.4. Varsayımlar**

Çalışmanın iki temel varsayımı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, turist rehberlerinin bazı iş değerlerine sahip olmalarıdır. İkinci varsayım ise turist rehberlerinin yüksek işe adanmışlık düzeylerine sahip olmalarıdır.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

Bu çalışmanın evreni T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belgelendirdiği 8057 eylemli, 3009 eylemsiz olmak üzere 11066 turist rehberinden oluşmaktadır (www.tureb.org.tr). Bu doğrultuda araştırmaya dahil edilen katılımcılar, aktif olarak mesleği icra ettikleri için eylemli turist rehberleri ile sınırlıdır. Ayrıca, araştırma erişilebilen kaynaklar doğrultusunda bir kuramsal çerçeve ile sınırlıdır.

#### **1.6. Tanımlar**

**İş değeri;** kişilerin iş rollerine katılmalarının bir sonucu olarak memnun edilmesi gerektiğine inandıkları, finansal refah, başarı ve sorumluluk gibi değerler olarak ifade edilmektedir (Brown, 2002, s. 51).

**İşe adanmışlık;** bireylerin çalıştıkları işe, duygusal, fiziksel ve zihinsel anlamda kendilerini tam olarak adanmaları ve performansları esnasında tamamen işe odaklanmış olmaları durumudur (Kahn, 1990, s. 694).

**Turist rehberi;** ziyaretçileri kendi seçtikleri dilde yönlendiren, normalde uygun otoriteler tarafından kabul görmüş niteliklere sahip olan ve bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını tanıtp yorumlayan kişi olarak tanımlanmaktadır (WFTGA, 2019).

## 2. İLGİLİ ALANYAZIN

### 2.1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Kuramsal çerçevede değer, iş değerleri ve işe adanmışlık kavramlarının tanım ve incelemelerine yer verilmektedir.

#### 2.1.1. İŞ DEĞERLERİ

Bu bölümde, iş değerlerine değinmeden önce değer kavramı açıklanarak sınıflandırılma şekillerine yer verilmektedir. Değerlerle karıştırılan ve değer kavramıyla ilişkili kavramlar incelenmekte, daha sonra iş değerleri kavramı tanımlanarak iş değerleri sınıflandırmalarına değinilmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda turist rehberliği mesleğinde iş değerleri konusu açıklanmaktadır.

##### 2.1.1.1. Değer Kavramı

Değer kavramı konusunda ortak bir tanım bulunmamasına rağmen pek çok bilim insanı kendi alanları ve yaklaşımları çerçevesinde bu kavramı değerlendirip uygun tanımlamalar ortaya koymuşlardır. Değer kavramının incelemelerinin başlangıcı felsefe bilimi içerisinde gerçekleştirilmiştir. Daha sonra çeşitli bilim dallarının konusu haline gelmeye başlamış ve geniş çaplı bir kavrama dönüşmüştür (Eşitti, 2016, s. 8). Cevizci (1999, s. 201) değeri, “*ahlak ya da değer felsefesinde, olgu bilincinden sonra ortaya çıkan ve olguya, belli duyguları, arzuları, ilgileri, amaçları, ihtiyaç ve eylemleri olan özneye ilişkisi içinde, belli nitelikler yüklemeye belirlenen tavır; öznenin olana, olguya yüklediği nitelik*” şeklinde tanımlamaktadır.

Değerler üzerine araştırmalar, 1930’ların başlarından bu yana psikoloji, sosyoloji, antropoloji, ekonomi ve siyaset bilimi gibi alanlarda cazip hale gelmiştir (Karabatı ve İşeri Say, 2005, s. 85). Allport (1936) tarafından araştırılmaya başlanan değer kavramı, sonraları Rokeach (1973) tarafından geliştirilen değer teorisi ve Rokeach Değer Ölçeği, ardından Schwartz Değer Ölçeği ile genişlemeye devam etmiştir (Baloğlu ve Balgamış, 2005, s. 21).

Değer kavramı, sosyal bilimlere ilk olarak Znaniecki tarafından kazandırılmıştır. Değer sözcüğü, Latince “*kıymetli olmak, güçlü olmak*” anlamındaki “*valere*” sözcüğünden türetilmiştir (Aydın, 2003, s. 122). Türk Dil Kurumuna göre

değerin tanımı “*Bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet*” şeklindedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2019). Türkçede “karşılık olma” anlamındaki “değmek” kökünden türetilmiş bir kelimedir (Arslan ve Yaşar, 2007, s. 8). Sosyoloji Sözlüğü’nde değer, “*bireylerin etik veya uygun davranışlar ile ilgili, neyin yanlış ya da doğru olduğu, neyin istenebilir ya da alçakça olduğu konusundaki fikirleridir*” şeklinde tanımlanmaktadır (Marshall, 1999, s. 133).

Theodorson ve Theodorson (1979) değer, özel eylemleri ve amaçları yargılamada temel bir standart sağlayan ve bir grubun üyelerinin güçlü duygusal bağlılıklarıyla oluşan soyut, genelleştirilmiş davranış prensipleri ile ilgili olduğu üzerinde durmaktadır. Bu ifadeye göre değerler sadece tek bir grup üyesinin kabul ettiği önermeler değil, gruptaki her üyenin benimsediği standartlar olarak kabul edilmelidir (Özensel, 2003, s. 226). Kluckhohn (1951, s. 395) değer kavramını, bir grubun veya bireyin nitelik ve özelliklerini açıkça veya örtülü olarak belirten, bireylerin davranış şekilleri ile amaçları ve araçları arasında seçim yapmasına etki eden arzu edilebilir bir kavram olarak açıklamaktadır.

Schwartz’a (1999, s. 24) göre değer, sosyal aktörlerin (organizasyon liderleri, politika yapıcıları, bireysel kişiler) eylemleri seçme, insanları ve olayları değerlendirme ve bunları açıklama şeklini yönlendiren bir kavramdır. Bu görüşe göre, değerler yaşamda yol gösterici ilkeler olarak önem sırasına göre sıralanan, durumlar arası ölçütler ve hedeflerdir. Rokeach’a göre değer, kişilerin ideal davranış biçimleri ya da yaşam amaçları ile ilgili inançları olup davranışa farklı şekillerde yol göstericilik eden çok yönlü standartlardır (Uyguç, 2003, s. 93). Elizur ve diğerleri (1991, s. 22) değer, belirli bir topluma ait nesne, davranış ve olaya karşı bir değere o toplumun verdiği önem derecesi olduğu görüşündedirler. Bu ifadelerden yola çıkarak değer, yani bir şeyin değeri, onunla aynı olan şeyler arasında özel yeridir. Bir şeyin değerliliği ve değer dereceleri kendisiyle aynı olan şeyler arasındaki konumu dolayısıyla insan için taşıdığı özel anlamlardır (Kuçuradi, 1971, s. 58).

Değer kavramı konusunda farklı alanlarda yapılan tanımlamalar küçük ayrımlar içerse de ortak noktaları, değer kelime anlamından çok ne işe yaradığı üzerinde durulmasıdır. Bir başka ifadeyle, insanların davranışlarını belirlemede ve bu davranışları değerlendirmede, değer kavramının bir ölçüt olarak ele alınmasıdır (Aydın, 2011, s. 39). Alanyazındaki değer tanımlamalarının ortak noktaları a) bir

inanç şeklinde tanımlanması, b) istenen durumlara ve davranışı yönlendirmeye bağlı olması, c) farklı olaylar ve durumlar karşısında tutarlılığı, d) bir kişinin diğer insanların davranışlarına ilişkin deneyim veya değerlendirmeleri için rehber olması, e) öncelikli bir değerlendirme sistemi oluşturmak için değerlerin önem sırasına göre dizilmesi şeklinde sıralanabilmektedir (Cennamo, 2005, s. 7).

### 2.1.1.2. Değerlerin İşlevleri

Toplumun meydana getiren bireyler, birbirleriyle etkileşimini çoğunluk tarafından kabul görmüş konular çerçevesinde gerçekleştirmektedirler. Bu etkileşimler de toplumların değerlerini oluşturmaktadır. Değerler, toplumların sosyal anlamda denetim mekanizmalarını oluştururken, anlaşmazlıkları, çatışmaları ve kargaşaları çözüme kavuşturarak en aza indirmeye yardımcı olmaktadır. Bunun yanında değerler, sosyal alanlarda uyum sağlamaya destek olarak toplumsal barışın gelişmesine de katkı sağlamaktadır (Göz, 2014, s. 86). Toplumsal değerler, bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendirerek, bu tutumların bireyin davranışlarında ölçüt olmasıyla topluma fayda sağlamaktadırlar (Şerif, 1985, s. 98).

Değerler, bazı sosyal sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu sosyal sonuçlar, değerlerin işlevleri olarak adlandırılmaktadır. Bu işlevler şunlardır (Uyan, 2002, s. 57):

- Değerler, bireyin toplumun gözündeki yerini bilmesine yardımcı olmaktadır. Bunu da toplumsal tabakalaşmayı mümkün kılarak gerçekleştirmektedir.
- Değerler, bireysel olarak önemli görülmesi de maddi kültür açısından önemi olan nesnelerin sosyal açıdan değerinin benimsenmesini sağlamaktadır.
- Değerler, toplumun ideallerini belirlemekte ve bireylerin bu doğrultuda topluma en uygun ve en iyi şekilde davranışlar sergilemelerine destek olmaktadır.
- Değerler, bireylerin sosyal rollerinin farkına varmasına ve bu sosyal rolleri gerçekleştirmesine olanak vermektedir. Bunun sonucunda bireyler sosyal rollerinin gerekliliklerini yerine getirmektedirler.
- Değerler, toplumsal olarak kontrolü sağlama araçlarıdır. Bireyleri kurallara uymaya ve doğru olanı yapmaya yönlendirmektedir.
- Değerler, bireylerin çıkar birliğiyle bağlanmaları ve birbirlerine destek olmalarını sağlamaktadır. Çünkü insanlar kendileriyle aynı değerlere sahip kişilere

doğru eğilim göstermektedirler. Bu da değerlerin dayanışmayı artırıcı bir işlevi olduğu anlamına gelmektedir.

Kuvan (2007), değerlerin standart işlevlerinin yanı sıra karar verme ve kargaşayı çözme, motivasyonel ve davranış yaptırım işlevlerinden bahsetmektedir. Standart işlevlerden kastedilen, değerlerin insanların kendilerini tanıtmalarına destek olması, toplumda kabul gören durumları ve standartları belirlemeye yardımcı olmasıdır. Değerler sisteminde, belirli bir durumun karşısında karar vermek veya seçim yapmak gerektiğinde bugüne kadar var olmuş ve değerler çerçevesinde çözüme kavuşturulmuş durumlar danışman niteliğinde olmaktadır. Bu da değerlerin karar vermede önemli bir işlevi olduğunu doğrular niteliktedir. Motivasyonel olarak değerlerin; uyum sağlama, benlik savunma ve kendini gerçekleştirmeye yardımcı olma işlevleri söz konusudur.

### **2.1.1.3. Değerlerin Sınıflandırılması**

Değerlerin sınıflandırılmasında pek çok bilim insanı farklı görüşler ortaya atmaktadır. Bunlardan yaygın olarak bilinenleri ve kabul görenleri Allport ve diğerlerinin (1970), Rokeach'ın (1973) ve Schwartz'ın (1992) değer sınıflandırmalarıdır.

Allport'un (1931) farklı bir yolunu izleyerek yaptığı Değerler Araştırması'nın öncüsü Spranger'ın (1928), bir insanın özünün, bireylerin değer felsefesini anlayarak en iyi şekilde fark edildiği görüşünü temel alan değer sınıflandırması; teorik, ekonomik, politik, estetik, sosyal ve dini değerler şeklinindedir (Kopelman, Rovenpor ve Guan, 2003, s. 204). Allport (1956) ise bir bireyin kişiliğinin büyük oranda insanların değerlerine veya yaşamda neyin gerçek olup olmadığına dair temel inançlara dayandığı görüşünü savunmaktadır (Klassen, Pomeroy ve Hartman, 2009, s. 42). Allport ve diğerlerinin (1970) gerçekleştirdiği Değerler Araştırması'nda ortaya koyulan değerler aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır (Hurka, 1980, s. 85):

- Teorik: Gerçeğin keşfine ana ilgi; tutumlar bilişsel, ampirik ve rasyoneldir; amaç sistematik bir bilgi edinmektir.
- Ekonomik: Yararlı ve pratik olana ilgi; mal tüketime ilgi ve servet birikimi; eğitimin pratik olması gerekliliği; uygulanamayan bilginin israf olduğu düşüncesi hkimdir.

- Estetik: Değerlerin güzelliği, biçimi ve uyumu ön plandadır; bireycilik ve kendi kendine yeterlilik eğilimindedir.
- Sosyal: Yardımsever bir insan sevgisi; sevgiyi insan ilişkilerinin tek uygun şekli olarak görmektedir.
- Politik: Rekabete, iktidara ve mücadeleye ilgi; liderlik pozisyonlarına önem verme söz konusudur.
- Dini: Değerler birliği; kendini bir bütün olarak evrenle ilişkilendirmeyi amaçlamaktadır; en yüksek ve tatmin edici değer deneyiminin yaratılmasına yönelmek önemlidir.

Bu değer sınıflandırması her birey için farklı şekillerde sahip olduğu öneme göre sıralanmaktadır. Her bireyin değer algısı, karma bir şekilde ortaya çıkabildiği gibi, bazı bireylerde de bazı değer boyutları anlam ifade etmeyebilir (Flores, 2016, s. 103).

Rokeach'ın (1973) yaptığı değer sınıflandırmasında “*amaçsal*” ve “*araçsal*” değerler olmak üzere iki tür değer bulunmaktadır. Amaçsal değerler, kendi içerisinde; “*kişiyeye ait*” ve “*sosyal*” değerler şeklinde ayrılırken araçsal değerler de “*ahlaki değerler*” ve “*yeterlilik değerleri*” şeklinde ayrılmaktadır (Korkmaz Devrani, 2010, s. 53). Amaçsal değerler, hayattaki temel hedefleri ifade ederken, araçsal değerler, bu hedefler doğrultusunda özümseyen davranış şekillerini ifade etmektedir (Çalışkur ve Aslan, 2013, s. 88). Rokeach'a göre birçok araçsal ve amaçsal değer olmasına karşın, bu değerlere kıstas oluşturması açısından 18 adet araçsal, 18 adet amaçsal değer bulunmaktadır (Gibbins ve Walker, 1993, s. 798). Toplam 36 tane değer maddesini içeren Rokeach sınıflandırması aşağıdaki gibidir (Tuulik vd., 2016, s. 154):

- Amaçsal Değerler (Sosyal): Dünya barışı, güzel bir dünya, eşitlik, aile güvenliği, özgürlük, aşk, ulusal güvenlik, sosyal tanınma ve gerçek dostluk.
- Amaçsal Değerler (Kişiyeye Ait): Rahat bir yaşam, heyecan verici bir yaşam, mutluluk, iç uyum, zevk, selamet, öz saygı, bilgelik ve başarı.
- Araçsal Değerler (Ahlaki): Açık fikirli, bağışlayıcı, faydalı, dürüst, sevecen, neşeli, itaatkâr, kibar ve sorumluluk sahibi.
- Araçsal Değerler (Yeterlilik): Hırs, yetenekli, temiz, cesur, yaratıcı, bağımsız, entelektüel, mantıklı ve kontrollü.

Schwartz'a göre bir değeri diğerinden ayıran, ifade ettiği amaç ve motivasyondur. Değerler teorisi, her birinin ifade ettiği motivasyona göre 10 farklı değer tanımlamaktadır. Bu değer türleri insan varlığının hayatta kalması ve refahı gibi evrensel gereksinimlere dayandırılmaktadır (Schwartz, 2010, s. 223). Bu 10 değer türü aşağıdaki gibidir (Schwartz, 2012, s. 5):

- Uyum: Başkalarını zecek, zarar verebilecek veya sosyal normları ihlal edecek eylemlerin, eğilimlerin ve dürtülerin kısıtlanması.
- Gelenek: Kişinin kültürü veya dini inançları tarafından sağlanan gelenek ve gerekliliklere saygı, bağlılık duyma ve kabul etme.
- Yardımseverlik: Kişisel temasta bulunan kişilerin refahını korumak ve geliştirmek.
- Evrenselcilik: Tüm insanların ve doğanın refahına ilişkin anlayış, takdir, hoşgörü ve koruma.
- Kendini Yönlendirme: Bağımsız düşünce ve eylem seçme, oluşturma, keşfetme.
- Uyarım: Yaşamda heyecan ve yenilik.
- Hazcılık: Hayattan zevk alma ve duyusal tatmin.
- Başarı: Sosyal standartlara göre yetkinlik gösterme.
- G: İnsanlar ve kaynaklar üzerinde egemenlik kurma, sosyal statü ve prestij sahibi olma.
- Güvenlik: Toplumun, ilişkilerin ve benliğin güvenliği, uyumu ve istikrarı.

Schwartz'ın sınıflandırmasında her değerin arkasından gelen eylemlerin, çatışabilecek veya diğer değerlerin arkasından gelmesiyle uyumlu hale gelebilecek belirli sonuçları bulunmaktadır. Evrensel ncelikler arasındaki çatışmalar ve değer öncelikleri arasındaki uyumluluk iki boyutlu bir yapı göstermektedir (Devos, Spini ve Schwartz, 2002, s. 482). Birinci boyut değişime karşı açıklık-muhafazakarlık, ikinci boyut ise kendini aşma/kendini geliştirme şeklinindedir. Birinci boyutta değişime karşı açıklık; kendini yönlendirme ve uyarım maddelerini içerirken muhafazakarlık; güvenlik, uyum ve gelenek maddelerini içermektedir. İkinci boyuttaki kendini aşma; evrenselcilik ve yardımseverliği içerirken kendini geliştirme; başarı ve g maddelerini içermektedir (Schwartz ve Sagiv, 1995, s. 94).



#### 2.1.1.4. Değerlerle İlişkili Kavramlar

Değerler belirli eylemleri ve durumları aşan soyut hedeflerdir. Değerlerin soyut doğası, onları genellikle belirli eylemlere, nesnelere veya durumlara atıfta bulunan inanç, tutum, norm, ideoloji ve ihtiyaç gibi kavramlardan ayırmaktadır (Schwartz, 2006, s. 4). Değer kavramıyla sıkça karıştırılan, değer kavramına benzer olan bu kavramlar aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır.

##### 2.1.1.4.1. Değer ve İnanç

İnançlar, kişinin dünyasındaki bir noktaya dair anlayış ve bilgilerinin sürekli bir organizasyonudur. Bir şeye dair inanç, o şeyin ifade ettiği anlamlar bütünü, kişinin nesne hakkındaki bilgilerinin tümü olarak tanımlanmaktadır. İnançlar tamamlanmış ve yapılanmıştır. İnançlar aynı zamanda özgün kavramaların maruz kaldığı düzenlemelerin ortaya çıkardığı bilginin bir ürünü şeklinde açıklanabilmektedir (Krech ve Crutchfield, 1980, s. 227). Rokeach (1973), değer ve inançların birbirini destekleyen kavramlar olduğunu açıklamak amacıyla üç tip inanç şekli olduğunu belirtmektedir. Bunlardan ilki, doğrulanabilir olan ve hatalarının ortaya çıkarılabildiği “*tanımlayıcı*” veya “*varoluşçu*” inançlardır. İkincisi, bireylerin iyi ya da kötü olarak açıkladıkları ve buna bağlı olarak onaya dayalı olan “*değerlendirici*” inançlardır. Üçüncüsü ise örf ve adetlerin hayata kattığı, davranışların doğru, arzu edilebilir veya yanlış, arzu edilemez olduğu konusunda yol gösterici olan değerlerdir. Buna göre değerler de inançların bir çeşidi sayılmaktadır (Atay 2003, s. 89). Allport da değeri, bireylerin kendi tercihleri doğrultusunda hareket etmesine dair bir inanç olarak tanımlayarak değerlerin bir tür inanç olduğuna dikkat çekmektedir (Vurgun ve Öztop, 2011, s. 219).

Güngör (1998, s. 28), değeri bir inanç tipi olarak görse de değeri inançtan daha üstün bir zihin durumu olarak açıklamaktadır. Bunun nedeni değerlerin sadece bir inanca değil, bir arada bulunan birden çok inanca karşılık gelmesidir. Değer bir inanç tipi olarak, yaşantının sınırlı bir kısmıyla ilgili kavrama, his ve bilgilerin bir arada bulunmasıyla ilgilidir.

Feather (1975) ise değer ve inanç kavramının birbirinden farklı olarak ele alınması gerektiğini savunmaktadır. İnançların duygusal anlamda objektif olduğunu fakat değerlerin duygusal manalar taşıdığını belirtmekte ve bu konuda Rokeach’ın

görüşüne karşı çıkmaktadır. Ayrıca Rokeach (1973), değerleri örf ve adetler gibi “*geleneksek ve kısıtlayıcı*” inançlar sınıfına koyarken; Feather, değerlerin “*değerlendirici*” inançlar sınıfına daha uygun olduğu görüşünü savunmaktadır (Koca, 2009, s. 80).

#### **2.1.1.4.2. Değer ve Tutum**

Sosyal psikolojinin konusu olan tutum kavramının genel olarak; bir nesneye veya değere karşı hoşça giden ve gitmeyen durumlardaki etki derecesini ve bir nesneye karşı olumlu veya olumsuz bir şekilde yanıt vermeyi öğrenen eğilimleri ifade ettiği görülmektedir (George, 2003, s. 440). Rokeach (1968, s. 550) tutumu tanımını yaparken; fiziksel veya sosyal, somut veya soyut olan belirli bir nesneye, duruma odaklanıp, bazılarını tercihli bir şekilde yanıt vermeye yetkin kılan çeşitli inançların kalıcı bir organizasyonu olduğunu vurgulamaktadır. Papanastasiou (2002, s. 72) tutumu, bir kimsenin kişilere, mekanlara, düşüncelere ve olaylara karşı yanında veya karşısında olma yoluyla kendini gösterdiği duygusal eğilim olarak açıklamaktadır. Rosenberg ve Hovland ise tutumların üç ögesi olması üzerinde durmaktadır. Bu öğeler bilişsel, duygusal ve davranışsal şeklinde ele alınmaktadır. Bilişsel öge, bireylerin tutum nesnesi ile ilgili sahip olduğu bilgiler; duygusal öge tutum nesnesine verilen duygusal karşılıklar iken davranışsal öğeler de tutum nesnesine karşı gerçekleştirilen bütün eylemleri kapsamaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014, s. 133).

Araştırmacılardan bazıları değer ve tutum kavramlarını birbirleri yerine kullanırken, kimi araştırmacılar değer kavramının tutum kavramından daha geniş bir kavram olduğu ve birbirlerinden farklı anlamlar taşıdıkları görüşündedirler. England’a (1967, s. 54) göre değerler tutumlara benzemesine karşın daha kökleşmiş ve kalıcıdır. Aynı şekilde, değerlerin tutumlara göre daha genel ve belirli bir nesneye daha az bağlı olduğu görülmektedir. Şerif’e (1985, s. 23) göre ise tutum, bireyin yerleşik bir değeri kabul edip benimsemesinin ardındaki kalıcılığı ifade etmektedir. Bu doğrultuda değer, belirli nesnelere veya olaylar karşısında şekillenmesinin ardından, tutumun içeriğidir.

Rokeach, değer ve tutum kavramlarının eş anlamlı olarak kullanılmasına karşı çıkmakta ve kavramlar arasındaki farklılıkları aşağıdaki şekilde açıklamaktadır (Bayar, 2015, s. 38):

- Değer, yalnızca bir inancı temsil ederken tutum, birden fazla inancı temsil etmektedir.
- Değer, objeler veya olayların üstünde iken tutum, belirgin bir obje ya da olay üzerinde durmaktadır.
- Tutum, değer kazanma açısından bir araçtır. Dolayısıyla değer daha yerleşiktir.
- Değerlerin, topluma ayak uydurma, bireyin kişiliğini oluşturma gibi etkileri varken tutumlar sadece sonuç odaklıdır ve bu işlevler tutumların ilgisi dışındadır.
- Değerler motivasyonla yakından ilişkilidir ve tutumlara göre daha dinamiktir.

#### **2.1.1.4.3. Değer ve Normlar**

İnsanlar toplumun bir parçası olarak yaşayan, sosyal ve kültürel bir varlıktır. İnsanların toplum içerisinde yaşayabilmeleri için belirli birtakım normlara uyması gerekmektedir. Normlar, toplumun huzur ve sağlıklı bir düzen içinde yaşayabilmesi için koyulan kuralları, sınırları kapsayan otoriter bir temele dayanmaktadır (Eroğlu, 2015, s. 299). Toplumun kuralları, normları ve değerleri toplumun ve bireyin etkin işleyişi için vazgeçilmez olan sosyal bütünleşmeyi sağlamaktadır (Lefkowitz, 2017, s. 117). Bir grup insan tarafından paylaşılan, hangi davranışların uygun olduğu ile ilgili kurallar ve normlar insanların sosyal hayatını yapılandırmaktadır. Normlar, belirli uygulamaların olumlu ve olumsuz olduğunu belirtip olumsuz olanların yasaklandığı bir sistemi içermektedir (Abelson, Frey, ve Gregg, 2004, s. 199). Normlar genel olarak, belirli durumlarda ne yapılması ve ne yapılmaması gerektiğine dair bir kural olarak tanımlanmakta olup ihlal edilmesi durumunda yaptırım tehdidi söz konusudur. Buna karşılık değerler, davranışa ilham verip davranışı yönlendirirken doğrudan belirli bir davranışı emretmezler. Kısacası normlar sırf kendi doğrulukları konusunda kısıtlayıcıdır fakat değerler, yalnızca doğru yola rehberlik etmektedir (Thome, 2015, s. 49).

Değerler ile normların arasındaki farkları Rokeach (1973) üç farklı şekilde ele almaktadır (Özkul, 2007, s. 34):

- Değerler, bireylerin davranışlarını ya da var olanın son durumunu, normlar ise yalnızca davranış şeklini açıklama ile ilgilidir.
- Değerler spesifik durumları, normlar ise bu spesifik durumlar içerisinde hangi kalıplar doğrultusunda davranılması gerektiğini açıklamak ile ilgilidir.
- Değerler, kişi ile ilgili ve içselken normlar daha geniş bir kavramdır ve dışsaldır.

#### **2.1.1.4.4. Değer ve İdeoloji**

İdeoloji, doğru düşünme bilimi anlamına gelmektedir. Bu kavram, fikirlerin oluşması esnasında incelenebileceği, böylelikle özellikle doğru olanı düşünmenin bir yöntemi olduğunu savunan düşünürler tarafından ortaya atılmıştır (Mardin, 1997, s. 36). İdeolojiler, toplum içerisindeki grupların ve hareketlerin fikir temellerini oluşturmasının yanında toplumsal grupların, dünyaya bakış açılarını ve bu grup üyelerinin toplumdaki davranış pratiklerinin temeli olması açısından anlam ifade etmektedir (Dijk, 2003, s. 17). Bir başka ifadeyle, değerlerin anlamına ilişkin inanç, seçilen hedef doğrultusunda gösterilen davranış şekilleri, bu davranışlara veya olaylara ilişkin seçimler yapılmasında standartlar ortaya koyması da ideolojinin anlamına dair ipuçları sunmaktadır (Öntaş, 2016, s. 165). Rokeach (1973), bireylerin veya grupların ideolojisini belirlemede, o toplumun değerler sisteminin etkisinin büyük ölçüde olduğunu öngörmektedir. Bunu kanıtlamak için gerçekleştirdiği çalışmada, özgürlük ve eşitlik değerlerini göz önünde bulundurarak farklı ideolojiler içindeki bireylerin, ideolojileri açısından bu kavramları nasıl birbirinden farklı şekilde sıraladıklarını ortaya koymaktadır (Polat, 2019, s. 14).

#### **2.1.1.4.5. Değer ve İhtiyaç**

İhtiyaç kavramı, bir organizmanın en temel çabası anlamına gelmektedir. Değer ise bireyin yerine getirmesi gereken durumlar için izlemeyi seçtiği yoldur (Beukman, 2005, s. 66). Değer ve ihtiyaç farklı anlamlara gelen (Judge ve Bretz, 1992, s. 263) ancak kimi zaman birbirlerine yakın kullanılan kavramlardır. Maslow (2001, s. 236), ihtiyaçlar hiyerarşisinin en üst basamağındaki kendini gerçekleştirme bir ihtiyaç olmasının yanı sıra değer olduğu görüşündedir. Çünkü bireylerin kendi kapasitelerini doyurmaları bir ihtiyacı ifade etmektedir. Bu sebeple kendini gerçekleştirme aynı zamanda kişisel bir değer olduğu söylenebilir. French

ve Kahn (1962) da değer ve ihtiyaç kavramlarının benzer anlamlarda kullanıldığı görüşündedirler. Bunun nedeni, bireylerin ihtiyaçları gereği gerçekleştirmek zorunda oldukları şeyleri gerçekleştirme arzusunda olabilmeleridir (Çoban, 2011, s. 15).

Locke (1976), ihtiyaçların bireyde doğuştan var olduğu, değerlerin ise yaşantıda elde edildiği görüşündedir. Bunun için ihtiyaçların kişiden kişiye değişmediğini ve kişileri harekete geçmek zorunda bırakan bir durum olduğunu savunurken; değerlerin her birey için farklı olduğunu ve davranışı yönlendirdiğini savunmaktadır (Uysal, 2015, s. 9). İhtiyaçlar da davranışa kılavuzluk edebilir, ancak Rokeach'a (1973) göre geçicidir ve tatmin olduktan sonra davranışları etkilemeyebilir. Değerler, bireylerin ihtiyaçlarını sosyal olarak kabul edilebilir şekilde karşılayabilmeleri için geliştirilmektedir. Değerler, ihtiyaçların aksine, durumların ötesine geçmekte ve davranışlar üzerindeki etkisi devamlılık göstermektedir. Ayrıca, bireylere yalnızca günümüzdeki davranışların uygunluğunu değerlendirmek için temel oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda bireylerin gelecekte hangi hedeflere ulaşmak istediklerini anlamalarına yardımcı olmaktadır (Almeida ve Pinto, 2005, s. 28).

#### **2.1.1.5. İş Değerleri Kavramı**

Bireylerin, birbirinden farklı yetiştirme tarzları, farklı çevresel ve kültürel koşullarda karşılaştıkları durumlar çerçevesinde gelişen kişilikleri ve genetik yapıları itibarıyla değişik ilgi alanları ve bireysel farklılıkları oluşmaktadır. Bu bireysel farklılıklar sonucunda her bir bireyin sahip olduğu değerler bulunmakta ve insanlar bu kişisel değerleri doğrultusunda hayatlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar. İş değerleri de sahip olunan değerlerden bir tanesidir (Bozkurt ve Doğan, 2013, s. 72).

İş değerleri ve genel değerler konularındaki araştırmalar birbirlerinden farklı ve bağımsız alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. İş değerleri ile ilgili çalışmalar yapan araştırmacıların bakış açıları, genel değer araştırmacılarından yöntem ve içerik bakımından ayrılmaktadırlar. Bu sebeple değerler ile ilgili araştırmalar, iş değerleri konusu için genel bir çerçeve çiziyor olsa da konunun tamamını ele alabilmede eksiklikler barındırmaktadır (Lyons, 2003, s. 45). İş yaşamında değerler konusunun bilimsel açıdan ele alınması 1924'te yapılan "*Hawthorne Araştırmaları*" ile kendini göstermiştir (Bayar, 2016, s. 39). Bu araştırmanın sonucunda çalışanların

verimliliğinin fiziksel koşullardan çok sosyal koşulların iyileştirilmesi ile arttığı görülmüştür. Böylece iş yaşamında sosyal faktörlere de öncelik verilmesini destekleyecek olan “*insan ilişkileri kuramı*” ortaya çıkmıştır (Şahin, 2004, s. 531). Söz konusu araştırmanın ardından “*iş etiği*” çalışmaları ve daha sonra 1970’li yıllarda ise “*iş değerleri*” ile ilgili çalışmalar artış göstererek bu konuda ölçekler geliştirilmesi ile yaygınlaşmıştır (Değirmencioğlu, 2009, s. 29).

İş değerleri kavramının tanımları doğrultunda, “*değerlerin bir altkümesi, insanların işlerinde istedikleri özellikler, tatmin ve ödüller*” (Kubat ve Kuruüzüm, 2010, s. 488), bireyin işine karşı tutumu (Wollack, Goodale ve Wijting, 1971, s. 331), insanların çalıştıkları yerden elde etmek istedikleri özel bir neticeye verdikleri önem derecesi (Elizur ve Koslowsky, 2001, s. 594), işte olanların değer, önem ve arzu edilebilirlik derecesi (Knoop, 1991, s. 776) gibi ifadeler üzerinde durulduğu görülmektedir. Elizur (1984, s. 380) iş değerinin, kişinin iş ortamında elde edilen kesin çıktılara verdiği önem olduğunu vurgulamaktadır. İş değerleri, bireylerin iş rolüne katılmalarının bir sonucu olarak tatmin edilmesi gerektiğine inandıkları değerleri ifade etmektedir. İş değerlerine örnek vermek gerekirse, bunlar; ekonomik refah, fedakârlık, başarı ve sorumluluk olabilmektedir (Brown, 2002, s. 49).

İş değerleri, iş ortamında arzu edilen durumlara (yüksek maaş ve iyi insanlarla çalışmak gibi) ilişkin inançlardır. Farklı iş hedefleri, sonuçları ve ortamlarını değerlendirmek ve çeşitli iş alternatifleri arasından seçim yapmak için yol gösterici ilkeler olarak önemlerine göre sıralanmaktadırlar (Ros, Schwartz ve Surkiss, 1999, s. 54).

#### **2.1.1.6. İş Değerlerinin Sınıflandırılması**

İş değeri sınıflandırmaları konusunda her ne kadar çeşitli tipoloji öne sürülmüş olsa da en az iki temel iş değeri sınıflandırması üzerinde fikir birliği mevcuttur. Bunlardan biri “*içsel*”, diğeri “*dışsal*” iş değerleridir (Hegney, Plank ve Parker, 2006, s. 272). İçsel iş değerleri, çalışmanın doğasında var olan psikolojik tatminlere ait, işin ilginçliği, rekabeti, çeşitliliği ve entelektüel dürtü gibi değerlerdir. Dışsal iş değerleri ise işin maddi yönleriyle ilgili olan ücret, fayda ve iş güvenliği gibi değerleri kapsamaktadır (Lyons, Duxbury ve Higgins, 2006, s. 608). İçsel iş değerleri, çalışanların işlerinde kendilerini ifade etmesini sağlayan, iş çeşitliliği veya

özerklik gibi önemli işlerinin her yönüne değer verme derecesi olarak da tanımlanabilmektedir. Dışsal iş değerlerine, daha araçsal olan maaş ve terfi fırsatı örnek olarak verilebilmektedir. Taris ve Feij (2001, s. 55) bunların yanına, çalışanların iş arkadaşları veya işverenleri ile iyi ilişki kurmaya verdiği önemi ifade eden “sosyal iş değerleri” kavramını eklemiştir.

Super (1962, s. 231) de 15 tane iş değerini içsel ve dışsal değerler olarak sınıflandırmaktadır. Bu değerlerden fedakârlık, yaratıcılık, özgürlük, başarı, teşvik, çeşitlilik, otorite ve estetik içsel değerler sınıflandırmasına girerken; maaş, iş güvenliği, işverenle ve iş arkadaşlarıyla ilişkiler, saygınlık, çevre ve yaşam tarzı ise dışsal değerler sınıflandırması içerisinde yer almaktadır (Afacan Fındıklı, 2012, s. 45).

Bir diğer iş değerleri sınıflandırması da Elizur’a aittir. Elizur (1984, s. 388), iş değerlerinin içsel ve dışsal ayrımında, içsel sonuçların bilişsel; dışsal sonuçların da araçsal ya da duyuşsal olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte “iş sonuçları (araçsal, duygusal, bilişsel)” ve “iş performans ilişkisi” şeklinde iki tip sınıflandırma oluşturmuştur. Araçsal iş değerlerinin sağlık, fiziksel veya ekonomik güvenlik, ödeme ve çalışma koşulları gibi doğrudan ve pratik sonuçları vardır. Duygusal iş değerleri kişilerarası ilişkilerle ilgili, iyi arkadaşlıklar, dürüst işverenler gibi öğeleri içermektedir. Bilişsel iş değerleri ise başarı, sorumluluk, özgürlük gibi kavramları ön planda tutmaktadır (Elizur ve Sagie, 1994, s. 13). İş performans ilişkisinde ilk boyut olan “ödülleri” sınıfında, iş görenlerin işte gösterdiği iyi performansa karşılık alacağı yüksek maaş, statü, işinde yüksek konuma ulaşma, geri bildirim alma maddeleri yer almaktadır. İkinci boyut olan “kaynaklar” boyutu, işin sonucunda verim elde edebilmek için işe başlamadan önce iş görenleri motive etme ve performanslarını artırmak için çeşitli teşvikleri içermektedir (Elizur ve Koslowsky, 2001, s. 594).

Kalleberg’in (1977, s. 128) çalışmasındaki iş değerleri sınıflandırması ise altı boyuttan oluşmaktadır:

- İçsel İş Değerleri: Çalışanın kendisiyle ilgili özelliklerine atıfta bulunmaktadır. Çalışanın kendini yönlendirmesini ve yeteneklerini geliştirmesini sağlamaktadır.

- Uygunluk: İşin rahatlık sağlayan özelliklerini ifade etmektedir. Bunlara, iyi çalışma saatleri, özgürlük, hoş çevre ve yeterli zaman örnek olarak verilebilir.
- Finansal Değerler: Bir çalışanın bir işten şimdiki ve gelecekteki parasal ödülleri alma arzusunu yansıtmaktadır. Finansal boyut; ücret ve iş güvenliği gibi ifadeleri içermektedir.
- Meslektaşlarla İlişkiler: İşin arkadaş edinme şansına izin verip vermeyeceği, iş arkadaşlarının dostça ve yardımsever olup olmadıkları gibi öğeleri içermektedir. Bu boyut, çalışanın sosyal ihtiyaçlarının iş faaliyetleri esnasında karşılanması isteğini yansıtmaktadır.
- Kariyer: İşte terfi şansının iyi olup olmadığı, işlerin adilce idare edilip edilmediği gibi unsurları içermektedir. Bu boyut çalışanın ilerleme ve takdir isteğini temsil etmektedir.
- Kaynak Yeterliliği: İş performansı için gerekli ekipman, yetki, bilgi ve denetimlerin olup olmadığı, iş arkadaşlarının yetkinlik durumları gibi unsurlarını içermektedir.

#### **2.1.1.7. Turist Rehberliği Mesleğinde İş Değerleri**

Turist rehberliği mesleği, turizm sektöründeki en önemli iş gücünü oluşturan meslek gruplarından biridir. Turist rehberleri, bir destinasyonun ilgi çekici yerlerini ve kültürünü; bilgileri, yorumları, iletişim ve anlatım yetenekleri sayesinde turistler için bir deneyime dönüştürmektedirler. Bu nedenle turist rehberleri, destinasyonun ev sahibi ve ziyaretçileri arasındaki köprü ve tur hizmetinin memnuniyetinden sorumlu başlıca kişilerdir (Ap ve Wong, 2001, s. 551). Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (WFTGA) turist rehberini, “*ziyaretçileri kendi seçtikleri dilde yönlendiren, normalde uygun otoriteler tarafından kabul görmüş niteliklere sahip olan ve bir bölgenin kültürel, doğal mirasını tanıtır yorumlayan kişi*” olarak tanımlamaktadır (WFTGA, 2019). Turist rehberliği mesleğini diğer mesleklerden ayıran başlıca özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler; (1) mesleğin fiziksel güç gerektirmesi, (2) mevsimlik özellik gösteren bir iş olması, (3) rehberlerin devamlı bilgilerini güncelleme zorunluluğu olması ve (4) dış etkenlerden etkilenmesi olarak sıralanmaktadır (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 145-149).

Diğer sektörlerle kıyasla turizm sektörü çalışmaları nispeten düşük ücretlerle, çalışanların aileleriyle veya sosyal çevreleriyle yaşamını elverişsiz hale getiren uzun



ve düzensiz çalışma saatleriyle, farklı iş ilişkileriyle ve meslekte ilerleme için sınırlı fırsatlarıyla ön plana çıkan bir sektör konumundadır (Veljkovic, 2015, s. 1). Bu doğrultuda turist rehberliği mesleğinde önem verilen iş değerlerinin, mesleğin özelliklerinden kaynaklı olarak değişiklik gösterebileceği söylenebilir. Başka bir ifadeyle, mesleğin sahip olduğu bu özellikler, turist rehberlerinin; işin fiziksel koşulları, işin sağladığı özgürlük, maddi kazanç, çalışma saatleri, kendini geliştirmeye olanak sağlaması gibi iş değerlerine verdikleri öncelikleri etkileyebilir. Bunun nedeni olarak değerlerin, bireylerin algı ve davranışlarını etkilemesi gösterilebilmektedir (Mok, Rine ve Pizam, 1998, s. 2).

İş değerleri, bireylerin işinden ne beklediği, mesleklerinde önem verdikleri konuların ne olduklarıyla ilişkili olduğu kadar içinde çalıştıkları örgütlerin mesleği icra edenlerden beklentilerini de kapsamaktadır (Akgöz ve Türkay, 2016, s. 152). Turist rehberleri için bu konuda seyahat acentaları bulunmaktadır. Seyahat acentalarının beklentileri ile turist rehberlerinin beklentileri arasında bir uyum gerçekleşmediği takdirde her iki tarafın da iş ile ilgili hedefleri gerektiği ölçüde benimsemelerinin zorlaşacağı söylenebilir. Bu durumda turist rehberleri, mesleklerinin onlar için ifade ettiği anlamı yitirebilmektedirler. Ancak kişisel ve örgütsel anlamda iş değerleri birbiriyle uyum sağlarsa turist rehberlerinin işlerinde daha fazla sorumluluk alma duygusu besleyebileceği, kendilerini geliştirmeye ve başarılı olmaya daha iyi odaklanabilecekleri ifade edilebilmektedir.

### **2.1.2. İŞE ADANMIŞLIK**

Bu bölümde işe adanmışlık kavramının tanımlarına, işe adanmışlık yaklaşımlarına ve boyutlarına, işe adanmışlık kavramı ile ilişkili kavramlara, işe adanmışlığın ortaya çıkmasında etkili olan faktörlere, işe adanmışlığın doğurduğu sonuçlara yer verilmektedir. Ayrıca turist rehberliği mesleğinde işe adanmışlık açıklanmakta, iş değeri ve işe adanmışlık konularının birbirleriyle ilişkisine değinilmektedir.

#### **2.1.2.1. İşe Adanmışlık Kavramı**

Son yıllarda tüm dünyada yönetim anlayışının giderek şekil değiştirmeye başlamasıyla birlikte, örgütlerde de olumsuz davranışlar ve yaklaşımlar yerini olumlu yaklaşımlara bırakmaktadır. Bunun sonucunda “*pozitif örgütsel davranış*” olarak

adlandırılan ve “*pozitif psikoloji*” alanının örgüt içerisindeki yansıması şeklinde gözlemlenen davranışlar ile ilgili çalışmalar da giderek artmaktadır (Bostancı ve Ekiyor, 2015, s. 38). Araştırmacılar, iş hayatının anlamı ve gösterdiği etkileri eksiksiz olarak anlayabilmek için araştırmaların olumlu taraflara odaklanması gerektiği görüşünü savunmaktadırlar. Bunun nedeni insanların işteki güç ve performansının daha üst seviyeye bu şekilde çıkarılabileceğine dair inançlarıdır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000; Luthans, 2002; Turner, Barling ve Zacharatos, 2002). İşe adanmışlık da bunun bir sonucu olarak, araştırmacıların, çalışanların refahının olumlu taraflarına bakmaya başladıklarında, mesleki tükenmişlik çalışmalarının karşıtı olarak gördükleri bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır (Schaufeli, Salanova, Gonzales-Roma ve Bakker, 2002, s. 71).

İngilizcede “*work engagement*” olarak adlandırılan kavramın, Türkçedeki karşılığı konusunda bir fikir birliği söz konusu değildir. Türkçe alanyazında işe adanmışlık (Uysal, Özçelik ve Uyargil, 2018), işe cezbolma (Karagonlar, Öztürk ve Özmen, 2015), işle bütünleşme (Öngöre, 2013), işe gönülden adanma (Uncuoğlu Yolcu ve Çakmak, 2017) gibi kavramlar kullanılmaktadır. Bu çalışmada tercih edilen kavram ise daha yaygın kullanıldığından “*işe adanmışlık*” olarak belirlenmiştir. Adanmışlık kavramı, “*kişinin eylemleri ile sınırlı olan ya da resmi beklentileri aşan davranışlar*” olarak tanımlanmaktadır (Demirhan ve Karaman, 2015, s. 250).

İşe adanmışlık kavramının tanımı (Kahn, 1990, s. 694), kişilerin fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak kendilerini yaptıkları işe performansları sırasında tam olarak adanmaları şeklinde bunun psikolojik bir durum olduğunu vurgulanarak yapılmaktadır. Leiter ve Bakker (2010, s. 2) ise işe adanmışlık kavramını motivasyonel bir durum olarak açıklamaktadır. Bal (2009, s. 547), işe adanmışlığı “*bireyin işiyle olan güçlü bağlılığı, işinin önemine farkına varması, işinden ilham alması ve yaptığı işle gurur duyması*” olarak tanımlamaktadır. Schaufeli (2013, s. 15), işe adanmışlığın katılım, bağlılık, tutku, coşku, özümseme, odaklanmış çaba, gayret, özveri ve enerji kavramlarını çağrıştırdığını ifade etmektedir. Schaufeli, Salanova, Gaonzales-Roma ve Bakker (2002, s. 74) işe adanmışlığı, katılım, canlılık, bağlılık ve kendini verme ile karakterize edilen olumlu, tatmin edici ve iş ile ilgili zihinsel bir durum olarak açıklamaktadır.

İşe adanmışlık, bir kişinin işindeki coşku ve katılımı olarak tanımlanabilmektedir. İşleriyle oldukça meşgul olan insanlar, yaptıkları iş ile özdeşleşmekte ve iş tarafından güdülenmektedirler. İşe adanmış bireyler, diğerlerinden daha fazla çalışma ve üretmeye yatkın olmaktadır. Bu yüzden çalıştıkları kuruluşların ve müşterilerinin istediği sonuçları üretmede daha başarılı olmaktadır (Roberts ve Davenport, 2002, s. 21). Bu doğrultuda Attridge (2009, s. 384), işe adanmış kişilerin işlerine karşı olumlu duygular beslediklerini, işlerini kişisel olarak anlamlı bulduklarını, iş yüklerinin yönetilebilir olduğunu düşündüklerini ve işlerinin geleceği hakkında umutlarının var olduğunu ifade etmektedir. İşe adanmışlık hem kişisel hem de kurumsal performans açısından oldukça etkilidir. İşe adanmış çalışanlar, işleri daha keyifli gerçekleştirirken bu keyfi daha etkili bir eyleme dönüştürmektedirler (Letter ve Bakker, 2010, s. 2).

#### **2.1.2.2. İşe Adanmışlık Kavramına İlişkin Yaklaşımlar**

Schaufeli (2013, s. 20-22), işe adanmışlık kavramına ilişkin dört temel yaklaşım bulunduğunu ifade etmektedir. Bunlar; Kahn'ın (1990) "*İhtiyaç Tatmini Yaklaşımı*", Maslach ve Leiter'in (1997) "*Tükenmişlik Antitezi Yaklaşımı*", Schaufeli, Salanova, Gonzales-Roma ve Bakker'in (2002) "*Memnuniyet-Adanmışlık Yaklaşımı*" ve Saks'ın (2006) "*Çok Boyutlu Yaklaşımı*" olarak sıralanmaktadır.

##### **2.1.2.2.1. Kahn'a Göre İşe Adanmışlık**

İşe adanmışlık kavramı ile ilgili en temel araştırmalardan birisini Kahn (1990) gerçekleştirmiştir. Kahn tarafından ortaya koyulan işe adanmışlık yaklaşımı "*İhtiyaç Tatmini Yaklaşımı*" olarak adlandırılmaktadır. Kahn (1990) insanların yaşamlarını içeren "*fiziksel*", "*bilişsel*" ve "*duygusal*" boyutları iş rolü performanslarında da kullanabilecekleri fikrine dayanarak bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada bireylerin kişisel benliklerini açıklayabildiği veya bundan kaçındığı; kişisel adanmanın gerçekleştiği veya gerçekleşmediği çalışma koşulları araştırılırken "*anlamlılık*", "*güvenlik*" ve "*erişilebilirlik*" olmak üzere üç psikolojik durum ve bunların bireysel ve bağlamsal kaynakları da açıklanmıştır (Kahn, 1990, s. 692).

Kahn (1990) işe adanmışlığı; bir insanın iş esnasında rol performanslarının, kişisel mevcudiyetini fiziksel, duygusal ve bilişsel açıdan desteklemesi, aynı zamanda görev davranışları sırasında tercih ettiği benliği kullanabilmesi olarak ifade

etmektedir. Bireylerin kendi işe adanmışlıklarını, anlamlılık, güvenlik ve erişilebilirlik koşulları altında kendilerine üç soru sorup cevaplara göre işe adanmışlıklarının ölçüldüğünü ifade eden Kahn, bu soruları şöyle sıralamaktadır: (1) Kendimi bu işe dahil etmem ne kadar anlamlı? (2) Bunu yapmak ne kadar güvenli? (3) Bunu nasıl yapabilirim? Bu üç şart sağlandığında bireyler daha fazla işe adanmışlık yaklaşımı sergileyeceklerdir (Kahn, 1990, s. 703). Buradaki anlamlılık, bireylerin işlerinde kendilerini değerli hissetmeleri, işe verilen emeğin karşılığında duyulan tatmin anlamlarına gelmektedir. Güvenlik, bireylerin iş içinde statü ve saygınlık kaybedeceği hakkında endişeleri olmadan işini en iyi şekilde yapmaya çalışması, işine kendini tamamen verebilmesidir. Erişilebilirlik ise işteki performansı yerine getirmek için ihtiyaç duyulan fiziksel, duygusal veya psikolojik kaynaklara sahip olmayı ifade etmektedir (Kahn, 1990, s. 705).

#### **2.1.2.2.2. Maslach ve Leiter'a Göre İşe Adanmışlık**

İşe adanmışlık kavramını tükenmişlik kavramı ile ilişkilendirerek yapılan çalışmalar ve işe adanmışlığın tükenmişlik kavramının tam tersi bir anlam içerdiğini öne süren araştırmalarla beraber konuyla ilgili yaklaşımların da çeşitlilik göstermeye başladığı söylenebilir. Tükenmişlik kavramını ilk kez Freudenberger (1974, s. 159) “*enerji, güç veya kaynaklar üzerinde aşırı talepte bulunarak başarısız olmak, yıpranmak*” şeklinde tanımlamaktadır. Maslach, tükenmişliğin insanlarla iş yapan kişiler arasında sıklıkla görülen duygusal bitkinlik olduğunu ifade etmektedir. Tükenmişlik, çalışanların işine psikolojik anlamda kendilerini veremediğinde, duygusal yorgunlukları arttığında, diğer insanlara karşı olumsuz tutum ve hislerin geliştirilmesiyle ortaya çıkan bir sendromdur (Maslach ve Jackson, 1981, s. 99).

Maslach ve Leiter, iş ile kişi arasındaki uyum veya uyumsuzluğu iş yaşamındaki altı alan (iş yükü, kontrol, ödül, topluluk, adalet ve değerler) açısından değerlendiren bir model oluşturmuşlardır. Bu modelde tükenmişlik ve adanmışlık, çalışma hayatının iki ucunu ifade eden uyum ve uyumsuzluk şeklinde görülmektedir. Bir başka ifadeyle iş ile işi yapan birey arasındaki uyumsuzluk tükenmişliği vurgularken, iş ile kişi arasındaki uyum ise işe adanmışlığa vurgu yapmaktadır (Maslach ve Leiter, 2016, s. 354). Tükenmişlik, bu altı alanın bir kısmı veya tamamı bakımından insanlar ve çalışma ortamları arasındaki sürekli uyumsuzluklardan kaynaklanmaktadır. Söz konusu alanlar insanların çalışma ortamlarıyla

etkileşimlerine farklı bakış açıları getirerek hem tükenmişliğin hem işe adanmışlığın temel örgütsel öncüllerini kapsayan bir çerçevede birleşmektedirler (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001, s. 414).

Çalışanların işe adanmışlığını enerji, etkinlik ve ilgi olarak nitelendiren Maslach ve Leiter, tükenmişlik meydana geldiğinde enerjinin tükenmeye, ilginin ilgisizliğe ve etkinliğin verimsizliğe dönüşeceği görüşündedirler (Bakker, Schaufeli, Leiter ve Taris, 2008, s. 188). Buna dayanarak işe adanmışlık ve tükenmişliğin aynı ölçek sonuçlarına göre ortaya koyulabileceğini savunmaktadırlar. Bu da Maslach Tükenmişlik Envanteri'nden elde edilen yüksek puanların tükenmişliğin yüksek olduğu, düşük puanların işe adanmışlığın yüksek olduğu sonuçlarına ulaştıracağı anlamına gelmektedir (Koppula, 2008, s. 4).

#### **2.1.2.2.3. Schaufeli ve Arkadaşlarına Göre İşe Adanmışlık**

Schaufeli ve arkadaşlarının işe adanmışlık yaklaşımı, Maslach ve Leiter'in tükenmişliğin anti tezi yaklaşımını işe adanmışlığı ölçmede yetersiz bulmakta ve aynı araçla tükenmişlik ve işe adanmışlığın ölçülemeyeceğini benimsemektedirler. Schaufeli ve Bakker (2004a, s. 294), bu görüşü desteklemek için verdiği örnekte; bireyin işte haftada bir kez boğulmuş hissetmesi, hiçbir şekilde aynı hafta içerisinde kişinin yüksek enerji hissetmediği anlamına gelmeyeceğini vurgulamaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında, Maslach ve Leiter, tükenmişlik ile işe adanmışlığın birbirini tamamen karşılayan veya dışlayan zıtlıkta kavramlar olmadığını ifade etmişlerdir.

Tükenmişliği ve adanmışlığı farklı araçlarla bağımsız olarak ölçülmesi gereken zıt kavramlar olarak kabul eden görüşe göre işe ilgili mutluluk halinin altında yatan iki boyut belirlenmiştir: (1) tükenmişlikten dinçliğe giden canlanma ve (2) ilgisizlikten adanmaya giden özdeşleşme. Tükenmişlik, bitkinlik (düşük canlılık) ve ilgisizlik (düşük özdeşleşme) ile karakterize edilirken; adanmışlık ise yüksek canlılık ve yüksek özdeşleşme ile karakterize edilmektedir. Ayrıca tükenmişlik yetersizlik, adanmışlık ise yoğunlaşma içermektedir. Ancak tükenmişliğin boyutları bitkinlik ve ilgisizlik; adanmışlığın boyutları olan canlılık ve adanmanın tam zıttı olsa da yetersizlik ile yoğunlaşma birbirlerinin doğrudan karşıtı değildir (Schaufeli, Salanova, Gonzales-Roma ve Bakker, 2002, s. 74). Sonuç olarak işe adanmışlık, anlık spesifik bir duygusal durumdan ziyade, daha kalıcı ve yaygın bir duygusal-

bilişsel durumu ifade eden, kendiliğinden karakterize edilen olumlu ve tatmin edici işle ilgili bir zihinsel durumdur. Yani işe adanmışlıkta tükenmişliğin aksine bir doluluk ve tatmin hissi bulunmaktadır (Schaufeli ve Bakker, 2010, s. 13).

#### **2.1.2.2.4. Saks'a Göre İşe Adanmışlık**

Saks'a göre işe adanmışlık kavramına yaklaşımın temelinde “*Sosyal Mübadele Teorisi*” yer almaktadır. Bu teoriden yola çıkarak Saks, işe adanmışlığa “*Çok Yönlü Yaklaşım*” adı verilen bir yaklaşım geliştirmiştir. Sosyal Mübadele Teorisi, işyeri davranışlarını anlamak için en etkili kavramsal paradigmlar arasındadır (Cropanzano ve Mitchell 2005, s. 874). Saks'a (2006, s. 602) göre işe adanmışlık, “*bilişsel, duygusal ve davranışsal bileşenlerden oluşan bireysel rol performansı ile ilişkili olan ve örgütsel vatandaşlık, örgütsel adanma gibi yapılardan farklı ve benzersiz bir yapı*” olarak tanımlanmaktadır. Bireylerin, örgütlerinin onlara sağladığı kaynaklara karşılık vermelerinin yolu işe adanmışlık düzeyleridir. Yani çalışanlar kendilerini bilişsel, duygusal ve fiziksel olarak daha iyi iş rollerine sokarak örgütlerinin onlara sağladığı kaynak ve faydanın gerektirdiği karşılığı vereceklerdir (Saks, 2006, s. 603).

Sosyal Mübadele Teorisi'nin temel ilkelerinden biri, ilişkilerin zamanla güven, sadakat ve karşılıklı verilen sözlere dönüşmesidir. Bunun için taraflar değişimin belirli kurallarına uymak durumundadırlar. Değişim kuralları katılımcıları tarafından değişim ilişkisinde oluşan veya benimsenen durumun normatif bir tanımını oluşturmaktadır (Emerson, 1976, s. 351). Sosyal Mübadele Teorisi içerisinde birbirine bağımlı olarak görülen etkileşimler, başka bir kişinin davranışlarına da bağlı olarak görülmektedir. Ayrıca bu birbirine bağlı işlemlerin yüksek kalitede ilişkiler üretme potansiyeli bulunmaktadır (Cropanzano ve Mitchell 2005, s. 875). Bu teoriye göre, eğer bir kuruluş çalışanlara daha fazla kaynak sunarsa çalışanlar kuruluşa daha derin ve anlamlı katılım düzeyleriyle karşılık gösterecektir. Buna ilişkin bir varsayım da çalışanların işe adanmışlığı, iş ile ilişkinin girdileri ve sonuçlarının analizi yapılırken ortaya çıkmasıdır. Diğer yandan, varsayım işe adanmışlık deneyiminin kaynaklara dayanan bilinçli bir seçim olmaksızın otomatik gerçekleşen bir durum olması açısından eleştirilmektedir (Johnson, 2005, s. 7).

### 2.1.2.3. İşe Adanmışlık Boyutları

Adanmışlığın ölçülmesine yönelik çabaların çoğu bireysel düzeyde gerçekleşmektedir. Bu bireysel adanmışlık seviyeleri örgütsel anlamdaki işe adanmışlığı ölçmek için de kullanılabilir. Schaufeli ve Bakker (2002) tarafından geliştirilen ve işe adanmışlığın davranışsal, duygusal ve bilişsel boyutlarını temsil eden üç boyutlu İşe Adanmışlık Ölçeği bu alanda sık kullanılan bir araçtır (Attridge, 2009, s. 385). Bu üç boyut dinçlik, kendini adama ve yoğunlaşma temalarına karşılık gelmektedir (Schaufeli ve diğerleri, 2002, s. 74; Gonzales-Roma ve diğerleri, 2006, s. 166; Gorgievski, Bakker ve Schaufeli 2010, s. 84; Bakker ve diğerleri, 2012, s. 15).

#### 2.1.2.3.1. Dinçlik

İşe adanmışlığın dinçlik boyutu orijinalinde “*vigor*” olarak adlandırılmaktadır. Bu boyut fiziki anlamda enerjik olmayı, duygusal anlamda da güçlü olmayı, zorluklarla savaşabilecek durumda olmayı ve çabalamaya gönüllü olmayı ifade etmektedir (Özkalp ve Meydan, 2015, s. 6). Dinçlik, yüksek düzeyde enerji ve esneklik, isteklilik ve kolayca yorulmama ile ilgilidir. Dinçliği yüksek tutanlar, çalışmalarında genellikle daha fazla enerjiye sahip, işinden zevk alan ve daha dayanıklı kişilerdir. Ancak dinçliği düşük tutanlar, tam tersi olarak daha az enerjiye sahip, işinden tat almayan ve dayanıklı olmayan kişilerdir (Schaufeli ve Bakker, 2004b, s. 5).

Dinçlik, fiziksel güç, duygusal enerji ve bilişsel canlılığa sahip olma duygularını içermektedir. Bunlar da insanların sahip olduğu en belirgin üç enerji alanıdır. Aynı zamanda dinçlik işe adanma ve işe dahil olma gibi kendini gösterdiği sonuçlarda, her zaman iş ortamındaki diğer insanları da etkileyeceğinden önemli bir etkidir (Shraga ve Shirom, 2009, s. 272). Çalışanlar iş taleplerini karşılamak için fiziksel, duygusal ve bilişsel kaynaklara sahip olan bireyler, işlerinde enerji ve canlılık deneyimleyeceklerdir. Dolayısıyla işteki dinçlik eğilimsel ve bağlamsal değişkenlerden etkilenerek işteki davranışı başlatıp sürdüren motivasyonel süreçlerle bağlantılıdır. Buna göre dinçlik düzeyi bireylerde motivasyon oranlarına göre değişiklik gösterebilmektedir (Little, Nelson, Wallace ve Johnson, 2011, s. 467).

### 2.1.2.3.2. Kendini Adama

İşe adanmışlığın “*kendini adama*” boyutu, bireyin işinde güçlü psikolojik katılımı bir anlam kazanma duygusu, coşku, gurur, ilham ve zorluk duygularıyla bütünleşmektedir. Bir çalışanın, yapılan işle psikolojik olarak ilişkili olduğu derece, kendini adama boyutuyla ön plana çıkmaktadır. Bu boyut işe adanmışlık ve işe katılım arasındaki farkı da ortaya koymaktadır. İşe katılım yalnızca çalışanın iş hayatındaki psikolojik önemine odaklanmakla birlikte (Mauno, Kinnuen ve Ruokolainen, 2007, s. 152), işin bir çalışanın mevcut ihtiyaçlarını ne kadar karşılayabileceğinin bir işlevi olarak kabul edilmektedir ve işe adanmışlık kadar geniş bir durumu ifade etmemektedir (Kanungo, 1982, s. 347).

Çalışanların işe kendini adamaları, psikolojik ve kişisel özelliklerinin büyük oranda etki ettiği bir durumdur. Kişilerin içinde bulunduğu psikolojik durumlar iş ile ilgili özelliklerde de değişikliklere neden olabilmektedir. Bu sebeple çalışanların, işe alım sürecindeyken kişisel özelliklerini ve yetkinliklerini tespit ederek işe bağlılıklarını sağlamak kendilerini adamalarını kolaylaştıracaktır (Kuruüzüm, Irmak ve Çetin, 2010, s. 194).

### 2.1.2.3.3. Yoğunlaşma

İşe adanmışlığın son boyutu olan yoğunlaşma, bir kişinin işine dalmış, mutlu bir şekilde işine odaklanmış olması ile kendini göstermektedir. Birey işine yoğunlaştığında yapılan iş, çalışana alıp götürmekte ve zamanın daha hızlı geçtiği hissini ortaya çıkarmaktadır. Bir kişinin işine tamamen yoğunlaşması sadece etkili hissetmenin ötesine geçmektedir ve akış olarak adlandırılan, odaklanmış dikkat, net bir zihin ve beden birleşimi, tam kontrol ve sadece iş bilincinin açık olduğu içsel haz alma durumunu ortaya çıkaran bir deneyimdir (Schaufeli, Martinez, Pinto, Salanova ve Bakker, 2002, s. 465). Bir başka ifadeyle yoğunlaşma, bir çalışanın zaman izini kaybedeceği ve dikkat dağıtıcı şeylere kolayca direneceği şekilde işe neşeyle dâhil olmayı içermektedir. Bu işe adanmışlık boyutu dinçlik ve kendini adama boyutlarından birine benzememekle birlikte “*akış*” kavramına daha yakındır. Akışta çalışmak zahmetsiz bir odaklanma ile gerçekleşmektedir (Deese, 2009, s. 4). Akış ve yoğunlaşmanın ayrıldığı nokta ise yoğunlaşmanın daha sürekli, yaygın ve çalışma alanı ile sınırlı olmasıdır (Schaufeli, Bakker ve Salanova 2006, s. 702).



#### 2.1.2.4. İşe Adanmışlık İle İlişkili Kavramlar

İşe adanmışlık kavramına benzer olan ve işe adanmışlıkla ilişkisi bulunan örgütsel bağlılık, mesleki bağlılık, işkoliklik ve örgütsel vatandaşlık kavramları aşağıda açıklanmakta ve işe adanmışlık kavramıyla ilişkileri ortaya konmaktadır.

##### 2.1.2.4.1. Örgütsel Bağlılık

Modern yönetim ve örgütsel davranış çalışmalarının en dikkat çeken kavramlarından biri olan örgütsel bağlılık kavramı, çalışanların iş ile ilgili tutumlarından birini ifade etmektedir. Bu kavram sosyoloji, örgütsel davranış ve psikoloji gibi farklı disiplinlerdeki araştırmacıların yaklaşımlarına göre farklı tanımlamalara sahiptir (Bayram, 2005, s. 128).

Örgütsel bağlılık alanındaki ilk derin araştırmayı yapan Buchanan, örgütsel bağlılığı *“bir çalışanın, kuruluşun amaçlarına ve değerlerine, yalnızca kuruluşun yararına olacak şekilde araçsal beklentilerden uzak, taraflı bir duygusal bağlılık”* şeklinde tanımlamaktadır. Porter (1968), örgütsel bağlılık kavramını *“bir çalışanın kurum adına yüksek düzeyde çaba göstermeye istekli olması, kurumda kalması için güçlü bir istek duyması, kurumun temel amaç ve değerlerini kabul etmesi”* olarak ifade etmiştir (Buchanan, 1974, s. 533). Sheldon (1971, s. 144), *“örgütün olumlu değerlendirmesi ve amaçlarına yönelik çalışma niyeti”* olarak değerlendirirken Kanter (1968, s. 499), *“sosyal aktörlerin örgüte sadakat ve enerji verme istekliliği”*, Hrebiniak ve Alutto (1972, s. 555-573), *“örgütten maaş artışı, statü, mesleki özgürlük, meslektaşlarla daha iyi arkadaşlıklar gibi nedenlerle ayrılma isteksizliği”*, Lee (1971, s. 215) ise *“örgütsel kimliğe bir dereceye kadar ait olma ve sadakat”* olarak tanımlamıştır. Porter, Steers, Mowday ve Boulian (1974, s. 603-609), örgütsel bağlılığı, bireyin yer aldığı belirli bir kuruluştaki kimliğinin kuvveti olarak değerlendirmiştir. Bu tür bir bağlılığın, üç ögesinin; (1) kuruluşun amaç ve değerlerine ilişkin güçlü bir inanç, (2) kuruluş adına kayda değer çaba gösterme isteği ve (3) örgütsel üyeliği sürdürme konusunda kesin bir arzu olduğunu ifade etmişlerdir.

Örgütsel bağlılığın işe adanmışlık kavramından farklı olduğunu ifade eden Saks (2006, s. 602), örgütsel bağlılığın, bir çalışanın örgüte karşı tutumuna ve bağlılığına atıfta bulunurken işe adanmışlığın bir tutum olmadığına, bir çalışanın iş

rolünü yerine getirirken gerçekleşen özümseme ve dikkat derecesi olduğuna dikkat çekmektedir. Bir başka ifadeyle işe adanmışlık doğrudan işin kendisiyle alakalı algıları kapsamaktayken örgütsel bağlılık, örgüte yöneliktir. Ayrıca işe adanmışlıkta duygusal, fiziksel ve bilişsel açıdan kendini vermeyi içeren geniş bir yapıyı içerirken, örgütsel bağlılıkta bu kadar geniş yapılar söz konusu değildir (Hallberg ve Schaufeli, 2006, s. 120). Roberts ve Davenport (2002, s. 21) iki kavram arasındaki fark ile ilgili olarak, işe adanmışlıkları yüksek olan çalışanların örgütsel bağlılık duygularının var olmamasının mümkün olacağını ve örgüt hedefleriyle kişisel hedeflerin uygun olmamasının da birbirini olumsuz etkileyecek durumlar olmadığını ifade etmektedirler.

#### 2.1.2.4.2. Mesleki Bağlılık

Bağlılık kavramı, Gouldner (1957) tarafından “*belirli bir özel alana yönelik duyulan bireysel sadakat*” olarak tanımlanmıştır (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007, s. 4). Mesleki bağlılık kavramını ise ilk olarak Greenhaus (1971), “*kişinin hayatında mesleğin önemli bir yer tutması*” şeklinde tanımlamıştır (Kardeş Selimoğlu ve Yeşilçelebi, 2014, s. 28). Blau (2001, s. 280) tarafından yapılan tanıma göre mesleki bağlılık “*bireyin mesleğine yönelik tutumu*” şeklindedir. Lanchman ve Aranya (1986, s. 228) ise mesleki bağlılığın mesleğin kimliği ile tanımlanacağını ifade etmekte ve kavramı, “*sahip olunan meslek için gayret gösterilmesi, mesleğin amaç, norm, değer ve etik ilkelerinin kabul edilmesi*” olarak ifade etmektedir. Mesleki bağlılık, bir kişinin belirli bir alanda kendini geliştirmek üzere beceri kazanmak ve uzmanlaşmak için gösterdiği çaba nihayetinde mesleğinin hayatında ne derece önemli olduğu ve mesleğin, kişinin hayatında ne kadar merkezi konumda olduğu ile ilgilidir (Baysal ve Paksoy, 1999, s. 8).

Mesleki bağlılığı farklı düzeylerde ele alan Morrow (1983, s. 489), üç boyut belirlemiştir. Bunlardan ilki, “*işe yönelik genel tutum*”dur ve iş ile ilgili kişinin değerlerini kapsamaktadır. Mesleğinden zevk almayan bireyin hayattan da zevk almayacağı düşüncesi örnek olarak verilebilir. İkincisi, “*mesleki planlama ve düşünce*”dir. Üçüncüsü ise bireyin iş içi ve iş dışındaki faaliyetler arasında yaptığı seçimleri ifade etmesini gerektiren “*iş öğelerinin göreceli önemi*”dir. Alanyazında yaygın olarak kabul gören bir diğer sınıflandırma Meyer, Allen ve Smith’e aittir. Bu sınıflandırmaya göre mesleki bağlılık; “*duygusal bağlılık*”, “*normatif bağlılık*” ve

“devamlılık bağıllığı” olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır. Duygusal bağıllık, bireyin mesleğini hayatının merkezine koyması ile karakterize edilmektedir. Normatif bağıllık, bireyin maddi sebeplerle ilgili olmaksızın işine devam etmek zorunda hissetmesi ile ilgilidir. Devamlılık bağıllığı ise maddi sebeplerle bireyin mesleğine devam etmek zorunda hissetmesidir (Meyer, Allen ve Smith, 1993, s. 539).

Mesleki bağıllık, iş bağlamında bireylerin davranışlarını etkileyen bir unsurdur. Yani daha yüksek mesleki bağıllık düzeyine sahip bireylerde meslek ile ilgili olumlu davranışlar ön plana çıkarken, mesleğine zarar verecek faaliyetlerde bulunma olasılığı daha düşüktür (Greenfield, Norman ve Wier, 2008, s. 422). Bunun yanında yüksek mesleki bağıllığa sahip bireyler mesleklerine karşı güçlü bir arzu beslemekte ve mesleklerini sürdürme konusunda oldukça istekli ve gayretli olmaktadır (Lord ve DeZoort, 2001, s. 220).

Mesleki bağıllık ve işe adanmışlık kavramları birbirlerini destekleyici kavramlar olarak görülmektedir. Mesleki bağıllık işe adanmışlığın oluşması için bir ortam hazırlamaktadır. Bu oluşturulan zeminin ardından işe adanmışlık, çalışanın gösterdiği iş performansında en üst düzeye çıkması anlamına gelmektedir. İki kavramın birbirinden ayrıldığı nokta ise mesleki bağıllığın daha duygusal bir yapıyı ifade etmesi ve işe adanmışlıkta bu duygusal bağıllığa fiziksel ve bilişsel yapıların da eklenmesidir (Aslantaş, 2016, s. 74).

#### **2.1.2.4.3. İşkoliklik**

Çalışmak, toplumdaki bireyler için olumlu bir değer olarak görülmektedir. Fakat bireyler, çalışmaya gereğinden fazla önem verdiğinde işkoliklik gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Başlangıçta işkolik olmak olumlu bir durum olarak kabul edilirken daha sonra örgütsel bakış açısıyla yaklaşıldığında olumsuz bir durum olduğu konusunda fikir birliğine varılmıştır. Oates (1971), ilk kez işkolik kavramını “zorunlu olarak veya kontrol edilemez bir şekilde aralıksız çalışma ihtiyacı ve dürtüsü” şeklinde tanımlamıştır (Libano, Llores, Salanova ve Schaufeli, 2010, s. 143). İşe dair uzun saatler genellikle işkolikliğin işareti olarak kabul edilmektedir (Porter, 1996, s. 70). İşkolik bireylerin enerjik ve yoğun görünüşlerinin altında, başarısızlık veya can sıkıntısı korkusu yatmaktadır. Bu nedenle işkoliklik, takıntılı

bir mükemmeliyetçilik (Homer, 1985, s. 43) veya aşırı çalışmaya mantıksız bir bağlılık (Naughton, 1987, s. 180), bireyin işle ilgili faaliyetlere ve düşüncelere, dışsal ihtiyaçlardan kaynaklanmayan, istikrarlı ve önemli ölçüde zaman ayırması (Snir ve Harpaz, 2004, s. 521) olarak ifade edilmektedir.

İşkolikliğin örgütsel değeri konusunda çelişkili bilgiler söz konusudur. Olumlu yönden bakıldığında işkolik çalışanların kendi hızlarında çalışma istekleri, kişisel başarı standartları ve kişisel hedeflere uyma ihtiyaçları nedeniyle daha iyi girişimci olabilecekleri ve yüksek başarı ile motivasyona sahip olabilecekleri düşünülmektedir (Scott, Moore ve Miceli, 1997, s. 307). Olumsuz taraflarına bakıldığında işkolikliğin alkolizme benzer bir bağımlılık olarak görülmesi sebebiyle, strese, kalp hastalıklarına veya ikincil bağımlılıklara yol açabileceği görülmektedir (McMillan ve O'Driscoll, 2004, s. 509). İşlerinde, kendilerinden beklenenden daha fazla çaba gösteren işkolikler, işlerinin dışındaki hayatlarını ihmal etmektedirler. Ayrıca; maddi ödüller, kariyer geliştirme, örgüt kültürü ve kötü evlilik gibi dış etkenler kaynaklı değil, içsel bir zorunluluk ve ihtiyaç hissetmelerinden dolayı çok çalışmaktadırlar (Schaufeli, Taris ve Rhenen, 2008, s. 175).

İşe adanmış çalışanların kendilerini tamamen işe vererek çalışma özellikleri işkoliklerle benzerlik göstermektedir. Ancak işkolikleri işe adanmış çalışanlardan ayıran nokta, işe adanmışlığın karşı koyulamaz bir bağımlılık olmaması ve işkoliklerin tersine işe adanmış çalışanların işlerini yaparken eğlenmeleri ve zorunluluk hissetmemeleridir (Shimazu, Schaufeli ve Taris, 2009, s. 42). İşkoliklik, kötü sağlık ve kötü duygusal durum gibi olumsuz sonuçlarla ilgiliyken işe adanmışlığın olumsuz sonuçları bulunmamaktadır. İki kavram arasındaki farkın nedeni, çalışmak için farklı temel motivasyonlardan destek almalarıdır (Van Wijhe, Peeters ve Schaufeli, 2011, s. 362). Yani işe adanmışlık yüksek aktivasyon ve haz ile karakterize edilirken; işkoliklik yüksek aktivasyon ve hoşnutsuzlukla karakterize edilmektedir. İşe adanmışlık çalışmanın iyi tarafını temsil etmekte, işkoliklik ise çalışmanın kötü tarafını oluşturmaktadır (Makikangas, Schaufeli, Tolvanen ve Feldt, 2013, s. 136).

#### 2.1.2.4.4. Örgütsel Vatandaşlık

Örgütsel vatandaşlık, örgütün etkinliğini olumlu yönde etkileyen, işlevselliği artıran ve örgüte katkı sağlayan bir olgudur. Bu konu ile ilgili ilk araştırmaların sahibi olan Organ (1997, s. 86), örgütsel vatandaşlık kavramını “*isteğe bağlı, doğrudan ve açıkça örgütün ödül sistemi tarafından tanınmayan, toplu olarak örgütün etkin işleyişini teşvik eden davranış*” şeklinde ifade etmektedir. Örgütsel vatandaşlık genel olarak araştırmacılar tarafından, örgüt içerisindeki temel görev davranışlarının dışında ve temel görevleri destekleyen davranışlar olarak ele alınmaktadır (Ehrhart, 2004, s. 62). Yapılan tanımlamaların bir diğer ortak noktası, örgütsel vatandaşlık davranışının isteğe bağlı, gönüllü bir özellik taşımasıdır (Özdevecioğlu, 2003, s. 118).

Örgütsel vatandaşlık davranışı ve işe adanmışlık kavramları birbirine uyum sağlayan ve benzerlik gösteren bazı bileşenlere sahiptir. Örgütsel vatandaşlık davranışını içeren bileşenler; (a) yardımseverlik, (b) centilmenlik, (c) örgütsel sadakat, (ç) örgütsel uyum, (d) bireysel inisiyatif, (e) sivil erdem ve (f) kendini geliştirme olarak sıralanmaktadır (Ürü Sanı, Çalışkan, Atan ve Yozgat, 2013, s. 69).

İşe adanmış çalışan ile iyi bir örgütsel vatandaşın gösterdiği davranışların ortak yönü çok olmasına rağmen, örgütsel vatandaşlık davranışı bireysel özellikler ve davranışlardan ziyade örgütün özellikleri ile ilgilenmektedir (Robinson, Perryman ve Hayday, 2004, s. 8). Ayrıca örgütsel vatandaşlık davranışına sahip çalışanlar, örgütte kendilerine verilen görevlerin dışına çıkarak gönüllü bir şekilde fazladan rol üstlenirlerken; işe adanmış çalışanlar üstlerine düşenden daha fazla rol üstlenmemektedirler (Shuck ve Wollard, 2010, s. 103). Bir başka ifadeyle, örgütsel vatandaşlık davranışı gönüllü ve gayri resmi davranışları içerirken; işe adanmışlık resmi rol performansını ifade etmektedir. Örgütün verimliliğinin artmasına yarayan örgütsel vatandaşlık davranışı, çalışanların işe adanmışlık düzeyleriyle ilişki göstermektedir (Dicke, Holwerda ve Kontakos, 2007, s. 10). İşe adanmışlıkları yüksek olan çalışanların örgüte sağlayacakları fayda daha fazla olacaktır. Bu nedenle araştırmalarda işe adanmış çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeye daha yatkın olacağı ifade edilmektedir. Yani çalışanların işe adanmışlıkları arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışları da artmaktadır (Babcock-Roberson ve Strickland, 2010, s. 313-326; Rurkkhum ve Bartlett, 2012, s. 157-174).

### 2.1.2.5. İşe Adanmışlığı Ortaya Çıkaran Faktörler

İşe adanmışlık, örgütsel anlamda birçok olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilecek bir kavramdır. Sıkça üzerinde durulan işe adanmışlık kavramı psikolojik, sosyolojik, çevresel, örgütsel veya bireysel olarak farklı değişkenlerden etkilenmektedir (Keleş, 2014, s. 98). Araştırmalarda işe adanmışlığın ortaya çıkmasına etki eden faktörlerin genel olarak kişisel ve örgütsel faktörler olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir. Kişisel faktörler, bireylerin kendileriyle ilgili olan durumları, örgütsel faktörler ise işin kendisiyle ilgili olan durumları ifade etmektedir. Alanyazında işe adanmışlığı ortaya çıkaran faktörler, yaygın olarak Bakker ve Demerouti (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmadaki “*İş Talepleri ve Kaynakları Modeli*” doğrultusunda açıklanmaktadır.

İş talepleri, sürekli fiziksel veya zihinsel çaba gerektiren, kişide fizyolojik ve psikolojik maliyetlere sebep olan fiziksel, sosyal veya örgütsel iş yönlerini ifade etmektedir. İş kaynakları ise iş hedeflerine ulaşmada işlevsel olmak, ilgili fizyolojik ve psikolojik maliyetlerdeki iş taleplerini azaltmak, kişisel gelişimi teşvik etmek gibi özelliklere sahip olan; işin fiziksel, psikolojik veya örgütsel yönüne atıfta bulunmaktadır (Demerouti, Bakker, Nachreiner ve Schaufeli, 2001, s. 501). İşe adanmışlığın ortaya çıkmasıyla ilgili modelde iki varsayım üzerinden hareket edilmektedir. İlk varsayım, meslektaşların ve yöneticilerin sosyal desteği, performans geribildirimi, beceri çeşitliliği ve özerklik gibi iş kaynaklarının, işe adanmışlığa ve dolayısıyla daha yüksek performansa yol açan motivasyonel bir süreç başlatmasıdır. İkinci varsayım, iş kaynaklarının daha belirgin hale geldiği ve çalışanların yüksek iş talepleriyle (iş yükü, duygusal veya zihinsel talepler) karşı karşıya kalmaları durumunda motivasyon potansiyelleri kazanmalarınıdır (Bakker ve Demerouti, 2008, s. 218).

#### 2.1.2.5.1. Kişisel Faktörler

İşe adanmışlığın ortaya çıkmasında etkili olan kişisel faktörler esneklikle bağlantılı olan ve bireylerin, özellikle zorlu koşullar altında, çevrelerini etkili bir şekilde kontrol etme ve etkileme yeteneklerini algıladıklarını ifade eden olumlu öz değerlendirmeler olarak ifade edilebilmektedir (Hobfoll, Johnson, Ennis ve Jackson, 2003, s. 632). Olumlu öz değerlendirmelerin hedef belirleme, performans, iş ve

yaşam doyumu, kariyer tutkusu ve diğer istenen sonuçları göstereceği belirlenmektedir. Bunun nedeni, bir bireyin kişisel kaynakların ne kadar yüksekse, bireyin öz saygısının da o kadar olumlu olması ve kendi kendine uyumunun daha fazla yaşanması beklentisidir (Judge, Bono, Erez ve Locke, 2005, s. 257). Bununla birlikte kendileriyle uyumlu olan bireyler hedeflerine ulaşmak için daha fazla adanmışlık göstermekle birlikte daha yüksek performans ve memnuniyeti tetiklemektedirler (Luthans ve Youssef, 2007, s. 324). İşe adanmışlıkla ilişkilendirilen kişisel faktörler öz yeterlilik, organizasyon temelli öz saygı, iyimserlik, esneklik veya aktif bir başa çıkma tarzı olarak ifade edilmekle birlikte bu faktörler, bireylerin psikolojik ve iş ile ilgili refahları için de önemli kabul edilmektedir (Xanthopoulou, Bakker, Demerouti ve Schaufeli, 2009, s. 236).

#### **2.1.2.5.2. Örgütsel Faktörler**

Araştırmalar işe adanmışlığı ortaya çıkarmada sosyal destek, performans geribildirimi, iş özerkliği, koçluk, iş kontrolü, görev çeşitliliği ve mesleki gelişim fırsatları gibi iş kaynaklarını içeren örgütsel faktörlerin etkili olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla iş kaynakları ne kadar fazla olursa çalışanların kendilerini işe adanmaları ve kendilerini meşgul hissetme olasılıkları yüksek olmaktadır (Duran, Extemera ve Rey, 2010, s. 210; Gill, 2007, s. 18).

İş kaynaklarının bazen koruma görevi gördüğü de ifade edilmektedir. Örneğin bireyin amiriyle olan yüksek kalitedeki bir ilişkisi, yöneticinin takdir ve desteğini farklı bir perspektife koyduğundan, iş taleplerinin iş yükü üzerindeki etkisini hafifletebilmektedir. Yönetici desteği aynı zamanda çalışanın örgütsel faktörlerle başa çıkmasına, performansı kolaylaştırmasına olanak sağlayabilmektedir (Vaananen ve diğerleri, 2003, s. 819). Ancak buna karşılık iş özerkliği çalışan sağlığı ve refahı için daha önemli olabilir çünkü daha fazla özerklik, stresli durumlarla başa çıkmak için daha fazla fırsatla ilişkilidir (Bakker ve Demerouti, 2007, s. 315).

Örgütsel faktörler, özerklik, ilişkililik ve yetkinlik gibi temel insani ihtiyaçları karşılamaktadır. Örneğin, uygun geri bildirimler öğrenmeyi teşvik ederek iş yeterliliğini artırmakta, buna karşın karar serbestliği ve sosyal destek sırasıyla özerklik ve aidiyet ihtiyacını karşılamaktadırlar. Bu nedenle örgütsel faktörler yalnızca iş talepleriyle baş etmek için gerekli değil, aynı zamanda kendi başlarına da

önemlidirler. Çünkü bu faktörler çalışanların büyümesi, öğrenmesi, gelişmesi açısından içsel bir motivasyon sağlarken; hedeflere ulaşmada etkili olmalarından dolayı dışsal bir motivasyon sağlamaktadırlar (Bakker ve Demerouti, 2008, s. 211). Bir başka ifadeyle özerklik, sosyal destek, yönetici desteği, performans geri besleme gibi örgütsel faktörler, çalışma hedeflerine ulaşmada katkı sağlıyorsa işe adanmışlığı dışsal; çalışanların temel ihtiyaçlarını karşılıyorsa içsel olarak desteklemektedir. Yani örgütsel faktörler ne kadar fazlaysa işe adanmışlık da o kadar yüksektir denilebilir (Breevaart, Bakker ve Demerouti, 2014, s. 33).

### **2.1.2.6. İşe Adanmışlığın Sonuçları**

İşe adanmışlığın örgütsel ve bireysel anlamda doğurduğu sonuçlar genellikle örgüte faydalı ve olumlu olarak görülmektedir. Araştırmalarda işe adanmışlığın, iş tatmini, devamsızlık, örgütsel bağlılık, performans artışı, düşük işten ayrılma niyeti gibi olumlu sonuçlarla ilişkisi ortaya konmaktadır (Salanova, Agut ve Peiro, 2005, s. 1218). Robinson ve diğerleri (2004), işe adanmış çalışanların gösterdiği davranışları şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Örgüte büyük ölçüde inanç duyma.
- İşleri iyileştirmek için çalışma arzusu.
- İş bağlamını daha ciddiye alma.
- Meslektaşlara karşı yardımsever ve saygılı davranış gösterme.
- Alanındaki gelişmelerden haberdar olma.

İşe adanmışlıkları yüksek olan bireylerin genellikle mutluluk, neşe, ilgi ve coşku gibi olumlu duygular yaşadıkları görülmektedir. Bu olumlu duygular sayesinde bireyler sosyal ilişkiler veya öz yeterlilikler gibi kişisel kaynaklarını geliştirme kapasitesine sahip olmaktadır. İşe adanmışlığı yüksek olan bireyler aynı zamanda deneyimlerinden haz alarak enerjisini daha çok harekete geçirme eğilimindedirler. Böylece çalışanlar iş ile ilgili kaynakları korumak için motive olmaktadır (Bakker ve Bal, 2010, s. 193). Bireylerin belirli bir gündeki işe adanmışlıkları yalnızca o güne özgü olumlu duyguların bir sonucu olarak kalmayıp gelecekte de kendilerini iyi hissetmelerini sağlayarak işe adanmışlıklarını olumlu olarak etkileyebilmektedir (Sonnentag, 2003, s. 520). Bununla birlikte işe adanmış çalışanlar, zamanla kendi kaynaklarını da oluşturmaktadırlar. Gerekirse performans



geri bildirimini isteyerek iş arkadaşlarından destek almakta ve böylece işe adanmış çalışanlar bu adanmışlıklarını yakın çevrelerine de devretmiş olmaktadır. Çoğu örgütte performans, işbirlikçi bir çabanın sonucu olduğundan, işe adanmışlık dolaylı olarak takım performansını da iyileştirebilecek özelliğe sahip olmaktadır (Bakker, Demerouti ve Xanthopoulou, 2012, s. 17).

İşe adanmışlığın ortaya çıkardığı geniş kapsamlı etkilerden birisi de iş sırasındaki enerji ve odaklıdır. Bu enerji ve odak, çalışanların işe tüm potansiyellerini vermelerini sağlamakta, temel iş sorumluluklarının da kalitesini artırmaktadır. Böylece çalışan pozisyonunun temel sorumluluklarına ek olarak farklı görevler almak için inisiyatif almaktadırlar. Bu sayede yeniliklere ve farklı gelişmelere daha kolay uyum sağlayabilmektedirler (Leiter ve Bakker, 2010, s. 3).

İşe adanmışlık durumunun örgütsel ve bireysel olarak olumlu sayılan sonuçlarının yanında, belirli bir seviyenin üstünde gerçekleşen işe adanmışlık davranışının olumsuz sonuçları da ortaya çıkabilmektedir. Bunlar, işe adanmışlık kavramının yoğunlaşma boyutunun kontrol dışına çıkarak aşırı hale gelmesi sonucu işkolikliğe dönüşmesiyle oluşan olumsuzluklardır (Endirlik, 2019, s. 11). İşe adanmışlığın sınırların dışına çıkması örgüte fayda sağlasa da çalışanın işlerinin aile hayatına müdahale etme riski söz konusu olmaktadır. Bireyin iş ve aile rolleri birbirine karıştığında bu bireyde öfkeye veya üzüntüye yol açabilmektedir. Bu durum uzun vadede olumsuzluklara sebep olabilmektedir (Halbesleben, 2011, s. 70).

#### **2.1.2.7. Turist Rehberliği Mesleğinde İşe Adanmışlık**

Hizmet üretici işletmelerde rekabet her zaman ön planda gerçekleşmektedir. Turizm sektöründe de kaliteli bir hizmet üretip sunmak son derece önemli olmaktadır. Söz konusu kaliteli hizmetin üretilmesi işinde kendini iyi hisseden, yüksek motivasyona sahip, işinden yeterli tatmini sağlayan ve bunu performansına yansıtan çalışanlar ile mümkün olmaktadır (Koroğlu, 2012, s. 278). Turizm sektöründe çalışanlar müşterilerine fiziksel ve somut ürünler sunmanın yanında onlarla yüz yüze etkileşime girmek gibi maddi olmayan hizmet ürünleri de sağlamaktadır. Yani turizm sektörü yüksek oranda hizmet odaklı çalışanlara ihtiyaç duymaktadır, çünkü çalışanlar ve müşteriler arasında büyük ölçüde kişisel etkileşim gerekmektedir (Putra, Cho ve Liu, 2016, s. 230).

Turist rehberleri; aktör, elçi, denge unsuru, gözetmen, katalizör, kültür simsarı, bilgi aktarıcı, aracı, yorumcu, lider, arabulucu, organizatör, satış elemanı ve öğretmen gibi sahip olduğu rolleri ile turizm sektöründe müşterilerle en fazla kişisel etkileşim halinde olan kişilerdir (Zhang ve Chow, 2004, s. 81-91). Araştırmalar, müşterilerle daha yüksek düzeyde kişisel etkileşimi bulunan çalışanların daha yüksek işe adanmışlık eğiliminde olduklarını göstermektedir (Runhaar, Sanders ve Konermann, 2013, s. 2027). Birçok araştırmada işe adanmışlık düzeyleri yüksek olan çalışanların psikolojik olarak kendilerini iyi hissettikleri, işlerine daha fazla odaklandıkları, böylece daha verimli oldukları ve gösterdikleri iş performansının da aynı şekilde arttığından söz edilmektedir. Bu doğrultuda seyahatleri sırasında turistlere eşlik ederek, onlara bilgi birikimini aktarırken ziyaretlerinin sorunsuz geçmesini sağlayarak ülke imajını en iyi şekilde yansıtacak olan turist rehberlerinin (Tetik, 2006, s. 24), işe adanmışlık düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Turist rehberlerinin rolleri ve görevleri göz önünde bulundurulduğunda, işe adanmış bir şekilde mesleklerini icra ederken daha fazla enerjik ve odaklanmış olacaklarından, ziyaretçi memnuniyetini daha iyi sağlayacakları ve turistlerin beklentilerine daha iyi karşılık verecekleri ve böylece kendini işine adayan turist rehberlerinin ülke imajına da önemli ölçüde katkı sağlayacakları söylenebilir.

#### **2.1.2.8. İş Değerleri ve İşe Adanmışlık İlişkisi**

İşe adanmışlık, bireyin kişisel memnuniyetini sağlamaya çalıştığı içsel motivasyon alanında yer alan bilişsel olmayan, doğada duygusal ve motive edici psikolojik bir durumdur. Hedef yönelimli ve kişisel isteğe bağlı bir iş davranışıdır (Salanova ve Schaufeli, 2008, s. 118-129). İsteğe bağlı davranış bir hedefe ulaşmak için olağanüstü çaba sarf etmek olabilir ve genel olarak motive olmuş davranış hedefe yöneliktir. Hedefe yönelik davranış ve harekete geçirici faktörler olarak kişisel değerler ile işe adanmışlık arasındaki ilişki; iş değerleri, kişisel değerlerin iş ile ilgili alanlara uyarlanması olarak ele alındığında makul bir şekilde kavramsallaştırılabilmektedir. Kişisel değerlerin, işe adanmışlıkla ilişkisini inceleyen bir araştırmada başarının olumlu ve doğrudan işe adanmışlıkla olumlu yönde ilişkili birincil değer türü olduğu tespit edilmiştir. Özerklik, hazcılık, güvenlik ve evrenselcilik değer türlerinin işe adanmışlık üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğu da ortaya konmaktadır (Goh ve Patrickson, 2012, s. 5).

İş değerleri bazı araştırmacılar tarafından, tercih edilen iş yönleriyle ya da iş sonuçlarıyla ilgili bir kavram olarak görülürken (Elizur, 1984; Schwartz, 1999), bazı araştırmacılar bu kavramın istenen davranış biçimleriyle ilgili olduğunu savunmaktadırlar (Meglino ve Ravlin, 1998, s. 351-389). Bu kapsamda, Britt ve Bliese (2003, s. 245-266) tarafından işe adanmışlığın, farklı stres düzeyleriyle askerlerin yaşadığı psikolojik sıkıntı arasındaki ilişki üzerinde tampon bir etkiye sahip olduğunu göstermeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın sonucunda, yüksek işe adanmışlık gösteren çalışanların olumsuz duygusal deneyimlerden düşük işe adanmışlık gösteren çalışanlara göre daha az etkileneceği ortaya konmuştur. Bu doğrultuda Elmas Atay (2017, s. 113-120), söz konusu çalışmayı dikkate alarak iş değerlerinin dört boyutunun (konfor ve güvenlik, yetkinlik ve büyüme, statü ve bağımsızlık, sosyal yönler) ve işe adanmışlığın öznel kariyer başarısı ile ilişkilerini incelemeyi amaçladığı bir çalışma gerçekleştirmiştir. Buna göre araştırma, iş değerleri ile ilişkisel kariyer başarısı arasındaki ilişkinin, işe adanmışlığın yüksek olduğu durumlarda daha yüksek olacağını ortaya koymaktadır.

Çalışanların işlerinde neyin önemli olduğunu ve işlerinde neleri başarmak istediklerini belirleyen iş değerlerinin işe adanmışlık ve tükenmişlikle ilişkisi olduğunu varsayan Basinska ve Daderman (2019, s. 1-13), polis memurlarının iş değerlerinin, tükenmişlik ve işe adanmışlıklarıyla ilişkisini ortaya koymak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda, polis memurlarının işe adanmışlıklarının, içsel ve dışsal iş değerleri ile olumlu yönde ilişkili olduğu ve içsel iş değerlerinin farklı işe adanmışlık seviyelerine duyarlı olduğu tespit edilmiştir.

## **2.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR**

Alanyazında iş değerleri ile ilgili çalışmaların temelinde iş değerlerinin ölçülmesi, boyutlarının ve farklı değişkenlerle ilişkisinin incelenmesi bulunmaktadır (Super, 1962; Wollack, Goodale, Wijting ve Smith, 1971; Elizur ve diğerleri, 1991). İş değerlerinin yaşam değerleri (Lyons, 2003; Almeida ve Punto, 2004; Akgöz ve Türkay, 2016), iş memnuniyeti (O'Brien ve Humphrys, 1982; Kalleberg, 1997; Hegney ve diğerleri, 2006), işten ayrılma niyeti (Burd, 2003; Eşitti, 2018) ve kararlara katılım (Ravlin ve Meglino, 1987; Knoop, 1991) konularıyla ilişkisinin ortaya koyulduğu çalışmalara rastlanmaktadır. Bununla birlikte genel olarak iş değerlerinin kişilik özellikleri ve demografik özelliklerle ilişkisi üzerinde durulmakta

(Uyan, 2002; Kubat ve Kuruüzüm, 2010; Bayar, 2016) ve iş değerleri düzeylerinin kuşaklararasıdaki farklılıklarına ilişkin çalışmalar (Cennamo, 2005; Twenge, Campbell, Hoffman ve Lance, 2010) göze çarpmaktadır.

İşe adanmışlık ile ilgili araştırmalarda, tükenmişlik kavramı sıklıkla işe adanmışlık kavramının yanında yer almaktadır (Demerouti, Bakker, Jonge, Janssen ve Schaufeli, 2001; Colff ve Rothman, 2009; Bezuidenhout ve Cilliers, 2010). Ayrıca araştırmalarda işe adanmışlığın, örgütsel vatandaşlık (Babcock-Roberson ve Strickland, 2010; Rurkkhum ve Bartlett, 2012; Haq, Farooqi ve Ahmad, 2016), işkoliklik (Gorgievski ve diğerleri, 2010; Krulder, 2010) ve iş performansı (Salanova ve diğerleri, 2005; Halbesleben ve Wheeler, 2008; Rich, Lepine ve Crawford, 2010) kavramlarıyla ilişkisi ortaya konmaktadır.

### **2.2.1. İş Değerleri İle İlgili Araştırmalar**

Aldag ve Brief (1975), iş değerlerinin bazı bağıntılarını ölçmek amacıyla yaptıkları çalışmada, iş değeri göstergeleri ile çalışanların görev özellikleri ve lider davranışlarının algılanması arasındaki ilişkiler ve iş değerlerinin biyografik ölçümlerle mi yoksa belirli kişisel ihtiyaçlar, özellikler veya yeteneklerle mi ilişkili olduğu incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda iş değerlerinin görev boyutları ve lider davranış algılarıyla ilişkili olduğu, iş değeri göstergeleri ile ihtiyaç ölçütleri arasındaki ilişkilerin anlamlı bulunduğu, ancak bireysel farklılık ölçütleriyle olan ilişkilerin zayıf olduğu ortaya çıkmıştır.

White (2005) çalışmasında, kültürel değerler ile iş değerleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmada, Çin ve Batı Avrupa'dan gelen 276 konaklama yönetimi öğrencisinin değer yönelimlerine göre gruplandırılmış ve gruplar arasındaki iş değeri tercihlerinin farklılıklarını belirlemek amacıyla çoklu ayırt edici analiz kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda esas olarak Çinli katılımcılardan oluşan bir grubun, gelişmiş Batı ülkeleriyle ilişkilendirilen özelliklere değer verdiği ve her iki grubun hem içsel hem dışsal iş değerlerini önemli gördükleri ortaya çıkmıştır.

Ravlin ve Meglino (1987) gerçekleştirdikleri çalışmada, iş değerlerinin algı ve karar verme görevleri üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Algı ve değer ilişkisi belirsiz uyarıların yorumlanması kullanılarak değerlendirilmiştir. Değerlerin karar verme üzerindeki etkisi ise yirmi ayrı kararın konu içi regresyon analizleri

kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda değerlerin algısal organizasyonu etkilediği ve karar vermede bir rehber görevi gördüğü belirtilmiştir.

Bretz (1992) iş değerlerinin, bireylerin meslek seçme kararları üzerindeki etkisini incelediği çalışmada iş değerlerinin meslek seçim kararlarını önemli ölçüde etkilediği ve bireylerin değer içeriği kendi değer yönelimleriyle benzer olan işleri seçme olasılığının daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Hegney ve diğerleri (2006) çalışmalarında, Avustralya Hemşireler Birliği üyeleri tarafından algılanan içsel ve dışsal iş değerlerini tanımlamayı ve bu iş değerlerinin iş tatmini üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda içsel ve dışsal iş değerlerinin hemşirelerin iş tatmini düzeylerini etkilediği dolayısıyla hemşireleri işte tutma oranlarını da etkilediği ifade edilmiştir.

Cennamo (2005) tarafından gerçekleştirilen, 8 örgütten 1422 çalışanın katıldığı çalışma; iş değerlerinde ve iş çıktılarında kuşaklararası farklılıkları tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda statü, sosyal çevre ve özgürlüğü içeren iş değerlerinde kuşaklararası farklılıklar görülmüş; dışsal, içsel ve özgeci iş değerlerinde farklılık görülmemiştir. İş çıktıları ile ilgili sonuçlara bakıldığında en genç grupların işten ayrılma niyetlerinin daha fazla olduğu, örgütsel bağlılık ile iş tatminin kuşaklara göre farklılaşmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Mok, Pine ve Pizam (1998) yaptıkları araştırmada, Hong Kong'daki otel yöneticilerinin iş değerleri ve liderlik tercihlerini incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre otel yöneticileri, üstleri ve meslektaşlarıyla iyi ilişkiler ve maddi ödüller gibi iş değerlerine önem verirken yaşam kalitesi ve dış toplumun kalitesine büyük önem vermemektedirler.

Köroğlu ve Gezen (2014) tarafından gerçekleştirilen, turizm öğrencilerinin iş değerlerinin belirlenmesini ve öğrencilerin demografik özellikleri ile iş değerleri arasındaki farklılıkları ortaya koymayı amaçlayan çalışma, 397 turizm öğrencisinden anket yoluyla toplanan veriler kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda iş değerlerinin güvenlik, başarı, çalışma ortamı ve meslektaşlarla ilişki faktörleri öğrenciler tarafından daha önemli görüldüğü tespit edilmiştir. Ayrıca başarı faktörünün kız öğrenciler tarafından erkek öğrencilere göre daha önemli kabul edildiği görülmüştür.

Bağrıyanık (2016), öğretmenlerin iş değerleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla 312 öğretmenden elde ettiği verilerle gerçekleştirdiği çalışmanın sonuçlarında öğretmenlerin iş değerlerine verdikleri önemler arttıkça örgütsel bağlılık düzeylerinin de arttığı görülmüştür.

Taş (2010) tarafından yapılan öğretmenlerin iş değerlerinin sahip oldukları örgütsel adalet algılarına etkisini belirlemeye yönelik araştırma, 227 öğretmeni kapsamaktadır. Bu araştırmanın sonucunda öğretmenlerin en önem verdiği iş değeri tek başına karar alabilmek iken en önemsiz bulunduğu iş değeri yüksek ücret elde etme isteğidir. Örgütsel adalet ile iş değerleri arasında da olumlu yönlü, orta düzey bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Bozkurt ve Doğan (2013) çalışmalarında iş değerleri ve iş etiği arasındaki ilişkiyi kamu ve özel sektör çalışanları üzerinden değerlendirmişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre iş değerleri ile iş etiği birbiriyle ilişkilidir. İş değerlerinin boyutları ile iş etiği arasında da ilişkiler tespit edilmiştir. Ayrıca kadın çalışanların iş değerlerini erkeklere oranla daha önemli gördüğü çalışmanın sonuçları arasındadır.

Merdan (2013) tarafından gerçekleştirilen, iş değerleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlayan çalışmada, cinsiyete göre iş değerlerinin farklılığına bakıldığında kadınların meslektaşlarla ilişkiler, maddi koşullar, çalışma koşulları, özerklik ve yeteneklerin kullanımını erkeklerden daha fazla önemsedikleri; lisans mezunu olanların özerklik ve yetenek kullanımına daha fazla önem verdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca iş değerleri ve kişilik arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yapılan araştırmalarda genel olarak, iş değerleri çeşitli meslek grupları ve örgüt içerisindeki durumları ile ilgili değerlendirmeleri kapsamaktadır. Bununla birlikte iş değerlerinin, kişilerin genel değerleri veya örgütsel anlamda değerler ile yakından ilişkili kavramlarla yan yana incelendiği çalışmalara rastlanmaktadır. Bunların sonuçları doğrultusunda iş değerlerinin kişilerin örgütsel alanlardaki başarı, karar verme, liderlik, bağlılık, tatmin gibi durumlar ile ilişki içinde olduğu ve birbirlerini destekleyen kavramlar olduğu sonuçlarına ulaşıldığı görülmektedir.

### 2.2.2. İşe Adanmışlık İle İlgili Araştırmalar

Albdour ve Altarawneh (2014) yaptıkları çalışmada, işe adanmışlık ile örgütsel bağlılık ilişkisini incelemeyi amaçlamışlardır. 336 çalışandan elde edilen verilere göre, işe adanmışlığı ve örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanların yüksek düzeyde duygusal ve normatif bağlılığa sahip olacakları ortaya çıkarılmıştır. Öte yandan işe adanmışlıkları yüksek olan çalışanların devam bağlılıkları da anlamlı şekilde etkileyebileceği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Rurkkhum ve Barlett (2012), Tayland'da işe adanmışlık ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla, dört büyük kuruluşun 522 çalışanından topladığı verilerle bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın sonuçları, çalışanların işe adanmışlıkları ile örgütsel vatandaşlık davranışının her bir bileşeni arasındaki olumlu ilişkileri desteklemektedir. İşe adanmışlığın en güçlü ilişkisinin, örgütsel vatandaşlık davranışının erdem bileşeni ile olduğu tespit edilmiştir.

Babcock-Roberson ve Strickland (2010) çalışmalarında, karizmatik liderlik, işe adanmışlık ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkiyi test etmeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar 91 katılımcıya “*Çok Faktörlü Liderlik Ölçeği*”, “*Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği*” ve “*İşe Adanmışlık Ölçeği*” uygulamışlardır. Çalışmanın sonucunda, işe adanmışlık yoluyla karizmatik liderliğin, örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkilerine tam bir aracılık ettiği görülmüştür.

Shuck ve Reio (2014), işe adanmışlığın iş yeri ikliminde kişisel başarı, duyarsızlaşma, duygusal bitkinlik ve psikolojik refah ile ne derece ilişkili olduğunu ortaya koymayı amaçlayan çalışmasını Kanada, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'dan 216 sağlık çalışanına uyguladığı anket ile gerçekleştirmiştir. Çalışmanın sonuçlarında işe adanmışlık düzeyi yüksek olan çalışanların psikolojik olarak daha iyi hissettikleri ve daha fazla kişisel başarı gösterdikleri ortaya konulmuştur. İşe adanmışlık düzeyleri düşük çalışanların ise yüksek duygusal bitkinlik ve duyarsızlaşma gösterdikleri tespit edilmiştir.

Colff ve Rothmann (2009) hemşirelerin mesleki stres, uyum, tükenmişlik ve işe adanmışlık duyguları arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla yaptıkları

çalışmada 818 hemşireye, “*Hemşirelik Stres Envanteri*”, “*Yaşam Yönelimi Anketi*”, “*Başa Çıkma Tutumlarını Değerlendirme Ölçeği*”, “*Maslach Tükenmişlik Envanteri-İnsan Hizmetleri Anketi*” ve “*Utrecht İşe Bağlılık Ölçeği*” uygulanmıştır. Sonuçlarda duyarsızlaşma ve kişisel başarının, işe adanmışlık ve tutarlılık duygusuyla orta derecede olumsuz yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Paek, Schuckert, Kim ve Lee (2015) çalışmalarında, otel çalışanlarının işe adanmışlık ve moral düzeylerinde psikolojik sermayenin etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmanın 312 çalışana uygulanan anket sonuçlarına göre işe adanmışlığın psikolojik sermayenin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiği görülmüş ve yüksek psikolojik sermayeye sahip çalışanların işe adanmışlıklarının da yüksek olduğu ortaya konmuştur.

Yeh (2013), otelcilik sektöründe turizm katılımı, işe adanmışlık ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçladığı çalışmada, Tayvan’daki 20 otelin 336 çalışanından topladığı verileri analiz etmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında turizme katılımın işe adanmışlık ile olumlu olarak ilişkili olduğu ve hem turizme katılımın hem de işe adanmışlığın iş tatmini ile olumlu ilişkili olduğu görülmüştür. Ayrıca işe adanmışlığın turizm katılımı ile iş tatmini arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği ortaya çıkmıştır.

Burke, Koyuncu, Jing ve Fiksenbaum (2009) çalışmalarında, Pekin’de çalışan otel yöneticileri örneğinde işe adanmışlığın olası öncüllerini ve sonuçlarını incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre işe adanmışlığın, işten ayrılma niyeti ve iş tatmini gibi iş sonuçları ile ilgisi görülmektedir. Ayrıca araştırmanın sonucunda işe adanmışlığın çeşitli psikolojik durumlara olumlu etki ettiği görülmüştür.

Özer, Saygılı ve Uğurluoğlu (2015) sağlık alanında çalışan bireylerin işe adanmışlık düzeylerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada veriler 414 çalışana uygulanan anket sonucu elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarında, sağlık çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin çalışma süreleri, yaş ve medeni durumlarına göre farklılık oluşturmadığı görülmüştür. Ancak idari personelin ve doktorların işe adanmışlık düzeyleri diğer sağlık çalışanlarına göre daha yüksek



olduğu, lisansüstü eğitim almış çalışanların da işe adanmışlıklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Acaray ve Pelenk (2018) işe adanmışlığın güçlendirme iklimi ve kişisel performans ile ilişkisini belirleme amacıyla hizmet sektöründe çalışan 234 kişi üzerinde bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda güçlendirme ikliminin işe adanmışlığı olumlu olarak etkilediği ve işe adanmışlığın kişisel performansı olumlu olarak etkilediği ortaya konulmuştur.

Akçakanat, Uzunbacak ve Acar (2019) yaptıkları araştırmada iş becerikliliği ile işe adanmışlık ilişkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu doğrultuda 230 insan kaynakları yöneticisine “*İş Becerikliliği leği*” ve “*İşe Adanmışlık leği*” uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre iş becerikliliği boyutlarının işe adanmışlığın dinçlik ve kendini adama boyutlarını pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği tespit edilmiştir.

Meriç, ztrk ifti ve Yurtal (2019) alışmalarında öğretmenlerin örgütsel destek algılamaları ve işe adanmışlıkları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmada veriler 352 öğretmene anket uygulanarak elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre öğretmenlerin örgütsel destek algıları ile işe adanmışlık düzeyleri arasında olumlu ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

İşe adanmışlık kavramı, bireylerin çalıştıkları anda işe tam anlamıyla dikkatlerini verme ve odaklanmaları ile ilgilidir. Bu nedenle işe adanmışlığın, çalışma hayatında iş ile ilgili çoğu durumu etkileme gücüne sahip olduğu söylenbilir. Yapılan araştırmalar da buna benzer görüşlerden hareketle, oldukça geniş bir açıdan ve birbirinden farklı meslekleri temel alarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmaların sonucunda işe adanmışlık kavramının iş ile ilgili farklı durumlarla ilişkili olduğu görülmektedir.

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacını, turistlerin tur sırasında en sık iletişim halinde bulunduğu ve onların tur deneyimlerinde büyük ölçüde etkiye sahip olan turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi oluşturmaktadır.

Araştırmanın bu kısmında, araştırmanın hipotezleri, evren ve örnekleme ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Daha sonra turist rehberlerinin iş değerleri ile işe adanmışlık ilişkisinin belirlenmesi amacıyla kullanılan veri toplama araçları açıklanmakta ve verilerin toplanması süreci ile yapılan analizler hakkında bilgiler verilmektedir.

#### 3.1. Araştırma Hipotezleri

Bu araştırmada temel amaç turist rehberlerinin sahip oldukları iş değerleri ve işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, konu ile ilgili alanyazın incelemeleri yapılarak araştırmanın problemi ortaya konmuş ve araştırmanın hipotezleri belirlenmiştir.

Denence olarak da ifade edilen hipotez, “*araştırmalarda olaylar veya değişkenler arasında var olduğu kabul edilen ilişki*” olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2015, s. 68). Schreurs, Van Emmerik ve Van den Broeck (2014) tarafından iş değerleri ile işe adanmışlık arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmanın sonuçlarından hareketle oluşturulan bu araştırmanın hipotezleri aşağıda yer almaktadır:

**H<sub>1</sub>**= Bilişsel değerler, turist rehberlerinin iş değerlerini etkilemektedir.

**H<sub>2</sub>**= Duygusal değerler, turist rehberlerinin iş değerlerini etkilemektedir.

**H<sub>3</sub>**= Araçsal değerler, turist rehberlerinin iş değerlerini etkilemektedir.

**H<sub>4</sub>**= Turist rehberlerinin iş değerleri, işe adanmışlıklarını etkilemektedir.

**H<sub>5</sub>**= Turist rehberlerinin işe adanmışlıkları, iş değerlerini etkilemektedir.

**H<sub>6</sub>**= Bilişsel değerler, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarını etkilemektedir.

**H<sub>7</sub>**=Duygusal değerler, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarını etkilemektedir.

**H<sub>8</sub>**= Araçsal değerler, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarını etkilemektedir.

### **3.2. Evren ve Örneklem**

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin genellemesinin beklendiği bütün, evren olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2018, s. 100). Evren, araştırmanın sorularına yanıt bulmak için ihtiyaç duyulan birimlerin elde edildiği varlıkların bütünüdür (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016, s. 80). Araştırma verilerini toplamak için büyük gruplara ihtiyaç duyulduğunda araştırmayı uygulamak zorlaşmaktadır. Bu nedenle evreni temsil edebilecek güce sahip bir grubun elemanlarını araştırmak mümkündür. Örneklem, araştırma için seçilen bütünün özelliklerini en iyi şekilde temsil edeceği düşünülen küçük grubun oluşturulmasıdır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s.140).

Turist Rehberleri Birliği (TUREB) web sayfasının 2019 yılı güncel verilerine bakıldığında Türkiye’de toplam turist rehberi sayısının 11066 olduğu görülmektedir. Bu rehberlerin 8057’si çalışma kartına sahipken, 3009’si eylemsizdir (www.tureb.org.tr). Bu kapsamda araştırmanın evreni çalışma kartı bulunan 8057 eylemli turist rehberi ile sınırlıdır. Evrenin hepsine ulaşmanın zamansal ve ekonomik maliyet anlamındaki zorluğu ve verilerin analiz güçlüğü göz önünde bulundurularak, evreni temsil etmesi açısından olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme metodu tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme veri toplama aracına yanıt veren herkesin belirli bir ölçüde dikkat edilmeksizin örneğe dahil edilmesidir (Kozak, 2018, s.106). Coşkun ve diğerleri (2017) evren büyüklüğü 9000 olan araştırmalarda uygun görülen örneklem sayısının 368 olması gerektiğini belirtmektedirler. Buna göre bir bölge ile sınırlandırılmayan örnekleme, Türkiye genelinde bulunan; Adana, Ankara, Antalya, Aydın, Bursa, Çanakkale, Gaziantep, İstanbul, İzmir Muğla, Nevşehir, Şanlıurfa ve Trabzon Turist Rehberleri Odalarının üyesi olan eylemli turist rehberleri dahil edilmiştir.

Çalışma doğrultusunda geri dönüş sağlayarak anketleri yanıtlamayı kabul eden 311 turist rehberine ulaşılmıştır. Yapılan analizler ulaşılan rehberlerden sağlanan 311 anket formu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

### **3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri**

Araştırma kapsamında öncelikli olarak iş değerleri ve işe adanmışlık konularıyla ilgili alanyazın taraması yapılmıştır. Buradan elde edilen bilgilerden

hareketle birincil verilerin toplanması maksadıyla uygun bulunan anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket, katılımcıların önceden hazırlanan yapılandırılmış bir soru formatına yanıt vermeleriyle veriler elde etme tekniğidir (Kozak, 2018, s. 59; Coşkun ve diğerleri, 2017, s. 85).

Araştırmanın verilerinin elde etmek için oluşturulan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde, katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgilerin elde edilebileceği 5 adet soru bulunmaktadır. Bu sorularda anketi yanıtlayanların cinsiyetlerine, medeni durumlarına, eğitim düzeylerine, yaşlarına, mesleklerini kaç yıldır ve hangi dillerde icra ettiklerine dair yanıtlar aranmaktadır.

Anket formunun ikinci kısmında “*İşe Adanmışlık Ölçeği*” yer almaktadır. Schaufeli ve Bakker (2003), İşe Adanmışlık Ölçeği’ni geliştirmiş, ardından 24 maddelik uzun versiyonu, yeniden formüle ederek 9 maddeden oluşan 5’li likert tipinde (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) bir ölçeğe dönüştürmüşlerdir. Söz konusu ölçeğin 3 ayrı boyutu bulunmaktadır. Bunlar; dinçlik (3 ifade), kendini adama (3 ifade) ve yoğunlaşma (3 ifade) olarak belirtilmektedir. Bu çalışmada kullanılan İşe Adanmışlık Ölçeği, Özkalp ve Meydan (2015) tarafından Türkçeye tercüme edilen kısa versiyonudur.

Anket formunun üçüncü kısmında ise “*İş Değerleri Ölçeği*” yer almaktadır. Elizur (1984) tarafından geliştirilen bu ölçeğin boyutları, Elizur ve diğerleri (1991) tarafından belirlenmiştir. Bu çalışmada İş Değerleri Ölçeği, Eşitti (2016) tarafından çevrildiği haliyle kullanılmaktadır. Ölçek 24 maddeden oluşan 6’lı (1= Çok önemsiz, 6= Çok önemli) derecelendirme ile önem düzeyine göre yanıtlanmaktadır. Ölçekte bilişsel (14 ifade), duygusal (5 ifade) ve araçsal (5 ifade) olmak üzere 3 boyut yer almaktadır. Ölçekteki ifadelere yüksek puanlar verilmesi katılımcıların iş değerleri düzeyinin yüksek olduğunu gösterirken, düşük puanlar verilmesi katılımcıların iş değerleri düzeylerinin düşük olduğuna işaret etmektedir.

### **3.4. Veri Toplama Süreci**

Anket formunun oluşturulmasından sonra 2019 yılı Kasım ayı itibariyle 5 aylık bir sürede, araştırmaya katılmaya gönüllü olan turist rehberlerine anketler uygulanmıştır. Anket formu, formda yer alan anketin içeriği, kullanım amacı ve

çalışmanın kimler tarafından gerçekleştirildiği hakkındaki bilgiler aracılığıyla katılımcılara sunulmuştur.

Turist rehberlerine ulaşmak amacıyla rehber odalarına elektronik posta aracılığıyla anket formları gönderilmiş ve üye turist rehberlerinin böylelikle ankete ulaşmaları sağlanmıştır. Bunun yanında kişisel bağlantılar ve sosyal medya araçları ile ulaşılan turist rehberlerine çevrimiçi yollarla hazırlanan anketler uygulanmıştır. Ayrıca anketler bazı rehberlere ve odalara posta yoluyla iletilmiştir.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Araştırma kapsamında anket aracılığı ile turist rehberlerinden elde edilen veriler istatistik programı yardımı ile analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin öncelikle demografik özelliklerini belirlemek amacıyla sorulan sorulardan elde edilen yanıtların frekans analizleri yapılmıştır. İş değerleri ölçeği ve ölçeğin faktörlerine ilişkin açıklayıcı faktör analizi ile güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiş, standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri ortaya çıkarılmıştır. Daha sonra İşe Adanmışlık Ölçeği için de aynı şekilde açıklayıcı faktör analizi yapılmış, güvenilirlik analizinin gerçekleşmesinin ardından, standart sapma ve aritmetik ortalamaları ortaya çıkarılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için İşe Adanmışlık Ölçeği ve İş Değerleri Ölçeği'ne normallik testi yapılmıştır. Ardından kullanılan ölçeklerin ve faktörlerinin demografik özelliklerle ilişkisini ortaya koymak amacıyla, işe adanmışlık ölçeği ile iş değerleri ölçeğinin normal dağılım sergileyen bilişsel ve araçsal faktörlerine, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve t testi uygulanmıştır. Normal dağılım sergilemeyen iş değerleri ölçeğine ve duygusal faktörüne ise Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Ölçekler ile faktörlerin ilişkisini ortaya çıkarmak maksadıyla korelasyon analizi uygulandıktan sonra, son olarak hipotezleri test etmek için regresyon analizi uygulanmıştır.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen araştırmanın bu kısmında araştırmanın analizleri, bulguları ve yorumları yer almaktadır.

### 4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri İle İlgili Bulgular

Araştırmanın katılımcıları olan turist rehberlerinin sosyo-demografik özellikleri hakkındaki verilerin frekans analizi sonuçlarına Çizelge 1’de yer verilmektedir. Bulgulara bakıldığında, toplam 311 katılımcının çoğunluğunu erkek turist rehberlerinin oluşturduğu görülmektedir. Katılımcı erkek turist rehberlerinin oranı %56,3 (n=175) iken katılımcı kadın turist rehberlerinin oranı ise %43,7 (n=136) olarak görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına yönelik bulgularında, evli olanlarının %57,2 (n=178) oranla daha fazla olduğu görülürken, bekar katılımcıların oranının %42,8 (n=133) olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin eğitim düzeyleri incelendiğinde, %46,9’unun (n=146) lisans düzeyinde eğitim düzeyine, %33,4’ünün (n=104) lisansüstü eğitim düzeyine, %18,6’sının (n=58) önlisans eğitim düzeyine, %1,0’inin (n=3) lise eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların yaş dağılımlarına yönelik bulgulara bakıldığında, %36,7’sinin (n=114) 26-35 yaş aralığında, %24,1’inin (n=75) 36-45 yaş aralığında, %19,3’ünün (n=60) 46-55 yaş aralığında, %9,3’ünün (n=29) 18-25 yaş aralığında, %8,4’ünün (n=26) 56-65 yaş aralığında ve %2,3’ünün (n=7) de 66 yaş ve üzeri yaş aralığında oldukları saptanmıştır.

Katılımcı turist rehberlerinin mesleki tecrübelerine yönelik bulgulara bakıldığında, %24,8’inin (n=77) 5-9 yıl arası, %24,1’inin (n=75) 15 yıl ve üzeri, %22,8’inin (n=71) 10-14 yıl arası, %17,4’ünün (n=54) 1-4 yıl arası, %10,9’unun (n=34) 1 yıldan az sürede mesleklerini icra ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların mesleklerini yerine getirdikleri dillere bakıldığında, %80,1 (n=249) oranında İngilizce, %16,1 (n=50) oranında Almanca, %11,3 (n=35) oranında

Fransızca, %7,4 (n=23) oranında İtalyanca, %7,1 (n=22) oranında Rusça, %6,1 (n=19) oranında Japonca, %5,1 (n=16) oranında Portekizce, %2,9 (n=9) oranında Çince dillerinde rehberlik yaptıkları görülmektedir. Diğer kutucuğunu işaretleyen turist rehberlerinin ise %5,5'inin (n=17) İspanyolca, %4,8'inin (n=15) Arapça, %1'inin (n=3) Hollandaca, %0,6'sının (n=2) Bulgarca, %0,6'sının (n=2) Endonezce, %0,3'ünün (n=1) Endonezce ve Malayca, %0,3'ünün (n=1) Flemenkçe ve %0,3'ünün (n=1) İspanyolca ve Endonezce dillerinde hizmetlerini sürdürdükleri görülmektedir.

**Çizelge 1.** Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları

		<b>n</b>		<b>%</b>	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	136		43,7	
	Erkek	175		56,3	
	<b>TOPLAM</b>	311		100	
<b>Medeni durum</b>	Evli	178		57,2	
	Bekar	133		42,8	
	<b>TOPLAM</b>	311		100	
<b>Eğitim düzeyi</b>	Lise	3		1,0	
	Önlisans	58		18,6	
	Lisans	146		46,9	
	Lisansüstü	104		33,4	
	<b>TOPLAM</b>	311		100	
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	29		9,3	
	26-35 yaş	114		36,7	
	36-45 yaş	75		24,1	
	46-55 yaş	60		19,3	
	56-65 yaş	26		8,4	
	66 yaş ve üzeri	7		2,3	
	<b>TOPLAM</b>	311		100	
<b>Mesleki tecrübe</b>	1 yıldan az	34		10,9	
	1-4 yıl	54		17,4	
	5-9 yıl	77		24,8	
	10-14 yıl	71		22,8	
	15 yıl ve üstü	75		24,1	
	<b>TOPLAM</b>	311		100	
<b>Yabancı dil</b>		Evet		Hayır	
		n	%	n	%

Çizelge 1'in devamı →

	İngilizce	249	80,1	62	19,9
	Almanca	50	16,1	261	83,9
	Rusça	22	7,1	289	92,9
	Fransızca	35	11,3	276	88,7
	Portekizce	16	5,1	295	94,9
	Japonca	19	6,1	291	93,6
	Çince	9	2,9	302	97,1
	İtalyanca	23	7,4	288	92,6

#### 4.2. İş Değerleri Ölçeğine İlişkin Analizler

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili birden çok değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılır bir şekilde yorumlanmasını kolay hale getirmek için daha az sayıda bir temel boyuta indirgemek, bunları özetlemek amacıyla gerçekleştirilen çok değişkenli bir analiz yöntemidir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 270). Çizelge 2’de İş Değerleri Ölçeği faktör yapısını belirlemek amacıyla yapılan açıklayıcı faktör analizi ve ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizi sonuçları bulunmaktadır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda birden fazla boyuta yüklenme yapımları nedeniyle “*Aldığım maaş miktarı*” ve “*Elde ettiğim maaş dışı imkanlar*” ifadeleri ölçekten çıkarılarak yapılan analizler tekrarlanmıştır. Bu ifadelerin ölçekten çıkarılması sonucunda, üç boyutlu ve toplam varyansın %63,08 oranında açıklandığı bir yapıya ulaşılmıştır. İlk olarak verilerin faktör analizine uygunluğunu tespit etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin örneklem ölçüm değeri ve Bartlett testi değeri göz önünde bulundurulmuştur. KMO örneklem değeri (0,885) ve Bartlett değeri ( $\text{sig} < 0,05$ ) verilerin faktör analizi için uygun değerlerde olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçlarına bakıldığında, orijinal ölçekte bilişsel değerler boyutunda yer alan, “*başarılı olmak*”, “*yaptığım işin ilgi çekici olması*”, “*işimin benim için anlamlı olması*”, “*işin bireysel gelişme fırsatı sunması*”, “*bilgi ve becerilerimi işimde kullanmak*”, “*sorumluluk almak*”, “*topluma yararlı olmak*” ve “*işimde bağımsız hareket edebilmek*” ifadelerinin açıklayıcı faktör analizi sonrasında duygusal boyut altında yer aldıkları görülmektedir. Bu doğrultuda birinci faktör olan ve 6 maddeden oluşan bilişsel boyutun tanımladığı farkın %43,097 ve güvenilirlik katsayısının (Cronbach’s Alpha) 0,84 olduğu görülmektedir. İkinci faktör olan ve 13 maddeden oluşan duygusal boyutun tanımladığı fark %11,788, güvenilirlik katsayısı 0,93 şeklindedir. Üçüncü faktör olan ve 3 maddeden oluşan araçsal boyutun tanımladığı fark %8,201, güvenilirlik katsayısı ise 0,89 olarak



tespit edilmiştir. Son olarak ölçeğin toplam güvenilirlik katsayısının 0,92 olduğu saptanmıştır.

**Çizelge 2.** İş Değerleri Ölçeğine Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

	<b>Faktör Yüğü</b>	<b>Öz Değeri</b>	<b>Açıklanan Varyans</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<b>BİLİŞSEL</b>				
Kariyer ve işte ilerleme imkânı	0,898	9,481	43,097	0,849
Meslekteki konumum, mevkiim	0,859			
Acentanın ünlü, tanınan bir acenta olması	0,576			
Güç sahibi ve etkili bir kişi olmak	0,569			
İş yerinde geri bildirim sahip olma	0,515			
Uzman olmam ve bu şekilde tanınmam	0,507			
<b>DUYGUSAL</b>				
Bilgi ve becerimi işimde kullanmak	0,889	2,593	11,788	0,931
Çeşitli insanlarla tanışmak	0,855			
İşin bireysel gelişme fırsatı sunması	0,804			
İyi bir iş yapıyor olarak tanınmak	0,772			
Yaptığım işin ilgi çekici olması	0,767			
Topluma yararlı olmak	0,705			
İşimin benim için anlamlı olması	0,702			
Acenta yöneticilerinin adil ve düşünceli olması	0,691			
İşimde bağımsız hareket edebilmek	0,671			
Başarılı olmak	0,623			
Çalışma arkadaşlarımla uyumlu olmaları	0,614			
İş yerinde değerli olduğumu hissetmek	0,600			
Sorumluluk almak	0,518			
<b>ARAÇSAL</b>				
İş güvencesi	0,889	1,804	8,201	0,894
Uygun çalışma saatleri	0,873			
İş ortamının fiziksel koşulları	0,841			
<b>AÇIKLANAN VARYANS</b>	<b>63,085</b>			

<b>KAISER-MEYER-OLKIN (KMO)</b>	0,885
<b>BARTLETT TESTİ</b>	P < 0,000
<b>CRONBACH'S ALPHA</b>	0,924

Çizelge 3'te İş Değerleri Ölçeği'nin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Bu doğrultuda iş değerleri ölçeğinin en yüksek ortalamaya sahip faktörünün duygusal faktör olduğu görülmektedir. Duygusal faktörün en yüksek ortalamaya sahip maddesi de 5,59 ortalama ile "*Bilgi ve becerilerimi işimde kullanmak*" ifadesidir. Duygusal faktörün en düşük ortalamaya sahip maddesinin ise 5,21 ortalama ile "*Çalışma arkadaşlarımla uyumlu olmaları*" olduğu göze çarpmaktadır.

Ortalama değerleri en yüksek olan ikinci faktörün, 4,82 ortalama değeri ile araşsal faktör olduğu anlaşılmaktadır. Bu faktörün en yüksek ortalama değere sahip maddesinin 4,94 ortalama ile "*İş güvencesi*" olduğu, en düşük ortalama değere sahip maddesinin ise 4,68 ortalama değeri ile "*Uygun çalışma saatleri*" olduğu tespit edilmektedir.

Son olarak, İş Değerleri Ölçeği'nin faktörlerinden 4,65 ortalama değeri ile üçüncü sırada yer alan bilişsel faktörün en yüksek ortalamaya sahip maddesinin 4,99 ortalama ile "*İş yerinde geri bildirimde bulunma*" olduğu görülmektedir. Bu faktörün 3,87 ile en düşük ortalamaya sahip maddesinin ise "*Acentanın ünlü, tanınan bir acenta olması*" olduğu saptanmıştır.

Çizelge 3'te İş Değerleri Ölçeği'nin faktörleri ve maddelerin bütününe bakıldığında ortalama değeri en yüksek olan maddenin 5,59 ortalama ile "*Bilgi ve becerilerimi işimde kullanmak*" olduğu görülürken, en düşük ortalamaya sahip maddenin ise 3,87 ortalama ile "*Acentanın ünlü, tanınan bir acenta olması*" olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların İş Değerlerinin 5,12 ortalama değeri ile yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

**Çizelge 3.** İş Değerleri Ölçeğine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

FAKTÖR	İFADELER	$\bar{x}$	SS	$\bar{x}$	SS
<b>Bilişsel</b>	Kariyer ve işte ilerleme imkânı.	4,59	1,30	4,65	0,97
	Meslekteki konumum, mevkiim.	4,90	1,20		
	Acentanın ünlü, tanınan bir acenta olması.	3,87	1,44		
	Güç sahibi ve etkili bir kişi olmak.	4,69	1,34		
	İş yerinde geri bildirimde sahip olma.	4,99	1,11		
	Uzman olmam ve bu şekilde tanınmam.	4,86	1,35		
<b>Duygusal</b>	Bilgi ve becerimi işimde kullanmak.	5,59	0,77	5,40	0,69
	Çeşitli insanlarla tanışmak.	5,25	1,10		
	İşin bireysel gelişme fırsatı sunması.	5,51	0,83		
	İyi bir iş yapıyor olarak tanınmak.	5,35	1,02		
	Yaptığım işin ilgi çekici olması	5,37	0,89		
	Topluma yararlı olmak.	5,41	0,87		
	İşimin benim için anlamlı olması.	5,54	0,86		
	Acenta yöneticilerinin adil ve düşünceli olması.	5,48	0,94		
	İşimde bağımsız hareket edebilmek.	5,48	0,86		
	Başarılı olmak.	5,45	0,92		
	Çalışma arkadaşlarımla uyumlu olmaları.	5,21	1,13		
	İş yerinde değerli olduğumu hissetmek.	5,23	1,09		
	Sorumluluk almak.	5,40	0,78		
<b>Araçsal</b>	İş güvencesi.	4,94	1,49	4,82	1,27
	Uygun çalışma saatleri	4,68	1,42		
	İş ortamının fiziksel koşulları	4,84	1,28		
<b>TOPLAM</b>				<b>5,12</b>	<b>0,69</b>

#### 4.3. İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Analizler

İşe Adanmışlık Ölçeği'ne ilişkin yapılan faktör analizi sonucunda özdeğeri 1'den çok boyutlu bir yapının ortaya çıkmamasından dolayı yalnızca ölçeğin

ifadelerinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Bununla birlikte ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 4'e göz atıldığında İşe Adanmışlık leği'nin güvenilirlik katsayısı 0,94 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeğin toplam 3,89 ortalama değere sahip olduğu görülmektedir. Buradan yola çıkararak katılımcıların işe adanmışlık düzeylerinin iyi olduğu söylenebilir. Bununla birlikte ölçekte yer alan en yüksek ortalamaya sahip ifadenin 4,33 ortalama değeri ile "Yaptığım işten gurur duyuyorum" olduğu saptanmıştır. "İşe gömülmüş durumdayım" ifadesinin ise ölçeğin 3,30 ortalama değeri ile en düşük ortalamaya sahip maddesi olduğu görülmektedir.

**Çizelge 4.** İşe Adanmışlık leğine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

<b>İFADELER</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>	<b>SS</b>
İşimi yaparken kendimi çok enerjik hissederim.	4,15	1,01
İşimi yaparken kendimi güçlü ve din hissederim.	4,12	1,03
Sabah uyandığımda işe gitme isteği duyuyorum.	3,68	1,15
İşim bana coşku veriyor.	4,04	1,11
İşim bana ilham veriyor.	4,11	1,08
Yaptığım işten gurur duyuyorum.	4,33	1,04
Yoğun bir şekilde çalışırken kendimi mutlu hissederim.	3,83	1,23
İşe gömülmüş durumdayım.	3,30	1,22
alışırken kendimden geçiyorum.	3,44	1,25
<b>TOPLAM</b>	<b>3,89</b>	<b>0,93</b>
<b>CRONBACH'S ALPHA</b>	<b>0,94</b>	

#### 4.4. Normal Dağılım Testleri

Parametrik analiz tekniklerinin uygulamaya elverişli olması için bazı ön şartlar bulunmaktadır. Bunlar (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 172);

- lm seviyesinin aralık veya rasyo seviyesinde olması,
- Verilerin normal dağılım göstermesi,
- Tüm grupların varyans değerinin aynı olması ve geldiği evrenin normal dağılım sergileyen bir ana kütle olması,

- Analiz sonucundaki hata değerlerinin birbirinden tamamen bağımsız veya rastgele olmasıdır.

Normal dağılımın uygun olup olmadığını test etmek amacıyla SPSS programında başvuru Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk analizleri sonucunda anlamlılık derecesinin 0,05'ten küçük olması, normallik şartının taşınmadığı anlamına gelmektedir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 174).

Çizelge 5'te İş Değerleri Ölçeği'ne ilişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri sonuçları yer almaktadır. Sonuçlar incelendiğinde ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ), katılımcıların ölçüm puanlarının normal dağılım göstermediği görülmektedir.

**Çizelge 5.** İş Değerleri Ölçeğine Yönelik Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri

Kolmogonov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
0,146	311	0,000	0,837	311	0,000

Çizelge 6'da İş Değerleri Ölçeği faktörlerine ilişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk analizlerinin sonuçlarına bakıldığında tüm faktörlerde ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ), katılımcıların ölçümlerine yönelik puanlarının normal dağılım sergilemediği görülmektedir.

**Çizelge 6.** İş Değerleri Ölçeği Faktörlerine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri

Faktörler	Kolmogonov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
	0,146	311	0,000	0,837	311	0,000
<b>Bilişsel</b>	0,152	311	0,000	0,912	311	0,000
<b>Duygusal</b>	0,198	311	0,000	0,705	311	0,000
<b>Araçsal</b>	0,230	311	0,000	0,821	311	0,000

Çizelge 7’de İşe Adanmışlık Ölçeği’ne ilişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri sonuçları yer almaktadır. Sonuçlar incelendiğinde ( $p=0,00$ ;  $p>0,05$ ), katılımcıların ölçüm puanlarının normal dağılım göstermediği saptanmıştır.

**Çizelge 7.** İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Testleri

Kolmogonov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
İstatistik	df	Anlamlılık	İstatistik	df	Anlamlılık
0,119	311	0,000	0,833	311	0,000

Normal dağılımın tespiti ile ilgili bilgiler sağlayabilmesi için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri yanında veriye ait çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin ortaya çıkarılması da fayda sağlamaktadır. Sıfıra eşit çarpıklık değerinin söz konusu olması normal dağılım olarak ifade edilmektedir. Bunun yanında çarpıklık değer aralığı +1 ile -1 arasında bulunmasının da puanların normal dağılım sayılabileceği ifade edilmektedir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 173). Bir diğer görüşe göre bu değer +2 ile -2 sınırlarında kalmasının da normal dağılımdan çok sapma gösterilmediği şeklinde varsayılmaktadır (Garson, 2012, s.18).

Çizelge 8’de İş Değerleri Ölçeği’nin çarpıklık ve basıklık değerlerine yer verilmektedir. Sonuçlara göre, İş Değerleri Ölçeği’nin çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım olarak kabul gören değer aralıklarında olmadığı görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda işe adanmışlık ölçeğine ilişkin parametrik olmayan analizlerin kullanılabileceği anlaşılmaktadır.

**Çizelge 8.** İş Değerleri Ölçeğine İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri

		İstatistik	Standart Hata
İŞ DEĞERLERİ ÖLÇEĞİ	Çarpıklık (Skewness)	-2,022	0,138
	Basıklık (Kurtosis)	6,154	0,276

İş Değerleri Ölçeği faktörlerinin çarpıklık ve basıklık değerlerinin bulunduğu Çizelge 9’a bakıldığında, iş değerlerinin bilişsel ve araçsal faktörlerinde çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım olarak kabul gören değer aralıklarında olduğu görülmektedir. İş değerlerinin duygusal faktöründe ise çarpıklık ve basıklık

değerlerinin normal dağılım olarak kabul gören değer aralıklarından uzak olduğu göze çarpmaktadır. Bu sonuçlar doğrultusunda bilişsel ve araçsal faktörlere ilişkin parametrik analizlerin kullanılabileceği anlaşılmaktadır. Duygusal faktör için ise parametrik olmayan analizler kullanılabilir.

**Çizelge 9.** İş Değerleri Faktörlerine İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri

<b>İŞ DEĞERLERİ FAKTÖRLERİ</b>		<b>İstatistik</b>	<b>Standart Hata</b>
<b>Bilişsel</b>	<b>Çarpıklık (Skewness)</b>	-1,089	0,138
	<b>Basıklık (Kurtosis)</b>	1,054	0,276
<b>Duygusal</b>	<b>Çarpıklık (Skewness)</b>	-2,989	0,138
	<b>Basıklık (Kurtosis)</b>	11,982	0,276
<b>Araçsal</b>	<b>Çarpıklık (Skewness)</b>	-1,136	0,138
	<b>Basıklık (Kurtosis)</b>	0,203	0,276

İşe Adanmışlık Ölçeği'nin çarpıklık ve basıklık değerlerinin bulunduğu Çizelge 10'a bakıldığında, işe adanmışlık ölçeğinin çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım olarak kabul gören değer aralıklarında olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda işe adanmışlık ölçeğine ilişkin parametrik analizlerin kullanılabileceği anlaşılmaktadır.

**Çizelge 10.** İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Çarpıklık-Basıklık Değerleri

		<b>İstatistik</b>	<b>Standart Hata</b>
<b>İŞE ADANMIŞLIK ÖLÇEĞİ</b>	<b>Çarpıklık (Skewness)</b>	-1,252	0,138
	<b>Basıklık (Kurtosis)</b>	1,541	0,276

#### **4.5. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İş Değerleri Ölçeği ve Faktörlerine İlişkin t Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), Mann-Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testi**

Katılımcıların iş değerlerinin, sosyo-demografik özellikleri açısından değerlendirilmesini içeren analiz sonuçlarına aşağıda yer verilmektedir. İş değerlerinin normal dağılım sergilediği saptanan bilişsel ve araçsal faktörlerinin,

sosyo-demografik özellikler açısından değerlendirilmesi amacıyla bağımsız grup t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. İş değerlerinin normal dağılım sergilemediği saptanan duygusal faktörün sosyo-demografik özellikler açısından değerlendirilmesinde ise Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucu hangi değişkenler arasında fark bulunduğunu tespit etmek için Post-Hoc testi yapılmıştır.

Çizelge 11’de katılımcı turist rehberlerinin cinsiyet ve medeni durumları ile iş değerlerini karşılaştıran Mann-Whitney U testi sonuçlarına yer verilmektedir. Analizin sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyetleri ve medeni durumları ile iş değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın söz konusu olmadığı saptanmıştır.

**Çizelge 11.** Cinsiyet ve Medeni Durum İle İş Değerlerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U Testi

<b>İŞ DEĞERLERİ ÖLÇEĞİ</b>					
		<b>Sayı (n)</b>	<b>Ortalama Sırası</b>	<b>Z</b>	<b>Anlamlılık Düzeyi (p)</b>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	136	161,54	-0,958	0,338
	Erkek	175	151,70		
<b>Medeni Durum</b>	Evli	178	154,27	-0,392	0,695
	Bekar	133	158,31		

Çizelge 12’de iş değerlerinin, katılımcıların eğitim düzeyleri, yaşları ve mesleki tecrübeleri ile karşılaştırılmasına ilişkin Kruskal-Wallis analizi bulunmaktadır. Bunun sonucunda katılımcıların eğitim düzeyleri ile iş değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Ancak, katılımcıların mesleki tecrübeleri ve yaşları ile iş değerleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilememiştir.



**Çizelge 12.** Eğitim Düzeyi, Yaş ve Mesleki Tecrübe İle İş Değerlerinin Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis Testi

İŞ DEĞERLERİ ÖLÇEĞİ				
Sayı	Eğitim Düzeyi	Ort. Sıralaması	ChiSquare	Anlamlılık Düzeyi
58	Önlisans	144,93	14,649	0,001
146	Lisans	139,06		
104	Lisansüstü	181,51		
Sayı	Yaş	Ort. Sıralaması	ChiSquare	Anlamlılık Düzeyi
29	18-25 yaş	169,02	11,136	0,49
114	26-35 yaş	173,03		
75	36-45 yaş	152,68		
60	46-55 yaş	132,07		
26	56-65 yaş	130,67		
7	66 yaş ve üzeri	159,57		
Sayı	Mesleki Tecrübe	Ort. Sıralaması	ChiSquare	Anlamlılık Düzeyi
34	1 yıldan az	146,82	4,378	0,357
54	1-4 yıl	173,36		
77	5-9 yıl	163,91		
71	10-14 yıl	150,18		
75	15 yıl ve üstü	145,05		

Çizelge 13'te katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, eğitim düzeyi, yaşı ve mesleki tecrübelerini bilişsel iş değerlerine göre ölçen t testi ve ANOVA testi sonuçları yer almaktadır. Buna göre ( $p \leq 0,05$ ) bilişsel iş değerleri ile cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve mesleki tecrübe arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülürken, katılımcıların yaşları ( $p=0,014$ ) ile bilişsel iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

**Çizelge 13.** Bilişsel Faktör İle Demografik Özelliklerin Karşılaştırılmasına Yönelik t Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi

Değişkenler	BİLİŞSEL FAKTÖR						
		n	$\bar{x}$	SS	t/F	p	Fark
Cinsiyet	Kadın	136	4,67	0,88	0,34	0,730	-
	Erkek	175	4,63	1,04			
Medeni Durum	Evli	178	4,64	0,93	-0,20	0,837	-
	Bekar	133	4,66	1,03			
Yaş	18-25 yaş	29	4,98	0,73	2,89	0,014	1,2,4
	26-35 yaş	114	4,74	1,01			
	36-45 yaş	75	4,66	0,86			
	46-55 yaş	60	4,27	1,20			

Çizelge 13'ün devamı →

	56-65 yaş	26	4,78	0,58			
	66 yaş ve üzeri	7	4,57	0,77			
<b>Mesleki Tecrübe</b>	1 yıldan az	34	4,65	0,85	1,02	0,393	-
	1-4 yıl	54	4,83	1,00			
	5-9 yıl	77	4,73	0,92			
	10-14 yıl	71	4,58	0,95			
	15 yıl ve üstü	75	4,51	1,08			

Çizelge 14'te katılımcıların demografik özellikleri ile araçsal iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak amacıyla yapılan t testi ve ANOVA testi sonuçları bulunmaktadır. Yapılan analizlerin sonuçlarında, araçsal iş değerleri ile katılımcıların demografik özellikleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark saptanmamıştır.

**Çizelge 14.** Araçsal Faktör İle Demografik Özelliklerin Karşılaştırılmasına Yönelik t Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi

Değişkenler	ARAÇSAL FAKTÖR						
		n	x	ss	t/F	p	Fark
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	136	4,95	1,16	1,59	0,112	-
	Erkek	175	4,72	1,34			
<b>Medeni Durum</b>	Evli	178	4,82	1,28	-0,21	0,983	-
	Bekar	133	4,82	1,26			
<b>Eğitim Düzeyi</b>	Lise	3	5,00	1,73	1,30	0,272	-
	Önlisans	58	4,87	1,16			
	Lisans	146	4,68	1,38			
	Lisansüstü	104	4,99	1,14			
<b>Yaş</b>	18-25	29	5,17	0,86	2,52	0,030	-
	26-35	114	4,99	1,21			
	36-45	75	4,52	1,51			
	46-55	60	4,87	1,12			
	56-65	26	4,35	1,38			
	66 ve üzeri	7	5,09	0,56			
<b>Mesleki Tecrübe</b>	1 yıldan az	34	5,02	0,91	0,55	0,697	-
	1-4 yıl	54	4,69	1,33			
	5-9 yıl	77	4,93	1,21			
	10-14 yıl	71	4,77	1,41			
	15 yıl ve üstü	75	4,76	1,29			

Çizelge 15'te yer verilen Mann-Whitney U testi sonuçlarına bakıldığında katılımcıların cinsiyet değişkenleri ile duygusal iş değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

**Çizelge 15.** Duygusal Faktörün Katılımcıların Cinsiyeti ve Medeni Durumu İle Karşılaştırılmasına İlişkin Mann-Whitney U Testi

DUYGUSAL FAKTÖR					
		Sayı (n)	Ortalama Sırası	Z	Anlamlılık Düzeyi (p)
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	136	159,42	-0,594	0,553
	Erkek	175	153,34		
<b>Medeni Durum</b>	Evli	178	154,13	-0,426	0,670
	Bekar	133	158,50		

Çizelge 16’da katılımcıların eğitim düzeyi, yaşı ve mesleki tecrübelerini, duygusal iş değerleri açısından ölçen Kruskal Wallis testi sonuçlarına yer verilmektedir. Sonuçlara göre ( $p \leq 0,05$ ) katılımcıların duygusal iş değerleri ile eğitim düzeyleri ( $p=0,000$ ) arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunurken, yaş ve mesleki tecrübe açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

**Çizelge 16.** Duygusal Faktörün Katılımcıların Eğitim Düzeyi, Yaşı ve Mesleki Tecrübeleri İle Karşılaştırılmasına İlişkin Kruskal-Wallis Testi

DUYGUSAL FAKTÖR				
Sayı	Eğitim Düzeyi	Ort. Sıralaması	ChiSquare	Anlamlılık Düzeyi
58	Önlisans	144,16	14,909	0,001
146	Lisans	139,21		
104	Lisansüstü	181,73		
Sayı	Yaş	Ort. Sıralaması	ChiSquare	Anlamlılık Düzeyi
29	18-25	137,41	9,917	0,78
114	26-35	174,96		
75	36-45	151,93		
60	46-55	139,87		
26	56-65	137,29		
7	66 ve üzeri	175,64		
Sayı	Mesleki Tecrübe	Ort. Sıralaması	ChiSquare	Anlamlılık Düzeyi
34	1 yıldan az	140,04	4,204	0,379
54	1-4 yıl	168,90		
77	5-9 yıl	166,58		
71	10-14 yıl	152,15		
75	15 yıl ve üstü	146,72		

#### 4.6. Katılımcıların Demografik Özellikleri İle İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Çizelge 17’de katılımcıların işe adanmışlık düzeylerinin, sosyo-demografik özellikler açısından anlamlı bir farklılık içerip içermediğini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen t testi ve ANOVA testi sonuçları yer almaktadır. Bu analizlerin sonuçları incelendiğinde, katılımcıların işe adanmışlık düzeyleri ile cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi ve mesleki tecrübe değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır.

**Çizelge 17.** Demografik Özellikler İle İşe Adanmışlığın Karşılaştırılmasına İlişkin t Testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi

Değişkenler	İŞE ADANMIŞLIK ÖLÇEĞİ						
		n	$\bar{x}$	SS	t/F	p	Fark
Cinsiyet	Kadın	136	3,96	0,79	1,15	0,250	-
	Erkek	175	3,84	1,03			
Medeni Durum	Evli	178	3,89	1,03	-0,02	0,984	-
	Bekar	133	3,89	0,78			
Yaş	18-25	29	3,87	0,52	1,21	0,300	-
	26-35	114	3,79	0,91			
	36-45	75	4,07	0,89			
	46-55	60	3,77	1,13			
	56-65	26	4,08	0,89			
	66 ve üzeri	7	3,93	1,31			
Mesleki Tecrübe	1 yıldan az	34	3,66	0,71	1,44	0,219	-
	1-4 yıl	54	3,97	0,58			
	5-9 yıl	77	4,06	0,86			
	10-14 yıl	71	3,83	1,07			
	15 yıl ve üstü	75	3,81	1,13			

#### 4.7. Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmanın amacı göz önünde bulundurulduğunda, değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için korelasyon analizi uygulanmaktadır. Korelasyon analizi, bir değişken ile diğer değişkenin ilişkisini ölçmeye yarar. Değişkenler arasındaki ilişkinin olumlu yönde olması, bir değişkenin değeri artarken diğerinin de artacağı anlamına gelmektedir. Olumsuz yönde ilişki olması durumunda ise bir değişkenin değeri artarken diğerinin azalacağı anlamına gelmektedir (Kozak, 2018, s. 134). İş Değerleri Ölçeği faktörlerine yönelik korelasyon analizi sonuçlarına Çizelge 18’de yer verilmektedir. Analiz sonuçlarına bakıldığında, iş değerleri ölçeği ve

faktörleri arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğu göze çarpmaktadır. İş değerleri ile ilişkiye sahip düzeyleri, en yüksekten düşüğe doğru, duygusal faktör ( $r=0,919$ ;  $p=.00<.01$ ), bilişsel faktör ( $r=0,832$ ;  $p=.00<.01$ ) ve araçsal faktör ( $r=0,538$ ;  $p=.00<.01$ ) olarak sıralanmaktadır.

Bilişsel faktörün, sırasıyla, duygusal faktör ( $r=0,643$ ;  $p=.00<.01$ ) ve araçsal faktör ile ( $r=0,264$ ;  $p=.00<.01$ ) olumlu yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu gözlenmektedir. Duygusal faktörün de araçsal faktör ile ( $r=0,314$ ;  $p=.00<.01$ ) olumlu yönde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır.

**Çizelge 18.** İş Değerleri Ölçeği Faktörleri Korelasyon Analizi

		<b>İŞ DEĞERLERİ</b>	<b>Bilişsel</b>	<b>Duygusal</b>	<b>Araçsal</b>
<b>İŞ DEĞERLERİ</b>	Korelasyon Katsayısı	1			
	Sig.				
	N	311			
<b>Bilişsel</b>	Korelasyon Katsayısı	0,832**	1		
	Sig.	0,000	0,000		
	N	311	311		
<b>Duygusal</b>	Korelasyon Katsayısı	0,919**	0,643**	1	
	Sig.	0,000	0,000		
	N	311	311	311	
<b>Araçsal</b>	Korelasyon Katsayısı	0,538**	0,264**	0,314**	1
	Sig.	0,000	0,000	0,000	
	N	311	311	311	311
** $p<0,01$ * $p<0,05$					

Çizelge 19’da iş değerleri ile işe adanmışlık ölçeklerinin arasındaki ilişkisinin değerlendirildiği korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Sonuçlara göre, iş değerleri ile işe adanmışlık arasında ( $r=0,261$ ; \*\* $p=.00<.01$ ) olumlu yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

**Çizelge 19.** İş Değerleri Ölçeği ve İşe Adanmışlık Ölçeği Korelasyon Analizi

		İŞE ADANMIŞLIK	İŞ DEĞERLERİ
İŞE ADANMIŞLIK	Korelasyon Katsayısı	1	
	Sig.		
	N	311	
İŞ DEĞERLERİ	Korelasyon Katsayısı	0,261**	1
	Sig.	0,000	
	N	311	311

Çizelge 20’de iş değerleri ölçeği faktörleri ile işe adanmışlık ölçeğinin birbirleriyle ilişkilerinin tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Buna göre turist rehberlerinin işe adanmışlıkları ile bilişsel iş değerleri ( $r=0,300$ ;  $p=.00<.01$ ) ve duygusal iş değerleri ( $r=0,251$ ;  $p=.00<.01$ ) arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülürken, işe adanmışlık ile araçsal iş değerleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

**Çizelge 20.** İş Değerleri Ölçeği Faktörleri İle İşe Adanmışlık Ölçeği Korelasyon Analizi

		İŞ DEĞERLERİ	Bilişsel	Duygusal	Araçsal
İŞE ADANMIŞLIK	Korelasyon Katsayısı	0,261**	0,300**	0,251**	-0,016
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,781
	N	311	311	311	311

\*\* $p<0,01$  \* $p<0,05$

#### 4.8. Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan istatistiksel yöntem regresyon analizidir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 241). Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkileri beta katsayısı ile ifade edilmektedir. Beta katsayısı yüksekse bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde yüksek etkiye sahip olduğu anlamına gelmektedir (Kozak, 2018, s. 139).

Çizelge 21’de yer alan regresyon analizi sonuçlarında,  $H_1$ ’in F değerinin (697,661)  $p=0,000$  düzeyinde anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir.  $R^2$  değerine bakıldığında bilişsel değerlerin, iş değerlerini %69,3 düzeyinde açıkladığı

saptanmıştır. Bilişsel değerlerin, iş değerleri üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir ( $R=0,832$ ;  $t=26,413$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Buna göre  $H_1$  desteklenmiştir.

**Çizelge 21.** Bilişsel Değerlerin İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları ( $H_1$ )

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	2,382	0,106		22,447	0,000
<b>Bilişsel</b>	0,589	0,22	0,832	26,413	0,000
<b>R</b>			0,832		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,693		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,692		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,38436		
<b>F</b>			697, 661		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İş Değerleri</b>					

Çizelge 22’de yer alan regresyon analizi sonuçlarında,  $H_2$ ’nin F değerinin (1673,798)  $p=0,000$  düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.  $R^2$  değerine bakıldığında duygusal değerlerin, iş değerlerini %84,4 düzeyinde açıkladığı saptanmıştır. Duygusal değerlerin, iş değerleri üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır ( $R=0,919$ ;  $t=40,912$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Buna göre  $H_2$  desteklenmiştir.

**Çizelge 22.** Duygusal Değerlerin İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları ( $H_2$ )

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	0,165	0,122		1,349	0,178
<b>Duygusal</b>	0,917	0,22	0,919	40,912	0,000
<b>R</b>			0,919		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,844		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,844		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,27387		
<b>F</b>			1673,798		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İş Değerleri</b>					

Çizelge 23’te yer alan regresyon analizi sonuçlarında,  $H_3$ ’ün F değerinin (126,033)  $p=0,000$  düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir.  $R^2$  değerine bakıldığında araçsal değerlerin, iş değerlerini %29 düzeyinde açıkladığı saptanmıştır.

Araçsal değerlerin, iş değerleri üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ( $R=0,538$ ;  $t=11,226$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Buna göre  $H_3$  desteklenmiştir.

**Çizelge 23.** Araçsal Değerlerin İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları ( $H_3$ )

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	3,713	0,130		28,554	0,000
<b>Araçsal</b>	0,293	0,026	0,538	11,226	0,000
<b>R</b>			0,538		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,290		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,287		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,58469		
<b>F</b>			126,033		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İş Değerleri</b>					

Çizelge 24'te yer alan regresyon analizi sonuçlarında,  $H_4$ 'ün F değerinin (22,535)  $p=0,000$  düzeyinde anlamlı olduğu saptanmıştır.  $R^2$  değerine bakıldığında işe adanmışlığın, iş değerlerini %6,8 düzeyinde açıkladığı saptanmıştır. İşe adanmışlığın, iş değerleri üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir ( $R=0,261$ ;  $t=4,747$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Buna göre  $H_4$  desteklenmiştir.

**Çizelge 24.** İş Değerlerinin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları ( $H_4$ )

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	2,083	0,385		5,415	0,000
<b>İş Değerleri</b>	0,353		0,261	4,747	0,000
<b>R</b>			0,261		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,068		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,065		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,90743		
<b>F</b>			22,535		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İşe Adanmışlık</b>					

Çizelge 25'te yer alan regresyon analizi sonuçlarında,  $H_5$ 'in F değerinin (22,535)  $p=0,000$  düzeyinde anlamlı olduğu göze çarpmaktadır.  $R^2$  değerine bakıldığında iş değerlerin, işe adanmışlığı %6,8 düzeyinde açıkladığı saptanmıştır. İş değerlerinin, işe adanmışlık üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir ( $R=0,261$ ;  $t=4,747$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Buna göre  $H_5$  desteklenmiştir.



**Çizelge 25.** İşe Adanmışlığın İş Değerleri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H<sub>5</sub>)

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	4,375	0,162		26,951	0,000
<b>İşe Adanmışlık</b>	0,192	0,041	0,261	4,747	0,000
<b>R</b>			0,261		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,068		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,065		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,66976		
<b>F</b>			22,535		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İş Değerleri</b>					

Çizelge 26'da yer alan regresyon analizi sonuçlarında, H<sub>6</sub>'nın F değerinin (30,660) p= 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. R<sup>2</sup> değerine bakıldığında bilişsel iş değerlerinin, işe adanmışlığı %9 düzeyinde açıkladığı tespit edilmiştir. Bilişsel iş değerlerinin, işe adanmışlık üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmaktadır. (R=0,300; t=5,537; p=0,000<0,05). Buna göre H<sub>6</sub> desteklenmiştir.

**Çizelge 26.** Bilişsel Değerlerin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H<sub>6</sub>)

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	2,552	0,247		10,314	0,000
<b>Bilişsel</b>	0,288		0,300	5,537	0,000
<b>R</b>			0,300		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,090		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,087		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,89651		
<b>F</b>			30,660		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İşe Adanmışlık</b>					

Çizelge 27'de yer alan regresyon analizi sonuçlarında, H<sub>7</sub>'nin F değerinin (20,849) p= 0,000 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. R<sup>2</sup> değerine bakıldığında duygusal iş değerlerinin, işe adanmışlığı %63 düzeyinde açıkladığı tespit edilmiştir. Duygusal iş değerlerinin, işe adanmışlık üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmaktadır. (R=0,251; t=4,566; p=0,000<0,05). Buna göre H<sub>7</sub> desteklenmiştir.

**Çizelge 27.** Duygusal Değerlerin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H<sub>7</sub>)

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	2,055	0,406		5,062	0,000
<b>Duygusal</b>	0,340		0,251	4,566	0,000
<b>R</b>			0,251		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,63		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,060		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,90974		
<b>F</b>			20,849		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: İşe Adanmışlık</b>					

Çizelge 28’de bulunan regresyon analizi sonuçlarında, H<sub>8</sub>’in F değerinin (0,077) p=0,781 düzeyinde olduğu görülmektedir. Buna göre, araçsal değerlerin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. (R=0,016; t=-0,278; p=0,781>0,05). Buna göre H<sub>8</sub> desteklenmemiştir.

**Çizelge 28.** Araçsal Değerlerin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları (H<sub>8</sub>)

	$\beta$	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
<b>Sabit</b>	3,950	0,209		18,897	0,000
<b>Araçsal</b>	-0,012		-0,016	-0,278	0,781
<b>R</b>			0,016		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,000		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			-0,03		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,93982		
<b>F</b>			0,077		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,781		
<b>Bağımlı Değişken: İşe Adanmışlık</b>					

Çizelge 29’da araştırmanın hipotezlerine ve bu hipotezlerin desteklenme durumlarına yer verilmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, iş değerleri faktörlerinin tümünün iş değerleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. En fazla etkiye sahip iş değerleri faktörünün duygusal değerler olduğu göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda hipotez 1,2 ve 3 desteklenmiştir. İşe adanmışlığın iş değerleri üzerinde daha yüksek etkiye sahip olduğu görülürken, iş değerlerinin de işe adanmışlık üzerinde düşük seviyede anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda hipotez 4 ve 5 desteklenmiştir. Bununla

birlikte bilişsel değerler ve duygusal değerlerin işe adanmışlık üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmakta ve işe adanmışlığı en çok etkileyen iş değerleri faktörünün duygusal değerler olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda hipotez 6 ve 7 desteklenirken, araçsal değerlerin işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığının tespit edilmesinden, hipotez 8 desteklenmemiştir.

**Çizelge 29.** Araştırma Hipotezlerinin Desteklenme Durumları

No	Hipotezler	Durumları
H <sub>1</sub>	Bilişsel değerler, turist rehberlerinin iş değerlerini etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>2</sub>	Duygusal değerler, turist rehberlerinin iş değerlerini etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>3</sub>	Araçsal değerler, turist rehberlerinin iş değerlerini etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>4</sub>	Turist rehberlerinin iş değerleri, işe adanmışlıklarını etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>5</sub>	Turist rehberlerinin işe adanmışlıkları, iş değerlerini etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>6</sub>	Bilişsel değerler, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarını etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>7</sub>	Duygusal değerler, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarını etkilemektedir.	<b>DESTEKLENDİ</b>
H <sub>8</sub>	Araçsal değerler, turist rehberlerinin işe adanmışlıklarını etkilemektedir.	<b>DESTEKLENMEDİ</b>

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Amacı, turist rehberlerinin iş değerlerinin işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi olan araştırmanın bu bölümünde, sonuç ve önerilere yer verilmektedir.

### 5.1. Sonuçlar

Gerçekleştirilen araştırma, turist rehberlerinin iş değerlerinin ile işe adanmışlıkları arasındaki ilişkiyi ve iş değerlerinin işe adanmışlık üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. İş değerleri ve işe adanmışlık konularına ilişkin alanyazın doğrultusunda, araştırmanın örneklemini içeren turist rehberlerinin araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan anket formlarına verdikleri cevaplar aracılığıyla verilere ulaşılmıştır. Bu verilere uygun analizler uygulanarak bulgular elde edilmiş ve birtakım sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmanın veri toplama aracı olan anket formu, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, iş değerleri ve işe adanmışlık düzeyleri ile ilgili bilgiler ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda ilk olarak katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine yönelik bulgulara bakıldığında, turist rehberlerini oluşturan çoğunluğun erkek olduğu göze çarpmaktadır. Genel olarak, turist rehberleri ile ilgili araştırmaların sonuçlarına bakıldığında erkek katılımcıların ağırlıkta olduğu gözlenmektedir. Bu durum mesleğin fiziksel anlamda yorucu, düzensiz çalışma saatlerine sahip ve sürekli hareket halinde olmayı gerektirmesi ile açıklanabilir.

Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin yanıtlarına bakıldığında çoğunluğun evli olduğu görülmektedir. Örneklemin yaş aralığının çoğunluğunu 26-35 yaş ve 36-45 yaş aralığından meydana gelmesi ve mesleği 5-9 ve 15 yıl ve üzeri süredir yerine getirdikleri göz önünde bulundurulduğunda, katılımcı turist rehberlerinin iş ile aile arasındaki dengeyi kurabildikleri söylenebilir. Bu doğrultuda araştırmanın sonuçlarının Dumanlı (2018) tarafından yapılan çalışma ile benzer olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında, çoğunluğun lisans düzeyinde eğitime sahip olduğu görülürken, lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların sayısının hiç de az olmadığı saptanmıştır. Lise mezunu turist rehberlerini ise 3 kişi oluşturmaktadır. Bu durumda turist rehberlerinin eğitim seviyelerinin yüksek olduğu

görülmektedir. Bu sonucun önceki araştırmalarla benzer olduğu göze çarpmaktadır (Ulusoy, 2017, s.106; Köroğlu, 2011, s.333).

Katılımcı turist rehberlerinin büyük bir çoğunlukla İngilizce dilinde mesleklerini icra ettikleri görülmektedir. İngilizcenin ardından sırasıyla Almanca ve Fransızca gelmektedir. Benzer sonuçlar Türkmen (2016) ve Dumanlı (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda da göze çarpmaktadır. Söz konusu dillerin turist rehberliği eğitiminde öncelikli olarak okutulması ve İngilizcenin evrensel bir dil olması sonucun nedenini açıklar niteliktedir.

Araştırma bulgularında yer alan, araştırmada kullanılan ölçeklerin ortalamalarına bakıldığında, iş değerleri ölçeğinin toplam ortalamasının 5,12 olarak, işe adanmışlık ölçeğinin toplam ortalamasının ise 3,89 olarak tespit edilmesi, katılımcıların iş değerlerinin ve işe adanmışlık düzeylerinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda turist rehberlerinin meslekteki konumlarını önemsediklerini, sorumluluk alıp bilgilerini paylaşmayı sevindiklerini ve mesleklerini icra ederken kendilerini mutlu hissettiklerini söylemek mümkündür. Turist rehberlerinin bilgi ve becerilerini işlerinde kullanmaya büyük önem vermelerinin yanı sıra, işlerinin anlamlı olmasının da oldukça önemsenen bir iş değeri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri (cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, yaş ve mesleki tecrübe) ile iş değerlerinin karşılaştırılmasına bakıldığında, cinsiyet, medeni durum, yaş ve mesleki tecrübe ile iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Ancak eğitim düzeyi ile iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir. Bu doğrultuda lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların, lisans düzeyinde eğitime sahip olanlara göre daha yüksek iş değerlerine sahip olduğu saptanmıştır. Benzer olarak, Bayar (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da katılımcıların cinsiyetleri, yaşları ve medeni durumları ile iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Çoban'ın (2011) çalışmasında da cinsiyet ile iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık görülmezken medeni durum, yaş ve eğitim düzeyleri ile iş değerleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların iş değerlerinin eğitim düzeyine göre farklılaşması, eğitim yaşamlarında mesleki bilgilerinin daha iyi sağlanması ile açıklanabilir.

Katılımcıların iş değerleri faktörleri ile sosyo-demografik özelliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin sonuçlar doğrultusunda, katılımcıların bilişsel iş değerleri ve araçsal iş değerleri ile yaşları arasında anlamlı bir farklılık görülürken, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve mesleki tecrübeleri ile anlamlı bir farklılıkları bulunmamaktadır. Buna göre 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların 26-35 ve 46-55 yaş aralığındaki katılımcılardan daha yüksek düzeyde bilişsel iş değerlerine sahip oldukları görülmektedir. Daha genç yaş grubundaki turist rehberlerinin daha fazla bilişsel iş değerine sahip olması kariyerlerini ilerletme ve meslekte uzmanlaşmayı önemsemeleri ile bağdaştırılabilir. Katılımcıların duygusal iş değerleri ile cinsiyet, medeni durum, yaş ve mesleki tecrübeleri arasında anlamlı bir farklılık görülmezken, lisansüstü programlardan mezun olanların, lisans mezunu olanlara göre daha yüksek düzeyde duygusal iş değerlerine sahip oldukları görülmektedir.

Araştırmada, değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmeyi amaçlayan korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında, iş değerleri ölçeğinin bütün faktörleri ile arasında anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu ortaya konmuştur. İş değerleri ölçeği ile en yüksek ilişkili faktörü duygusal iş değerlerinde, en düşük ilişkili faktörü ise araçsal iş değerlerinde görülmektedir. İş değerleri ile işe adanmışlık ölçeklerinin arasında düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca işe adanmışlık ölçeğinin, iş değerleri ölçeği faktörleri ile olan ilişkisine bakıldığında, işe adanmışlık ile en yüksek ilişki düzeyine sahip iş değerleri faktörü bilişsel iş değerleri iken araçsal iş değerleri ile işe adanmışlık arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlenmektedir.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarında, bilişsel, duygusal ve araçsal değerlerin, iş değerlerini anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir. İş değerlerini en yüksek düzeyde etkileyen boyutu, duygusal değerlerdir. İş değerleri ile işe adanmışlık karşılıklı olarak birbirlerini düşük düzeyde etkilemektedirler. Ayrıca bilişsel ve duygusal değerlerin, işe adanmışlığı düşük düzeyde etkilediği görülürken; araçsal değerlerin, işe adanmışlık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir.

Bu sonuçlar çerçevesinde turist rehberlerinin iş değerleri ile işe adanmışlık düzeylerinin birbirlerini etkilediği ve birbirleriyle ilişki içinde olduğu ifade edilebilmektedir. Turist rehberlerinin iş değerlerini ve işe adanmışlıklarını, duygusal

değerlerin büyük oranda etkilemesinin, bilgi birikimlerini aktarabilme imkanının yanında, mesleğin sosyal anlamda kendilerini geliştirmeye ve topluma faydalı olabilmeye olanak sağlaması ile ilişkili olduğu söylenebilir. Turist rehberleri için dikkatlerini çeken bir iş yapmalarıyla beraber, dışarıdan bakıldığında da bu mesleğin takdir edildiğini görmek ve dolayısıyla da kendilerini değerli hissetmek, sahip oldukları iş değerleri açısından büyük önem taşımaktadır. Sahip olunan tüm bu iş değerleri, turist rehberlerinin işlerinden memnun olmalarını ve ilham almalarını sağlayarak, kendilerini işlerine vermeye itmektedir. Araçsal değerlerin, işe adanmışlık düzeyleri üzerinde bir etkiye sahip olmaması ise turist rehberlerinin, mesleğin uzun çalışma saatleri ve fiziksel olarak yorucu olması gibi zorluklarıyla baş edebilmeleri ve bu güçlüklerle alışmış olmaları ile açıklanabilir.

## 5.2. Öneriler

Bu bölümde, turist rehberlerinin iş değerleri ve işe adanmışlıkları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmanın, elde edilen sonuçları doğrultusunda geliştirilen önerilerine yer verilmektedir.

**Kültür ve Turizm Bakanlığı'na, TUREB'e, seyahat acentalarına ve meslek kuruluşlarına öneriler;** Araştırmanın sonuçlarından ilk olarak demografik özellikler dikkate alındığında, turist rehberlerinin çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu göze çarpmaktadır. Buradan ve daha önceki araştırmalarda benzer sonuçlara ulaşılmışından da anlaşılacağı üzere, kadınlar meslekte daha az yer almaktadırlar. Bunun nedenleri olarak, mesleğin özelliklerinden olan fiziksel güce dayanması, sık sık seyahat etme gerekliliği ve uzun çalışma saatleri gösterilebilir. Kadınların meslekte daha fazla yer almalarının sağlanması için bazı düzenlemeler ve esneklikler sağlanmalıdır.

Turist rehberlerinin yaş dağılımlarında genç rehberlerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Mesleğin ileri yaş grubundaki bireylere zorluklar yaratabilecek belli başlı özellikleri, genç yaş grubundaki bireylerin bu mesleği yapmayı tercih etmelerini açıklar niteliktedir. Ancak ileri yaştaki deneyimli turist rehberleri mesleğin gelişimi ve niteliği açısından çok büyük öneme sahiptirler. Onların meslekteki yerlerinin devamlılığının sağlanabilmesi için öncelikle iş güvencelerinin

sağlama alınması ve emeklilik düzenlemelerinin yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Meslek içerisinde haksız rekabete yol açarak kaçak rehberlik yapanların önüne geçilmesi, bu durumun oluşturduğu tehditlerin ciddiyetinin anlaşılması, konu ile ilgili denetimlerin ve yaptırımların uygulanması gerektiği düşünülmektedir. Turist rehberlerinin, kaçak rehberlerle olan mücadelesine destek olacak uygulamalar gerçekleştirmek, iş değerlerini geliştirerek kendilerini işlerine daha çok adamalarına yardımcı olacaktır.

İşe adanmışlık söz konusu olduğunda, turist rehberlerinin fiziksel yönden de kendilerini iyi hissetmeleri ve dinç olmaları önem taşımaktadır. Bu noktada işverenlerin adil ve düşünceli yapıya sahip bir şekilde turist rehberlerinin iş yoğunluklarını dengelemeleri ve meslekte bazı özgür alanların oluşturularak, bağımsız hareket edebilmelerine olanak tanınmaları gerektiği düşünülmektedir.

**Eğitim kurumlarına öneriler;** Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, eğitim düzeyinin turist rehberlerinin iş değerlerini etkilediği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında eğitim düzeyi yüksek olan meslek mensuplarının, düşük olanlara göre daha fazla iş değerlerine sahip oldukları söylenebilir. Turist rehberliği eğitimlerinin birden çok parçaya bölünmesi, mesleğin kalitesini etkilediği gibi mesleği icra edenlerin iş değerlerini ve işe adanmışlıklarını da etkilemektedir. Ayrıca sertifika programlarını bitirerek mesleğe başlayan ve yeterli donanımına sahip olmayan turist rehberlerinin neden olduğu olumsuzlukların önüne geçilerek, eğitimin tek çatı altına alınması gerektiği düşünülmektedir.

Turist rehberlerinin büyük çoğunluğunun İngilizce dilinde mesleklerini icra ettikleri göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda eğitim kurumlarının, nadir dillerden eğitim verilmesinin sağlanması için harekete geçmesi faydalı olabilecektir. Turist rehberliği eğitim alanların, farklı dillere yönlendirilmesi ve birden çok yabancı dil öğrenmesinin teşvik edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bunun yanında turist rehberi adaylarının iş değerleri ve işe adanmışlıkları yüksek bireyler olmasını sağlamak amacıyla, ders içeriklerine öğrencileri mesleğe hazırlayan sunumların veya uygulamaların dahil edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.



**Turist rehberlerine öneriler;** Turizm sektörü içerisinde, ülke imajı için en büyük öneme sahip kişiler turist rehberleridir. Yaptıkları işin ilham verici olması, bilgi ve becerilerini en iyi şekilde karşı tarafa sunmaları için turist rehberlerinin kendilerini geliştirmeleri ve bilgi yönünden sürekli güncel tutmaları gerekmektedir.

Turist rehberlerinin, bilgi ve becerilerini mesleklerini icra ederken kullanabilmeleri, işte ilerleme ve kariyer yapma olanaklarını artırarak hem kendilerinin hem de mesleğin gelişimine destek olacak biçimde uzmanlaşmaya ve meslek içi eğitime önem ve öncelik vermeleri gerektiği düşünülmektedir. Böylece turist rehberleri, mesleki açıdan güçlü ve etkili bir noktada olarak topluma daha yararlı hale gelebileceklerdir.

**Gelecek araştırmalar için öneriler;** Turist rehberlerinin sahip oldukları iş değerlerini ve işe adanmışlık düzeylerinin tespit edilmesi, buna yönelik bakış açılarının geliştirilmesi turizm sektörü açısından öneme sahiptir. Bu doğrultuda ilerine yapılacak araştırmalarda, turist rehberlerinin iş değerleri ve işe adanmışlıkları farklı değişkenlerle ilişkilendirilebilir.

Bu çalışmadan hareketle, yalnızca turist rehberleri değil, turizm sektöründe farklı alanlarda mesleklere mensup bireylerin iş değerleri ve işe adanmışlıkları ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Bunun yanında iş değerleri ve işe adanmışlık ile yakın olan, örgütsel bağlılık, işkoliklik, örgütsel vatandaşlık gibi kavramlarla ilişkileri ortaya konulabilir.

## KAYNAKÇA

- Abelson, R. P., Frey, K. P. ve Gregg, A. P. (2004). *Experiments With People: Revelations From Social Psychology*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Acaray, A., ve Pelenk, S. E. (2018). İşe Adanmışlığın Güçlendirme İklimi ve Bireysel Performans ile İlişkisinin İncelenmesi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7 (5), 154-177.
- Afacan Fındıklı, M. M. (2012). *İş Değerleri Perspektifinde Yönetici-Çalışan Uyumu ve İş Tatmini ile Lider-Üye Etkileşimi Üzerine Türk Sağlık Sektöründe Bir Araştırma*. İstanbul: Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akçakanat, T., Uzunbacak, H. H. ve Acar, O. K. (2019). İnsan Kaynakları Yöneticilerinin İş Becerikliliklerinin İşe Adanmışlıkları Üzerine Etkisi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10 (17), 395-419.
- Albdour, A. A. ve Altaeawneh, I. I. (2014). Employee Engagement and Organizational Commitment: Evidence from Jordan. *International Journal of Business*, 19 (2), 192-212.
- Aldag, R. J. ve Brief, A. P. (1975). Some Correlates of Work Values. *Journal of Applied Psychology*, 60 (6), 757-760.
- Almeida, L. ve Pinto, H. R. (2005). Life Values Inventory: Portuguese Adaptation Studies. *Psychological Analysis*, 23 (2), 28-34.
- Ap, J. ve Wong, K. K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Arslan, Z. Ş. ve Yaşar, F. T. (2007). Yükselen Değer Kavramı Üzerine Eleştirel Bir Yaklaşım. *Dem Dergi*, 1 (1), 8-11.
- Aslantaş, M. (2016). *Yetenek Yönetiminin İşe Adanma, Performans ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Bankacılık Sektörü Örneği*. Diyarbakır: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atay, S. (2003). Türk Yönetici Adaylarının, Siyasal ve Dini Tercihleri ile Yaşam Değerleri Arasındaki İlişki. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 87-120.

- Attridge, M. (2009). Mesuring and Managing Employee Work Engagement: A Review of the Research and Business Literature. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 24 (4), 383-398.
- Aydın, M. (2003). Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 121-144.
- Aydın, M. (2011). Değerler, İşlevleri ve Ahlak. *Eğitime Bakış*, 7 (19), 39-45.
- Babcock-Roberson, M. E. ve Strickland, O. J. (2010). The Relationship Between Charismatic Leadership Work Engagement, and Organizational Citizenship Behaviors. *The Journal of Psychology*, 144 (3), 313-326.
- Bağrıyanık, H. (2016). Öğretmenlerin İş Değerleri ile Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14 (1), 69-84.
- Bakker, A. B. ve Bal, P. M. (2010). Weekly Work Engagement and Performance: A Study Among Starting Teachers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 189-206.
- Bakker, A. B. ve Demerouti, E. (2007). The Job Demands-Resources Model: State of the Art. *Journal of Managerial Psychology*, 22 (3), 309-328.
- Bakker, A. B. ve Demerouti, E. (2008). Towards a Model of Work Engagement. *Career Development International*, 13 (3), 209-223.
- Bakker, A. B., Demerouti, E. ve Xanthopoulou, D. (2012). How Do Engaged Employees Stay Engaged? *Ciencia and Trabajo*, 14, 15-21.
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P. ve Taris, T. W. (2008). Work Engagement: An Emerging Concept in Occupational Health Psychology. *Work and Stress: An International Journal of Work, Health and Organisations*, 22 (3), 187-200.
- Bal, E. A. (2009). Bir Pozitif Psikoloji Kavramı Olarak İşe Gönülden Adanma (Work Engagement) ve İnsan Kaynakları Açısından Önemi. Ö. Torlak, E. Erdemir, Ö. Uzun ve S. Çorbacıoğlu içinde, 17. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 546-552). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Yayınları.
- Baloğlu, M. ve Balgalmış, E. (2005). İlköğretim ve Ortaöğretim Yöneticilerinin Öz Değerlerinin Betimlenmesi: Tokat İli Örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 3 (10), 19-31.

- Basinska, B. A. ve Daderman, A. M. (2019). Work Values of Police Officers and Their Relationship With Job Burnout and Work Engagement. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-13.
- Bayar, L. S. (2015). *Sendikalı Çalışmanın İş Değerleri ve İş Davranışları Üzerindeki Etkisi*. İzmir: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayar, L. S. (2016). Demografik Faktörlerin İş Değerleri Üzerine Etkisi; İşçi Sendikaları Üzerine Bir Araştırma. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (1), 37-67.
- Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık. *Sayıştay Dergisi* (59), 125-139.
- Baysal, A. C. ve Paksoy, M. (1999). Mesleğe ve Örgüte Bağlılığın Çok Yönlü İncelemesinde Meyer-Allen Modeli. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 28 (1), 7-15.
- Beukman, T. L. (2005). *The Effect of Selected Variables on Leadership Behaviour Within the Framework of a Transformational Organisation Paradigm*. Pretoria: Doctor Comercii, University of Pretoria.
- Bezuidenhout, A. ve Cilliers, F. V. (2010). Burnout, Work Engagement and Sense of Coherence in Female Academics in Higher-Education Institutions in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology*, 36 (1), 1-10.
- Blau, G. (2001). On Assessing the Construct Validity of Two Multidimensional Constructs Occupational Commitment and Occupational Entrenchment. *Human Resource Management Review*, 11, 279-298.
- Bostancı, H. ve Ekiyor, A. (2015). Çalışanların İşe Adanmasının Örgüt İçi Girişimciliğe Etkisinin İncelenmesi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 1 (1), 37-51.
- Bozkurt, S. ve Doğan, A. (2013). İş Değerleri ile İş Etiği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *Business and Economic Research Journal*, 4 (4), 71-86.
- Breevaart, K., Bakker, A. B. ve Demerouti, E. (2014). Daily Self-Management and Employee Work Engagement. *Journal of Vocational Behaviour*, 84, 31-38.
- Britt, T. W. ve Bliese, P. D. (2003). Testing the Stress-Buffering Effects of Self Engagement Among Soldiers on a Military Operation. *Journal of Personality*, 71 (2), 245-266.

- Brown, D. (2002). The Role of Work and Cultural Values in Occupational Choice, Satisfaction and Success: A Theoretical Statement. *American Counseling Association*, 80, 48-56.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19 (4), 533-546.
- Burd, B. (2003). Work Values of Academic Librarians: Exploring the Relationships between Values, Job Satisfaction, Commitment and Intent to Leave. *Association of College and Research Libraries Eleventh National Conference*, 10-13.
- Burke, R. J., Koyuncu, M., Jing, W. ve Fiksenbaum, L. (2009). Work Engagement Among Hotel Managers in Beijing, China: Potential Antecedents and Consequences. *Tourism Review*, 64 (3), 4-18.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (22 b.). Ankara: Pegem Akademi.
- Cennamo, L. K. (2005). *Generational Differences in Work Values, Work-Related Outcomes and Person-Organisation Values Fit*. Albany, New Zealand: A Thesis Presented in Fulfillment of Requirements for the Degree of Master of Arts in Psychology at Massey University.
- Cevizci, A. (1999). *Paradigma Felsefe Sözlüğü* (3 b.). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Colff, J. J. ve Rothmann, S. (2009). Occupational Stress, Sense of Coherence, Coping, Burnout and Work Engagement of Registered Nurses in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology*, 35 (1), 1-10.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı* (9 b.). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Cropanzano, R. ve Mitchell, M. S. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31 (6), 874-900.
- Çalışkur, A. ve Aslan, A. E. (2013). Rokeach Değerler Envanteri ve Geçerlik Çalışması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (29), 81-105.
- Çoban, Ü. (2011). *İş Değerlerinin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinin Analizi ve Hemşireler Üzerinde Bir Uygulama*. İstanbul: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Deese, M. N. (2009). *Testing an Extension of the Job Demands-Resources Model: The Addition of Personal Resources as Mediators to the Resources-Engagement Relationship*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, The Graduate School of Clemson University.
- Değirmencioglu, Y. (2009). *Özel ve Resmi Ortaöğretim Kurumları ile Dershanelerde Çalışan Öğretmen ve Yöneticilerin İş Değerlerinin Çok Boyutlu Olarak İncelenmesi*. İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Jonge, J. d., Janssen, P. P. ve Schaufeli, W. B. (2001). Burnout and Engagement at Work as a Function of Demands and Control. *Scandinavian Journal of Work, Environment and Health*, 27 (4), 279-286.
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F. ve Schaufeli, W. B. (2001). The Job Demands-Resources Model of Burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86 (3), 499-512.
- Demirhan, M. F. ve Karaman, A. (2015). Akademisyenlerin Adalet ve Etik Algılarının Örgütsel Adanmışlıklara Etkisi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (4), 245-266.
- Devos, T., Spini, D. ve Schwartz, S. H. (2002). Conflicts Among Human Values and Trust in Institutions. *British Journal of Social Psychology*, 41, 481-494.
- Dicke, C., Holwerda, J. ve Katakos, A.-M. (2007). Employee Engagement: What Do We Really Know? What Do We Need to Know to Take Action A Collection of White Papers. *Center for Advanced Human Resource Studies*, 4-85.
- Dijk, T. V. (2003). Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım. B. Çoban ve Z. Özarslan içinde, *Söylem ve İdeoloji* (s. 13-109). İstanbul: Su Yayınları.
- Dumanlı, Ş. (2018). *Turist Rehberlerinin Stresle Başa Çıkma Tarzları ile Mizah Tarzları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*. Balıkesir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Duran, M. A., Extemera, N. ve Rey, L. (2010). Analyzing the Contribution of Emotional Intelligence and Core Self-Evaluations as Personal Resources to Employee Engagement. S. L. Albrecht içinde, *Handbook of Employee Engagement* (s. 209-217). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

- Ehrhart, M. G. (2004). Leadership and Procedural Justice Climate as Antecedents of Unit-Level Organizational Citizenship Behavior. *Personnel Psychology*, 57, 61-94.
- Elizur, D. (1984). Facets of Work Values: A Structural Analysis of Work Outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 69 (3), 379-389.
- Elizur, D. ve Koslowsky, M. (2001). Values and Organizational Commitment. *International Journal of Manpower*, 22 (7), 593-601.
- Elizur, D. ve Sagie, A. (1994). Facets of Human Values: Definition and Structure of Work Values and General Life Values. *Values and Work*. Tilburg: Work and Organization Research Centre.
- Elizur, D., Borg, I., Hunt, R. ve Beck, I. M. (1991). The Structure of Work Values: A Cross Cultural Comprasion. *Journal of Organizational Behavior*, 12, 21-38.
- Elmas Atay, S. (2017). Work Values Fit and Subjective Career Success: The Moderating Role of Work Engagement. *International Review of Management and*, 7 (3), 113-120.
- Emerson, R. M. (1976). Social Exchange Theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.
- Endirlik, H. (2019). *İşe Adanmışlığın Kişi-Örgüt Uyumu Üzerindeki Etkisi*. Kayseri: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- England, G. W. (1967). Personal Value Systems of American Managers. *Academy of Management*, 10 (1), 53-68.
- Eroğlu, E. (2015). Geçmişten Günümüze Sosyal Normlar. *Akademik Bakış Dergisi* (50), 299-308.
- Eşitti, B. (2016). *İş Değerlerinin İş-Aile-İş Çatışması, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetine Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma*. Çanakkale: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eşitti, B. (2018). Konaklama İşletmelerinde İş Değerlerinin İşten Ayrılma Niyetine Etkileri: İş-Aile-İş Çatışmasının Aracı Rolü. *Verimlilik Dergisi* (3), 235-257.
- Flores, R. P. (2016). Personality Dominant Values in Graphic Design Students in Their Educational Practice. *Higher Education Studies*, 6 (1), 101-109.
- Freudenberger, H. J. (1974). Staff Burn-Out. *Journal of Social Issues*, 30 (1), 159-165.

- Garson, D. (2012). Testing Statistical Assumptions. *Statistical Associates Publishing*, 1-54.
- George, R. (2003). Growth in Students' Attitudes About the Utility of Science Over the Middle and High School Years: Evidence From the Longitudinal Study of American Youth. *Journal of Science Education and Technology*, 12 (4), 439-448.
- Gibbins, K. ve Walker, I. (1993). Multiple Interpretations of the Rokeach Value Survey. *The Journal of Social Psychology*, 133 (6), 797-805.
- Gill, D. S. (2007). *Employee Selection and Work Engagement: Do Recruitment and Selection Practices Influence Work Engagement?* Manhattan, Kansas: Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kansas State University.
- Goh, Y.-K. ve Patrickson, M. (2012). Relating Personal Values to Work Engagement. *Australian and New Zealand Academy of Management*, 1-20.
- Gorievski, M. J., Bakker, A. B. ve Schaufeli, W. B. (2010). Work Engagement and Workaholism: Comparing the Self-Employed and Salaried Employees. *The Journal of Positive Psychology: Dedicated to Furthering Research and Promoting Good Practice*, 5 (1), 83-96.
- Göz, K. (2014). Toplumsal Değerler Bağlamında Yaşama Hürriyeti. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 85-101.
- Greenfield Jr, A. C., Norman, C. S. ve Wier, B. (2008). The Effect of Ethical Orientation and Professional Commitment on Earnings Management Behavior. *Journal of Business Ethics*, 83, 419-434.
- Güngör, E. (1998). *Değerler Psikolojisi Üzerinde Araştırmalar* (2 b.). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Halbesleben, J. R. (2011). The Consequences of Engagement: The Good, the Bad, and the Ugly. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20 (1), 68-73.
- Halbesleben, J. ve Wheeler, A. R. (2008). The Relative Roles of Engagement and Embeddedness in Predicting Job Performance and Intention to Leave. *Work & Stress: An International Journal of Work, Health and Organisations*, 22 (3), 242-356.
- Hallberg, U. E. ve Schaufeli, W. B. (2006). "Same Same" But Different? Can Work Engagement Be Discriminated from Job Involvement and Organizational Commitment? *European Psychologist*, 11 (2), 119-127.



- Haq, M. I., Farooqi, Y. A. ve Ahmad, M. (2016). The Relationship between Charismatic Leadership, Work Engagement, and Organizational Citizenship Behaviors and Job Responsibilities. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 21, 60-66.
- Hegney, D., Plank, A. ve Parker, V. (2006). Extinsic and Intrinsic Work Values: Their Impact on Job Satisfaction in Nursing. *Journal of Nursing Management*, 14, 271-281.
- Hobfoll, S. E., Johnson, R. J., Ennis, N. ve Jackson, A. P. (2003). Resource Loss, Resource Gain, and Emotional Outcomes Among Inner City Women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (3), 632-643.
- Homer, J. B. (1985). Worker Burnout: A Dynamic Model With Implications for Prevention and Control. *System Dynamics Review*, 1 (1), 42-62.
- Hrebiniak, L. G. ve Alutto, J. A. (1972). Personal and Role-Related Factors in the Development of Organizational Commitment. *Administrative Science Quarterly*, 17 (4), 555-573.
- Huang, S. S., Hsu, C. H. ve Chan, A. (2010). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 3-31.
- Hurka, S. J. (1980). Business Administration Students in Five Canadian Universities: A Study of Values. *The Canadian Journal of Higher Education*, 10 (1), 83-93.
- Johnson, K. (2005). On Fire or Burned Out. *Harvard University Goodwork Project Report Series*, 1-24.
- Judge, T. A. ve Bretz, R. D. (1992). Effects of Work Values on Job Choice Decisions. *Journal of Applied Psychology*, 77 (3), 261-271.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Erez, A. ve Locke, E. A. (2005). Core Self-Evaluations and Job and Life Satisfaction: The Role of Self-Concordance and Goal Attainment. *Journal of Applied Psychology*, 90 (2), 257-268.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar, Z. (2014). *Dünden Bugüne İnsanlar ve İnsanlar*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33 (4), 692-724.
- Kalleberg, A. L. (1977). Work Values and Job Rewards: A Theory of Job Satisfaction. *American Sociological Review*, 42 (1), 124-143.

- Kanter, R. M. (1968). Commitment and Social Organization: A Study of Commitment Mechanisms in Utopian Communities. *American Social Review*, 33 (4), 499-517.
- Kanungo, R. N. (1982). Measurement of Job and Work Involvement. *Journal of Applied Psychology*, 67 (3), 341-349.
- Karabatı, S. ve İşeri Say, A. (2005). Relating Work Values to Societal Values: Evidence from the Turkish Business Context. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 12 (2), 85-107.
- Karagonlar, G., Öztürk, E. B. ve Özmen, Ö. N. (2015). Çalışanın Örgütle Sosyal Mübadele Algısı ve İşten Ayrılma Niyeti: İşe Cezbolmanın ve Öz Yeterliliğin Rolü. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 42, 411-433.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (28 b.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kardeş Selimoğlu, S. ve Yeşilçelebi, G. (2014). Mesleki Aidiyetin Bağımsız Denetim Kalitesi Üzerine Etkisi: Bağımsız Denetçiler Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 27-52.
- Keleş, S. (2014). Aile Şirketlerinde Y Jenerasyonunun Öz Yeterlilik Algısı ve İşe Adanmışlık İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5 (11), 95-109.
- Klassen, P. T., Pomeroy, L. ve Hartman, R. S. (2009). The Values Index (The Why of Human Performance). *The Innermetrix Technical Manual*, 40-50.
- Kluckhohn, C. (1951). Values and Value-Orientations in the Theory of Action: An Exploration in Definition and Classification. T. Parsons ve E. A. Shills içinde, *Toward a General Theory of Action* (s. 388-433). Cambridge: Harvard University Press.
- Knoop, R. (1991). Achievement of Work Values and Participative Decision-Making. *Psychological Reports*, 775-781.
- Koca, A. İ. (2009). *Üniversite Öğrencilerinin Değerleri ve Bireysel Özellikleri ile Kariyer Tercihleri Arasındaki İlişki: Çukurova Üniversitesinde Bir Araştırma*. Adana: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kopelman, R. E., Rovenpor, J. L. ve Guan, M. (2003). The Study of Values: Construction of the Fourth Edition. *Journal of Vocational Behaviour*, 62, 203-220.

- Koppula, R. (2008). *Examining the Relationship Between Transformational Leadership and Engagement*. California: Master Degree Thesis, San Jose State University.
- Korkmaz Devrani, T. (2010). Kişisel Değerlerin Kuramsal Yapısı ve Pazarlamadaki Uygulamalar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5 (1), 49-70.
- Koroglu, O. ve Gezen, T. (2014). An Investigation To Determine The Work Values Of Tourism Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 131, 253-257.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri* (4 b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*. Balıkesir: Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, Ö. (2012). İçsel ve Dışsal İş Doyum Düzeyleri ile Genel İş Doyum Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (2), 275-289.
- Krech, D. ve Crutchfield, R. S. (1980). *Sosyal Psikoloji* (3 b.). İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Krulder, L. (2010). *The Empirical Distinctiveness of Workaholism and Work Engagement and their Relationship with Job Outcomes*. Utrecht: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Utrecht.
- Kubat, U. ve Kuruüzüm, A. (2010). İş Değerleri ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Yapısal Denklem Modelleme Yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (3), 487-505.
- Kuçuradi, I. (1971). *İnsan ve Değerleri* (1 b.). İstanbul: Yankı Yayınları.
- Kuruüzüm, A., Irmak, S. ve Çetin, E. İ. (2010). İşe Bağlılığı Etkileyen Faktörler: İmalat ve Hizmet Sektörlerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Bilgi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 53, 183-198.
- Kuvan, H. (2007). *Türk Girişimcilerin Yaşam ve Çalışma Değerleri: Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Isparta: Yayımlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Lanchman, R. ve Aranya, N. (1986). Evaluation of Alternative Models of Commitments and Job Attitudes of Professionals. *Journal of Occupational Behaviour*, 7, 227-243.
- Lee, S. M. (1971). An Empirical Analysis of Organizational Identification. *The Academy of Management Journal*, 14 (2), 213-226.
- Lefkowitz, J. (2017). *Ethics and Values in Industrial-Organizational Psychology*. New York: Routledge.
- Leiter, M. P. ve Bakker, A. B. (2010). Work Engagement: Introduction. M. P. Leiter, ve A. B. Bakker içinde, *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (s. 1-9). Hove, East Sussex: Psychology Press.
- Libano, M. D., Llorens, S., Salanova, M. ve Schaufeli, W. (2010). Validity of a Brief Workaholism Scale. *Psicothema*, 22 (1), 143-150.
- Little, L. M., Nelson, D. L., Wallace, J. C. ve Johnson, P. D. (2011). Integrating Attachment Style, Vigor at Work and Extra Role Performance. *Journal of Organizational Behaviour*, 32, 464-484.
- Lord, A. T. ve DeZoort, F. T. (2001). The Impact of Commitment and Moral Reasoning on Auditors' Responses to Social Influence Pressure. *Accounting, Organizations and Society*, 26, 215-235.
- Luthans, F. (2002). The Need for and Meaning of Positive Organizational Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.
- Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2007). Emerging Positive Organizational Behavior. *Journal of Management*, 33 (3), 321-349.
- Lyons, S. (2003). *An Exploration of Generational Values in Life and at Work*. Canada: Unpublished Doctoral Dissertation, Carleton University.
- Lyons, S. T., Duxbury, L. E. ve Higgins, C. A. (2006). A Comparison of the Values and Commitment of Private Sector, Public Sector, and Parapublic Secyor Employees. *Public Administration Review*, 66 (4), 605-618.
- Makikangas, A., Schaufeli, W., Tolvanen, A. ve Feldt, T. (2013). Engaged Managers are Not Workaholics: Evidence From a Longitudinal Personcentered Analysis. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 29, 135-143.
- Mardin, Ş. (1997). *İdeoloji* (4 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (1 b.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Maslach, C. ve Jackson, S. E. (1981). The Measurement of Experienced Burnout. *Journal of Occupational Behaviour*, 2, 99-113.

- Maslach, C. ve Leiter, M. P. (2016). Burnout. G. Fink içinde, *Stress: Concepts, Cognition, Emotion and Behavior* (s. 351-356). Cambridge: Academic Press.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B. ve Leiter, M. P. (2001). Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422.
- Maslow, A. (2001). *İnsan Olmanın Psikolojisi*. İstanbul: Kuraldışı Yayıncılık.
- Mauno, S., Kinnunen, U. ve Ruokolainen, M. (2007). Job Demands and Resources as Antecedents of Work Engagement: A Longitudinal Study. *Journal of Vocational Behaviour*, 70, 149-171.
- McMillan, L. H., ve O'Driscoll, M. P. (2004). Workaholism and Health Implications for Organizations. *Journal of Organizational Change Management*, 17 (5), 509-519.
- Meglino, B. M. ve Ravlin, E. C. (1998). Individual Values in Organizations: Concepts, Controversies, and Research. *Journal of Management*, 24 (3), 351-389.
- Merdan, E. (2013). Beş Faktör Kişilik Kuramı ile İş Değerleri İlişkisinin İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* (7), 140-159.
- Meriç, E., Öztürk Çiftçi, D. ve Yurtal, F. (2019). Algılanan Örgütsel Destek ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27 (1), 65-74.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. ve Smith, C. A. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78-4, 538-551.
- Mok, C., Rine, R. ve Pizam, A. (1998). Work Values of Chinese Hotel Managers. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 21 (3), 1-16.
- Morrow, P. C. (1983). Concept Redundancy in Organizational Research: The Case of Work Commitment. *Academy of Management Review*, 8 (3), 486-500.
- Nauhton, T. J. (1987). A Conceptual View of Workaholism and Implications for Career Counseling and Research. *The Career Development Quarterly*, 180-187.
- O'Brien, G. ve Humphrys, P. (1982). The Effects of Congruency Between Work Values and Perceived Job Attributes Upon the Job Satisfaction of Pharmacists. *Australian Journal of Psychology*, 34 (1), 99-101.

- Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time. *Human Performance*, 10 (2), 85-97.
- Öngöre, Ö. (2013). İşle Bütünleşme Ölçeği Türkçe Formunun Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 50.
- Öntaş, T. (2016). İdeolojinin Kültürel Yorumu Olarak Değerler ve Bir Değerler İdeolojisi Olarak Muhafazakârlık. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 14 (31), 159-185.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Üniversite Öğrencilerinin Bazı Demografik Özellikleri ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (20), 117-135.
- Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007). Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (28), 1-20.
- Özensel, E. (2003). Sosyolojik Bir Olgusu Olarak Değer. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 217-239.
- Özer, Ö., Saygılı, M. ve Uğurluoğlu, Ö. (2015). Sağlık Çalışanlarının İşe Cezbolma Düzeylerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Araştırma. *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3 (3), 261-272.
- Özkalp, E. ve Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker Tarafından Geliştirilmiş Olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçede Güvenilirlik ve Geçerliliğinin Analizi. *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17 (3), 4-19.
- Özkul, A. S. (2007). *Yaşam ve Çalışma Değerlerini Etkileyen Faktörler: SDÜ Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Isparta: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Paek, S., Schucker, M., Kim, T. T. ve Lee, G. (2015). Why is Hospitality Employees' Psychological Capital Important? The Effects of Psychological Capital on Work Engagement and Employee Morale. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 9-26.
- Papanastasiou, C. (2002). School, Teaching and Family Influence on Student Attitudes Toward Science: Based on Timss Data For Cyprus. *Studies in Educational Evaluation*, 28, 71-86.

- Polat, B. (2019). *Sağlık Kurumlarında Kişisel Değerlerin Mesleki Bağlılığa Etkisi*. Sivas: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Porter, G. (1996). Organizational Impact of Workaholism: Suggestions for Researching the Negative Outcomes of Excessive Work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1 (1), 70-84.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. ve Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59 (5), 603-609.
- Putra, E. D., Cho, S. ve Liu, J. (2016). Extrinsic and Intrinsic Motivation on Work Engagement in the Hospitality Industry: Test of Motivation Crowding Theory. *Tourism and Hospitality Research*, 17 (2), 228-241.
- Ravlin, E. C. ve Meglino, B. M. (1987). Effect of Values on Perception and Decision Making: A Study of Alternative Work Values Measures. *Journal of Applied Psychology*, 72 (4), 666-673.
- Rich, B. L., Lepine, J. A. ve Crawford, E. R. (2010). Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance. *Academy of Management Journal*, 53 (3), 617-635.
- Rehber İstatistikleri. (2020). Web: <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>. Erişim: 12 Nisan 2020.
- Roberts, D. R. ve Davenport, T. O. (2002). Job Engagement: Why It's Important and How to Improve It. *Employment Relations*, 24 (3), 21-29.
- Robinson, D., Perryman, S. ve Hayday, S. (2004). *The Drivers of Employee Engagement Report*. UK: Institute for Employment Studies.
- Rokeach, M. (1968). The Role of Values in Public Opinion Research. *The Public Opinion Quarterly*, 32 (4), 547-559.
- Ros, M., Schwartz, S. H. ve Surkiss, S. (1999). Basic Individual Values, Work Values and the Meaning of Work. *Applied Psychology: An International Review*, 48 (1), 49-71.
- Runhaar, P., Sanders, K. ve Konermann, J. (2013). Teachers' Work Engagement: Considering Interaction with Pupils and Human Resources Practices as Job Resources. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 2017-2030.

- Rurkkhumi, S. ve Bartlett, K. R. (2012). The Relationship Between Employee Engagement and Organizational Citizenship Behaviour in Thailand. *Human Resource Development International*, 15 (2), 157-174.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and Consequences of Employee Engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21 (7), 600-619.
- Salanova, M. ve Bakker, A. B. (2008). A Cross-National Study of Work Engagement as a Mediator Between Job Resources and Proactive Behaviour. *The International Journal of Human Resource Management*, 19 (1), 116-131.
- Salanova, M., Agut, S. ve Peiro, J. M. (2005). Linking Organizational Resources and Work Engagement to Employee Performance and Customer Loyalty: The Mediation of Service Climate. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), 1217-1227.
- Schaufeli, W. B. (2013). What is Engagement? C. Truss, K. Alfes, R. Delbridge, A. Shantz ve E. Soane içinde, *Employee Engagement in Theory and Practice*. (s. 15-35). London: Routledge.
- Schaufeli, W. B. ve Bakker, A. B. (2004a). Job Demands, Job Resources and Their Relationship with Burnout and Engagement: A Multi-Sample Study. *Journal of Organizational Behaviour*, 25, 293-315.
- Schaufeli, W. B. ve Bakker, A. B. (2010). Defining and Measuring Work Engagement: Bringing Clarity to the Concept. A. B. Bakker ve M. P. Leiter içinde, *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (s. 10-24). Hove, East Sussex: Psychology Press.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B. ve Salanova, M. (2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 66 (4), 701-716.
- Schaufeli, W. B., Martinez, I. M., Pinto, A. M., Salanova, M. ve Bakker, A. B. (2002). Burnout and Engagement in University Students. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33, 464-481.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzales-Roma, V. ve Bakker, A. B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W. ve Rhenen, W. V. (2008). Workaholism, Burnout, and Work Engagement: Three of a Kind or Three Different Kinds of Employee Well-being? *Applied Psychology: An International Review*, 57 (2), 173-203.



- Schaufeli, W. ve Bakker, A. (2004b). *Utrecht Work Engagement Scale: Preliminary Manual*. Utrecht University, Department of Psychology.
- Schreurs, B., Van Emmerik, I. H. ve Van den Broeck, A. (2014). Work Values and Work Engagement Within Teams: The Mediating Role of Need Satisfaction. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 18 (4).
- Schwartz, S. H. (1999). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *Applied Psychology: An International Review*, 48 (1), 23-47.
- Schwartz, S. H. (2006). Basic Human Values: Theory, Measurement, and Applications. *Revue Française de Sociologie*, 47 (4).
- Schwartz, S. H. (2010). Basic Values: How They Motivate and Inhibit Prosocial Behaviour. M. Mikulincer ve P. R. Shaver içinde, *Prosocial Motives, Emotions, and Behavior: The Better Angels of Our Nature* (s. 221-241). Washington, DC: American Psychological Association.
- Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2 (1), 1-20.
- Schwartz, S. H. ve Sagiv, L. (1995). Identifying Culture-Specifics in the Content and Structure of Values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26 (92), 92-116.
- Scott, K. S., Moore, K. S. ve Miceli, M. P. (1997). An Exploration of the Meaning and Consequences of Workaholism. *Human Relations*, 50 (3), 287-314.
- Seligman, M. E. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology: An Introduction. *American Psychologist*, 55 (1), 5-14.
- Sheldon, M. E. (1971). Investments and Involvements as Mechanisms Producing Commitment to the Organization. *Administrative Science Quarterly*, 16 (2), 143-150.
- Shraga, O. ve Shirom, A. (2009). The Construct Validity of Vigor and Its Antecedents: A Qualitative Study. *Human Relations*, 62 (2), 271-291.
- Shuck, B. ve Reio Jr, T. G. (2014). Employee Engagement and Well-Being: A Moderation Model and Implications for Practice. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 21 (1), 43-58.
- Shuck, B. ve Wollard, K. (2010). Employee Engagement and HRD: A Seminal Review of the Foundations. *Human Resource Development Review*, 9 (1), 89-110.
- Snir, R. ve Harpaz, I. (2004). Attitudinal and Demographic Antecedents of Workaholism. *Journal of Organizational Change Management*, 17, 520-536.

- Sonnentag, S. (2003). Recovery, Work Engagement, and Proactive Behavior: A New Look at the Interface Between Nonwork and Work. *Journal of Applied Psychology*, 88 (3), 518-528.
- Super, D. E. (1962). The Structure of Work Values in Relation to Status, Achievement, Interests and Adjustment. *Journal of Applied Psychology*, 46 (4), 231-239.
- Şahin, A. (2004). Yönetim Kuramları ve Motivasyon İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (11), 523-547.
- Şerif, M. (1985). *Sosyal Kuralların Psikolojisi* (1 b.). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Taris, R. ve Feij, J. A. (2001). Longitudinal Examination of the Relationship Between Supplies-Values Fit and Work Outcomes. *Applied Psychology: An International Review*, 50 (1), 52-80.
- Taris, T. W., Schaufeli, W. B. ve Shimazu, A. (2010). The Push and Pull of Work: The Differences Between Workaholism and Work Engagement. A. B. Bakker ve M. Leiter içinde, *Work Engagement: A Handbook of Essential Theory and Research* (s. 39-53). New York, NY, US: Psychology Press.
- Taş, A. (2010). Öğretmenlerin İş Değerlerinin Örgütsel Adalet Algılarına Etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (27), 211-222.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)*. Balıkesir: Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Thome, H. (2015). Values, Sociology of. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 24, 47-53.
- Turner, N., Barling, J. ve Zacharatos, A. (2002). Positive Psychology at Work. C. R. Snyder ve S. J. Lopez içinde, *Handbook of Positive Psychology* (s. 715-728). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Tuulik, K., Öunapuu, T., Kuimet, K. ve Titov, E. (2016). Rokeach's Instrumental and Terminal Values as Description of Modern Organisation Values. *International Journal of Organizational Leadership*, 5, 151-161.
- Türkay, O. ve Akgöz, E. (2016). Yaşam Değerleri ile İş Değerleri Arasındaki Etkileşim: Otel Çalışanları Örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 7 (14), 147-164.
- Türk Dil Kurumu. (2020). Web: <https://sozluk.tdk.gov.tr/> Erişim: 12 Ocak 2020

- Türkmen, M. T. (2016). *Turist Rehberlerinin Duygusal Zeka Yetenekleri ile Liderlik Davranışları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Balıkesir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman, B. J. ve Lance, C. E. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic Values Decreasing. *Journal of Management*, 36 (5), 1117-1142.
- Ulusoy, H. (2017). *Turist Rehberlerinin Kültürel Zeka Düzeyi ve Özyeterlilik İnançlarının Hizmet Sunumuna Etkisi*. Balıkesir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uncuoğlu Yolcu, İ. ve Çakmak, A. F. (2017). Proaktif Kişilik ile Proaktif Çalışma Davranışı Arasındaki İlişkide İşe Gönülden Adanmanın Aracı Etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 5 (4), 76-96.
- UNWTO, World Tourism Organisation. (2020). *World Tourism Barometer*, 18 (1), 1-6.
- Uyan, G. (2002). *Öğretmenlerin İş Değerleri, Kişilik Özellikleri ve İş Tatminleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: MEB'e Bağlı Resmi ve Özel Eğitim Kurumlarında Gerçekleştirilen Bir Araştırma*. İstanbul: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü.
- Uyguç, N. (2003). Cinsiyet, Bireysel Değerler ve Meslek Seçimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 93-103.
- Uysal, B., Özçelik, G. ve Uyargil, C. (2018). Bireysel İş Yapılandırmanın Sonuçları: Bireysel İş Yapılandırmanın Psikolojik Sermaye ve İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16 (32), 651-666.
- Uysal, Y. (2015). *Öğretmenlerin Kişilik Özelliklerinin İş Değerleri Üzerine Etkisi*. Ankara: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ürü Sanı, F. O., Çalışkan, S. C., Atan, Ö. ve Yozgat, U. (2013). Öğretim Üyelerinin Hizmetkar Liderlik Davranışları ve Ardılları Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 13 (1), 63-82.
- Vaananen, A., Toppinen-Tanner, S., Kalimo, R., Mutanen, P., Vahtera, J. ve Peiro, J. M. (2003). Job Characteristics, Physical and Psychological Symptoms, and

- Social Support as Antecedents of Sickness Absence Among Men and Women in the Private Industrial Sector. *Social Science and Medicine*, 57, 807-824.
- Van Wijhe, C. I., Peeters, M. C. ve Schaufeli, W. B. (2011). To Stop or Not to Stop, That's the Question: About Persistence and Mood of Workaholics and Work Engaged Employees. *International Journal of Behavioral Medicine*, 18, 361-372.
- Veljković, B. (2015). Tourism Students-Work Values and Communicative Skills. *Informatologia*, 48 (1), 1-11.
- Vurgun, L. ve Öztop, S. (2011). Yönetim ve Örgüt Kültüründe Değerlerin Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (3), 217-230.
- White, C. (2005). The Relationship between Cultural Values and Individual Work Values in the Hospitality Industry. *International Journal of Tourism Research*, 7, 221-229.
- WFTGA- World Federation of Tourist Guide Associations. (2019). What is a Tourist Guide? Web: <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>. Erişim: 25 Kasım 2019.
- Wollack, S., Goodale, J. G. ve Wijting, J. P. (1971). Development of the Survey of Work Values. *Journal of Applied Psychology*, 55 (4), 331-338.
- Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Demerouti, E. ve Schaufeli, W. B. (2009). Reciprocal Relationships Between Job Resources, Personal Resources, and Work Engagement. *Journal of Vocational Behavior*, 74, 235-244.
- Yeh, C. M. (2013). Tourism Involvement, Work Engagement and Job Satisfaction Among Frontline Hotel Employees. *Annals of Tourism Research*, 42, 214-239.
- Zhang, H. Q. ve Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25, 81-91.

## EKLER

### Ek- 1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,	
Bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin iş değerleri ve işe adanmışlık düzeylerine ilişkin görüş ve düşüncelerini ortaya koymaktır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar tarafımızca gizli tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı kullanılacaktır.	
Bu anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm kişisel bilgilerin elde edilmesi amacıyla hazırlanan sorulardan, ikinci bölüm ise turist rehberlerinin işe adanmışlık düzeylerinin belirlenmesine ilişkin ifadelerden, üçüncü bölüm ise turist rehberlerinin iş değerleri hakkındaki görüş ve düşüncelerini belirleme amacıyla hazırlanan ifadelerden meydana gelmektedir.	
Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için soruları samimi ve doğru yanıtlamanız gerekmektedir. İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.	
<b>İpek ASMAİLİ</b> Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	<b>Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU</b> Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi

1. Cinsiyet	Kadın ( )	Erkek ( )				
2. Medeni Durum	Evli ( )	Bekâr ( )				
3. Eğitim Düzeyi	Lise ( )	Önlisans ( )	Lisans ( )	Lisansüstü ( )		
3. Yaş	18-25 ( )	26-35 ( )	36-45 ( )	46-55 ( )	56-65 ( )	66 ve üzeri ( )
4. Mesleki Tecrübe	1 yıldan az ( )	1-4 yıl ( )	5-9 yıl ( )	10-14 yıl ( )	15 yıl ve üstü ( )	
5. Yabancı Diliniz	İngilizce ( )	Almanca ( )	Rusça ( )	Fransızca ( )	Diğer ..... ( )	
	Portekizce ( )	Japonca ( )	Çince ( )	İtalyanca ( )		

NO	İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	İşimi yaparken kendimi çok enerjik hissedirim.	1	2	3	4	5
2.	İşimi yaparken kendimi güçlü ve dinç hissedirim.	1	2	3	4	5
3.	Sabah uyandığımda işe gitme isteği duyuyorum.	1	2	3	4	5
4.	İşim bana coşku veriyor.	1	2	3	4	5
5.	İşim bana ilham veriyor.	1	2	3	4	5
6.	Yaptığım işten gurur duyuyorum.	1	2	3	4	5
7.	Yoğun bir şekilde çalışırken kendimi mutlu hissediyorum.	1	2	3	4	5
8.	İşe gömülmüş durumdayım.	1	2	3	4	5
9.	Çalışırken kendimden geçiyorum.	1	2	3	4	5

NO	İFADELER	Çok Önemsiz	Önemsiz	Biraz Önemsiz	Biraz Önemli	Önemli	Çok Önemli
1.	Kariyer veya işte ilerleme imkânı.	1	2	3	4	5	6
2.	İş yerinde geri bildirimde sahip olma.	1	2	3	4	5	6
3.	Meslekteki konumum, mevkiim.	1	2	3	4	5	6
4.	Başarılı olmak.	1	2	3	4	5	6
5.	Yaptığım işin ilgi çekici olması.	1	2	3	4	5	6
6.	İşimin benim için anlamlı olması.	1	2	3	4	5	6
7.	İşin bireysel gelişme fırsatı sunması.	1	2	3	4	5	6
8.	Bilgi ve becerimi işimde kullanmak.	1	2	3	4	5	6
9.	Sorumluluk almak.	1	2	3	4	5	6
10.	Toplum yararlı olmak.	1	2	3	4	5	6
11.	İşimde bağımsız hareket edebilmek.	1	2	3	4	5	6
12.	Acentanın ünlü, tanınan bir acenta olması.	1	2	3	4	5	6
13.	Uzman olmam ve bu şekilde tanınmam.	1	2	3	4	5	6
14.	Güç sahibi ve etkili bir kişi olmak.	1	2	3	4	5	6
15.	İyi bir iş yapıyor olarak tanınmak.	1	2	3	4	5	6
16.	Çalışma arkadaşlarımla uyumlu olmaları.	1	2	3	4	5	6
17.	İş yerinde değerli olduğumu hissetmek.	1	2	3	4	5	6
18.	Çeşitli insanlarla tanışmak.	1	2	3	4	5	6
19.	Acenta yöneticilerinin adil ve düşünceli olması.	1	2	3	4	5	6
20.	Aldığım maaş miktarı.	1	2	3	4	5	6
21.	Elde ettiğim maaş dışı imkânlar.	1	2	3	4	5	6
22.	İş güvencesi.	1	2	3	4	5	6
23.	Uygun çalışma saatleri.	1	2	3	4	5	6
24.	İş ortamının fiziksel koşulları.	1	2	3	4	5	6



## Ek-2 Ölçek İzinleri

Kimden: eozkalp 12:29  
Kime: İPEK ASMADİLİ

Benim için çok hiç sorun değil lütfen birde Bilçin Hoca ile görüşün.Başarılar dilerim.Enver Özkalp

Samsung Galaxy akıllı telefonumdan gönderildi.

Kimden: İPEK ASMADİLİ 12:26  
Kime: eozkalp

Merhaba Sayın Hocam,  
Ben Balıkesir Üniversitesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı yüksek lisans öğrencisi İpek Asmadili, "Turist Rehberlerinde İş Değerleri ve İşe Adanmışlık İlişkisi" konulu tez çalışmam için, eğer izniniz olursa, kaynak göstermek koşuluyla sizin çevirisini yapmış olduğunuz İşe Angaje Olma Ölçeği'ni kullanmak istiyoruz. İzniniz olup olmadığını yazılı olarak belirtmeniz bizi çok mutlu edecektir. Teşekkür eder, iyi çalışmalar dilerim.

Kimden: btak 19:22  
Kime: İPEK ASMADİLİ

Memnuniyetle kullanabilirsiniz .  
Başarılar  
Bilçin

Kimden: İPEK ASMADİLİ 03 Mart  
Kime: btak

Merhaba Sayın Hocam,  
Ben Balıkesir Üniversitesi Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı yüksek lisans öğrencisi İpek Asmadili, "Turist Rehberlerinde İş Değerleri ve İşe Adanmışlık İlişkisi" konulu tez çalışmam için, eğer izniniz olursa, kaynak göstermek koşuluyla sizin çevirisini yapmış olduğunuz İşe Angaje Olma Ölçeği'ni kullanmak istiyoruz. İzniniz olup olmadığını yazılı olarak belirtmeniz bizi çok mutlu edecektir. Teşekkür eder, iyi çalışmalar dilerim.