



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2024, 8(3): 169-189.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1440](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1440)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turist Rehberi Adaylarının Kariyer Kararları ve Mesleğe Yönelik Tutumları*

Burak AYYILDIZ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, e-posta: burakay095@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5300-633X>

Doç. Dr. Sevda BİRDİR, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, e-posta: birdirss@mersin.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-5837>

Öz

Çalışmanın amacı, turist rehberi adaylarının kariyer kararlarının ve mesleğe yönelik tutumlarının demografik değişkenler açısından farklılık farklılaşmadığının tespiti ve kariyer kararlarının mesleğe yönelik tutumlarına etkisinin belirlenmesidir. Anket, çevrimiçi ortamda uygulanmıştır. Toplamda, 385 anket elde edilmiştir. Veriler için ortalama, standart sapma, t-testi, ANOVA, regresyon ve faktör analizi tekniklerinden yararlanılmıştır. Bulgulara göre, turist rehberi adaylarının, kariyer kararlarının aylık gelir ve sınıf değişkenlerine bağlı olarak anlamlı farklılıklara sahip oldukları belirlenirken cinsiyet ve yaş değişkenine göre anlamlı farklılıklar saptanmamıştır. Buna ek olarak, mesleğe yönelik tutumları aylık gelir değişkenine bağlı olarak anlamlı farklılık gösterirken, cinsiyet, yaş ve sınıf değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar göstermemektedir. Diğer bir bulguya göre, turist rehberi adaylarının kariyer kararının, turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları üzerindeki etkisi anlamlıdır. Diğer taraftan, bilinçli kariyer kararının mesleki tutum üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, kariyer kararının diğer alt boyutları bilinçsiz kariyer kararı ve çevresel etmenler değişkenlerinin, mesleki tutum üzerinde anlamlı oldukları fakat bu etkinin olumsuz olduğu tespit edilmiştir.

* Burak Ayyıldız'ın yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

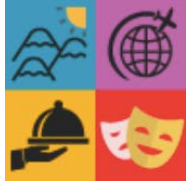
Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi Adayı, Kariyer Kararı, Mesleğe Yönelik Tutumlar.

Makale Gönderme Tarihi: 23.05.2024

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2024

Önerilen Atıf:

Ayyıldız, B. ve Birdir, S. (2024). Turist Rehberi Adaylarının Kariyer Kararları ve Mesleğe Yönelik Tutumları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(3): 169-189.



Journal of Turkish Tourism Research

2024, 8(3): 169-189.

DOI: [10.26677/TR1010.2024.1440](https://doi.org/10.26677/TR1010.2024.1440)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Career Decision and Attitudes Towards the Profession of Tourist Guide Candidates

Burak AYYILDIZ, MSc. Student, Mersin University, Institute of Social Sciences, Mersin, e-mail:

burakay095@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5300-633X>

Associate Prof. Dr. Sevda BİRDİR, Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin, e-mail:

birdirss@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-5837>

Abstract

The aim of the study is to determine whether tourist guide candidates' career decisions and attitudes towards the profession differ in terms of demographic variables and to determine the effect of career decisions on their attitudes towards the profession. The questionnaire was administered online. In total, 385 questionnaires were obtained. Mean, standard deviation, t-test, ANOVA, regression and factor analysis techniques were used for the data. According to the findings, while it was determined that the career decisions of tourist guide candidates had significant differences depending on monthly income and class variables, no significant differences were found according to gender and age variables. In addition, while attitudes towards the profession differ significantly depending on the income status variable, they do not differ significantly according to gender, age and class variables. According to another finding, the effect of tourist guide candidates' career decision on their attitudes towards the tourist guiding profession was significant. On the other hand, it was found that conscious career decision has a significant and positive effect on professional attitude. Finally, the other sub-dimensions of career decision, unconscious career decision and environmental factors, were found to be significant on vocational attitude, but this effect was found to be negative.

Keywords: Tourist Guide Candidate, Career Decision, Attitude Towards Profession.

Received: 23.05.2024

Accepted: 01.09.2024

Suggested Citation:

Ayyıldız, B. and Birdir, S. (2024). Career Decision and Attitudes Towards the Profession of Tourist Guide Candidates, *Journal of Turkish Tourism Research*, 8(3): 169-189.

GİRİŞ

Turizm sektörü birbirinden farklı birçok meslek dalını içermektedir. Bu meslek dalları birbiriyle doğrudan ya da dolaylı bir şekilde ilişki içerisindedir (Walker, 2011). Turist rehberliği mesleği de bu meslek dallarından biridir. Bir turist rehberi, turun başlangıcından bitimine kadar geçen süreçte verilen en minimal görevden en maksimum göreve kadar sorumluluğu elinde tutarak önüne çıkabilecek çeşitli sorunlara karşı hazırlıklı olmalıdır. Bireysel ya da kitle turu ayırt etmeksizin disiplinli bir kişilik ile hizmet sunmalıdır. Bulunduğu ülkeyi, bilgisi, görünüşü ve konuşmasıyla beraber temsil eden ve kültür elçileri olarak nitelendirilen turist rehberleri çok yönlü olmalıdırlar (Yenipınar ve Zorkirişci, 2013).

Turist rehberliği mesleğinde kendini geliştirerek kariyer yapmak isteyen bir bireyin ilk olarak, mesleğe ilişkin tutumlarının olumlu yönde olması gerekmektedir. Bu tutumların doğal bir sonucu olarak bireyin kariyer yapma isteği mesleğe girişiminde kayda değer bir rol oynamaktadır ve kendilerini örnek alan turist rehberi adayları için olumlu bir bakış açısı sağlayabilmektedir (Richardson, 2009; Çınar ve Yenipınar, 2019).

Turist rehberliği mesleği, turizm sektörünün en önemli mesleklerinden biri olup, yalnızca teorik eğitim alınarak icra edilecek bir meslek dalı olmayıp aynı zamanda liderlik, yöneticilik ve girişimcilik niteliği gerektiren meslek dalıdır (Çeşmeci vd., 2020). Turist rehberliği mesleği hem yerli hem yabancı turistlere destinasyon hakkında tarihi, kültürel, sosyolojik ve merak edilen her alanda bilgiler sunarak kitleler arası kültürel bir köprü görevi taşımaktadır (Yenipınar ve Zorkirişci, 2013). Bu bağlamda turist rehberi ülkesini tanıtmaya ve geliştirme noktasında kilit bir rol oynamaktadır (Pelit ve Katırcıoğlu, 2018; Sahilli Birdir ve Taşbey, 2020).

Turist, turizm endüstrisinin temelini oluşturmaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi turist rehberliği mesleğini de beraberinde geliştirmektedir. Turist rehberi bir bölgeye gelen iç ve dış turistleri, bölgenin dokusunu, tarihini ve özelliklerini aktaran yol gösterici kişidir. Turist rehberliği bölümleri ve rehber yetiştiren kamu kurum ve kuruluşların iyi bir turist rehberi adayını yetiştirmesi, gelecekteki rehber adayların mesleğe tutumları konusunda etkili olacaktır. Bu tutumlar turist rehberi adaylarının, gelecekteki kariyer kararını etkilemektedir. Dolayısıyla turist rehberi aday; profesyonel turist rehberi olma yolunda verdiği kariyer kararını pozitif ya da negatif tutumlarının yol göstericisi olmaya başlayacaktır (Çeşmeci vd., 2020: 863-864).

Araştırmanın turizm literatürü incelendiğinde; turizm/turist rehberliği lisans düzeyindeki öğrencilerin turizm kariyerlerine ilişkin algılarını ve/veya tutumlarını araştıran (Çakıcı ve Eser, 2017; Çınar ve Yenipınar, 2019; Pelit ve Kabakulak, 2019; Yıldırım ve Güzel, 2019; Razali vd., 2020; Erdoğan, 2020; Çeşmeci vd., 2020) çalışmalar bulunmuştur. Bununla birlikte, turist rehberi adaylarının kariyer kararının mesleğe yönelik tutumlarının incelenmesi üzerine ilgili çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu bağlamda çalışmanın problemi “turist rehberi adaylarının kariyer kararı ve mesleğe yönelik tutumları nedir?”, olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla, çalışma, turist rehberi adaylarının kariyer kararlarının ve mesleğe yönelik tutumlarının demografik değişkenler açısından farklılık farklılaşmadığının ortaya koyularak, kariyer kararlarının mesleğe yönelik tutumlarına etkisinin belirlenmesi amacını taşımaktadır. Bu çalışmanın turist rehberleri adaylarına kariyer kararı ve mesleki tutum üzerine yardımcı olacağı ve bölümü düşünen potansiyel adaylara da büyük katkı sunacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR

Turist rehberleri, diğer turizm paydaşları ya da profesyonelleri gibi sürdürülebilir turizmin çıkarlarını oluşturan ön saflardaki profesyonellerdir. Turist rehberi çalışma yaptığı alanın kültür temsilcisi olarak görülmektedir. Ülkenin somut ve soyut miraslarını farklı bir kültüre

aktaran ve yorumlayan kilit rol oynayan profesyonellerdir. Modern turizmde rehber olmaksızın bölgenin ziyaretçiler tarafından doğru anlaşılması ve kültürün doğru şekilde aktarılması sonucu hak ettiği değeri görmeyebilir. Turist rehberlerinin farklı kültürlerle aktardığı doğru bilginin bölgeye katma değer sağladığı düşünülmektedir (Rabotić, 2010). Kovalenko ve diğerlerine (2021) göre, günümüzde gelişen turist rehberliği mesleği sosyolojik ve kültürel açıdan çok değerli bir yere sahiptir. Rehber adaylarının sadece kültürel olarak değil küresel olarak da gelişmesi gerekmektedir. Bu sebeple alınan eğitimin kültürel ve uluslararası alanı kapsamı gereğini savunmuşlardır.

Turist rehberlerinin pratikte uzun vadeli eğitimini önemseyen ve kapsamlı eğitim veren ülkeler başlıca İspanya, Avusturya, Yunanistan, Brezilya, Hindistan gibi ülkelerdir. Turist rehberliğinde teorik eğitim kadar pratik eğitime de ciddi derecede vakit ayrılmaktadır. Örneğin; pratik eğitim saatleri İspanya'da 500, Brezilya'da 160, Avusturya'da 650, Hindistan'da ise 420 saattir. Rusya'da Lisans düzeyi öğrencilerine müze yönetimleri tarafından sürekli olarak pratik eğitim verilmektedir (Lovrentjev, 2015). Diğer bir örnek, Almanya'da herhangi bir yasal düzenleme bulunmaz iken her eğitim veren özel kurum kendi sınırlıklarını (yabancı dil, yaş eğitim durumu) oluşturmaktadır (Tanrısever vd., 2019). ABD'de ise, üniversitelerin turizm fakültelerinde turizm/turist rehberliğine dair bir bölüm mevcut değildir. Turist rehberliği mesleğini icra etmek isteyenler gerekli 1 hafta ve 10 günlük eğitimler sonrası başvuru yaparak turist rehberliği mesleğini icra etmektedirler. Bu kursların içinde grup psikolojisi, acil yardım, havaalanı, otel işletmeleri ve tur öncesi hazırlıklar gibi eğitimler bulunmaktadır (Gorenak ve Gorenak, 2012). Birleşik Arap Emirlikleri'nde (BAE) ise, ülke vatandaşı olmak ile sabıka kaydının olmaması başlıca koşullardır. Rehberlik sertifikası için ise Coğrafya, Kültürel Miras ve Ekonomi olarak 3 ana ders altında 10 günlük bir eğitim sonucunda sertifika alınabilmektedir (Tanrısever vd., 2019).

Dünyadaki turist rehberliğinde öncü rol oynayan Belçika, Fransa, Macaristan, İtalya, Malta, Hollanda, Norveç, İspanya ve Avrupa'daki diğer bazı ülkelerin müfredatı üzerinde araştırma ve geliştirme çalışmaları yapılmıştır. Dünyadaki turizm rehberliği eğitimi veren bu ülkelerin müfredatlarında özellikle teknoloji, sürdürülebilirlik konularında eklemeler yapılması gerektiği Pereira ve Mykletun (2017) tarafından ortaya konulmuştur.

Geçmişten günümüze toplumun gelişmesinde ve yapılaşmasında önemli bir faktör olan meslek, kişilerin yaşamlarını idame ettirebilmeleri için gerçekleştirdikleri çalışmaların bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Bireyin yaşamını devam ettirebilmesi, ekonomik ve sosyal anlamda etkileşim elde edebilmesi gibi olgular iş edinme sayesinde oluşmaktadır (İlhan, 2008).

Kariyer kararını etkileyen faktörleri kariyer çapaları olarak tanıtmak mümkündür. Kariyer çapaları; insanların kariyer kararını verirken, bireyin kariyer kararlarını vermesinde yardımcı olan ihtiyaçlarını, değerlerini ve yeteneklerini ifade eden bir anlayıştır. Kariyer çapaları 8 kategoriden oluşmaktadır (Olçay ve Düzgün, 2016) Bunlar: (1) Teknik ve Fonksiyonel Yetkinlik, (2) Genel Yönetimsel Yetkinlik, (3) Güvenlik ve İstikrar, (4) Girişimcilik, (5) Özerklik ve Bağımsızlık, (6) Meydan Okuma, (7) Adanmışlık ve (8) Yaşam Tarzıdır.

Kariyer kararı birçok etmen tarafından etkilenen karmaşık bir karar sürecidir. Kariyer kararı dönemin koşulları ve mesleğin genel ve gelecekteki durumu göz önüne alındığında kişi tarafından kararı etkileyecek durumlardır. Kariyer kararını etkileyen başlıca faktörler arasında psikolojik etmenler, aile, cinsiyet, yetenekler, kişisel özellikler, çevre ve çalışma koşulları olduğu söylenebilir (Yusupu, 2015).

Çakır'a (2011) göre karar verme süreci ile ilgili çalışmada, birey kariyer yapacağı mesleği seçerken bireyin, insani değerleri, ilişkileri, kültürü, cinsiyeti ve yetkinliği gibi değişkenler göz

önüne alınıp açıklanırken, aynı konudaki farklı araştırmalarda meslek seçimi ve gelişimi karar verme süreci şeklinde değerlendirilmiştir.

Northcraft ve Neale'ye (1994) göre tutum kavramı, insanların kişiliklerini tanımlamak ve davranışlarını açıklamak amacıyla kullanılmaktadır. Tutum, bireylerin olaylar karşısında, daha önceden veya olay esnasında tecrübe ettiği deneyimler sonucunda oluşan davranış biçimi ve tavır olarak algılanmaktadır (Usal ve Kuşluyan, 2002; Baykara Pehlivan, 2008).

Bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarının akış halinde olması ve bu üçlemenin bütünleşmesi sonucunda bireyin, herhangi bir şeye karşı tutumu oluşmaktadır. Bununla beraber bu üçlü, tutum kavramının öğelerini oluşturmaktadır ve beraber birbirlerini son derece etkilemektedirler (Hotaman, 1995). Bu öğeler, Bilişsel, Duygusal ve Davranışsal olarak üçe ayrılmaktadır (Çöllü ve Öztürk, 2006: 379).

Tutumunu oluşturan öğelerden biri olan bilişsel bileşen, bireyin objeye ilişkin inanç ve bilgilerinden meydana gelir. Birey, belirli kaynaklardan tutum hakkında bilgiler alarak zihninde var olan bilgiler ile bütünleştirir. Bu bütünleşme sonucunda bireyin inanç sistemi oluşur. Bir şeyin olduğu gibi sorgulamaksızın kabul edilmesi inanç olarak bilinmektedir. İnançlar bireyden bireye değişmesi sebebi ile özgündürler. Buna bağlı olarak, inanç kavramı bilişsel öğelerde yer alarak tutumların diğerlerinden farklılaşmasını sağlamaktadır (Erdoğan, 2020).

Bireyin değerler sistemi ile yakından bağlantılı olan duygusal tutum, bireyin tutum objesine yönelik duygu ve değerlendirmelerin sonucuyla var olmaktadır. Bu duygu ve değerler somuttur ve buna bağlı olarak gözlemlenebilir özelliklerine sahiptirler. Bir başka ifade ile var olan canlı-cansız-soyut-somut her şeye karşı bireyin gösterdiği tepki sonucu oluşan duygulardır. Duygusal öğe, tutum üzerinde kalıcı özelliğe sahiptir. Bilişsel öğeye oranla duygusal öğe daha olağandır (İnceoğlu, 2000).

Tutumların üçüncü öğesi, davranışsal tutumdur. Davranışsal tutum, kişinin herhangi bir şeye karşı, söylemiş olduğu sözler, göstermiş olduğu hareketler veya duygularla gözlemlenebilir (Çöllü ve Öztürk, 2006). Davranışsal tutum, bireylerin kanı ve duyguya orantılı olarak hareket etmesidir. Bireyler, bazen geçerli bazen geçersiz sebeplerle duygularının yönlendirdiği şekilde hareket etmeseler de bireyler her daim duygularına yakışan şekilde hareket etme eğilimindedirler (Erdoğan, 2020).

Mesleki tutum, bireylerin sahip olduğu mesleğe karşı, duygu ve düşüncelerin bileşiminden oluşmaktadır. Bir başka ifade ile bireyin "mesleğine yönelik duygularının, davranışlarının ve bağlılıklarının toplamı" şeklinde açıklanabilmektedir. Bireylerin, mesleklerine ilişkin eylemlerin oluşumunda ve gelişiminde etkili olan mesleki tutum, iş alanlarındaki performanslarını da etkilemektedir (Colarelli ve Bishop, 1990; Eskibağ, 2014). Mesleki tutum, bir bireyin gelecekte yapacağı meslek hakkında olan tüm eğilimleri yakından takip ederek oluşan olumlu veya olumsuz tüm duygu ve düşünceleridir (Kaya vd., 2020).

Eraslan ve Çakıcı'ya (2011) göre, mesleğe yönelik tutumların bireyler üzerindeki başlıca etkileri şunlardır: (1) yapılan işe karşı isteğin artması, (2) verimlilik ve yeterliliğin artması, (3) örgütsel bağlılık ve kararlılık düzeylerinin artması, (4) genel iş doyumunun artması ve (5) performans düzeylerinin artması olarak sıralanabilmektedir.

Bu çalışmada, turist rehberi eğitimi alan öğrencilerin kariyer kararlarının ve mesleğe yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre farklı olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada ayrıca, turist rehberi adaylarının kariyer kararlarının mesleğe yönelik tutumlarına etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, kariyer kararlarının "Bilinçli Kariyer Kararı", "Bilinçsiz Kariyer Kararı" ve "Çevresel Etkiler" adında üç boyutta toplandığı belirlenmiştir.

Bununla birlikte, turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik tutumları da üç boyutta incelenmiş ve “Mesleki Doyum/Uygunluk”, “İletişim Becerileri” ve “Mesleki Etki” adları verilmiştir. Çalışma sonunda, söz konusu boyutların katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıkları olup olmadığına yönelik yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre önerilerde bulunulmuştur.

YÖNTEM

Araştırmanın Türü

Mevcut araştırma, turist rehberi adaylarının kariyer kararı ve mesleğe yönelik tutumlarını ortaya koymayı amaçlayan nicel bir araştırma olması sebebi ile sadece keşifsel araştırma değil nedensellik niteliği de içermektedir. Bu niteliğe girmesinin en temel sebebinin; tanımlayıcı ve keşifsel bir araştırma yapılırken, belirli bir grubun merak edilen niteliklerinin anket, gözlem, görüşme ve örnekleme aracı ile gerçekleştirilmesidir (İslamoğlu, 2002: 35). Dolayısıyla, çalışma anket yöntemi ile yürütülmüştür.

Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Evren, araştırmanın amacı ile ilgili üzerinde araştırma yapılabilecek bütün bireyleri oluşturan bir grup olarak tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2006: 33). Araştırmanın evrenini, Türkiye’deki üniversitelerde turist rehberliği bölümünde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak, tüm evrene ulaşmanın zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle örneklem seçme yolu tercih edilmiştir. Örnekleme yöntemi, araştırmanın evreninde yer alan ve evreni temsil edebilecek nitelikleri taşıyan ve veri elde etmede kolaylık sağlamakla beraber hem maddi hem zaman açısından tasarruf sağlamaya yardımcı olmaktadır (Yükselen, 2000: 53). Örneklem hesaplanırken, evrenin oldukça geniş olması sonucunda, katılımcılara ulaşmada yaşanabilecek güçlükler olması nedeni ile tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntem, ankete cevap verebilecek her katılımcının örneğe dâhil edilmesini ve bu yöntemle göre en kolay bulunan katılımcıların, en ideal olan katılımcılar (Altunışık vd., 2012: 142) olduğunu kabul etmektedir.

Türkiye’de 2021 ve 2022 yılında lisans düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi yürüten ve ilk 10’na giren devlet üniversitelerinde öğrenim gören Turizm / Turist Rehberliği bölümü öğrencileri araştırmanın çalışma evrenini; araştırmanın örneklemini ise ankete katılan 385 öğrenci oluşturmaktadır. İlgili üniversitelerde eğitim alan ve sınıfa göre öğrenci sayıları baz alınarak anketin kotaları belirlenmiştir (Tablo 1). Bu kota analizi sonucu, her sınıf düzeyinde öğrencilere geçerli yüzdeler verilerek uygulama sırasında bu kotalara yüzde bazında ulaşılmaya çalışılmıştır. Böylece, evreni temsil edebilecek yüzdesel dağılıma uygun bir örneklem hedeflenmiştir. Tablodaki veriler doğrultusunda oluşturulan anket, kolayda örnekleme yöntemine göre uygulanmıştır. Tablo 2’de araştırmaya dahil edilen üniversitelerden sınıf bazında elde edilen anket sayıları verilmiştir.

Tablo 1. Türkiye’de 2021 ve 2022 Yılında Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Yürüten Devlet Üniversitelerinin (İlk 10) Kota Oranları

	Üniversite Adı	1.Sınıf	Kota Oranı	2.Sınıf	Kota Oranı	3.Sınıf	Kota Oranı	4.Sınıf	Kota Oranı	Toplam	Beklenen Top. Kota	Ulaşılan Top. Anket	Ulaşılan Top. Kota
1	Akdeniz	51	0,08	78	0,12	67	0,10	91	0,11	287	0,41	44	0,15
2	Anadolu	49	0,08	40	0,06	53	0,08	43	0,05	185	0,27	32	0,17
3	Ege	69	0,11	41	0,06	40	0,06	-	-	150	0,23	20	0,13
4	İzmir Katip Çelebi	64	0,10	67	0,11	77	0,12	141	0,18	349	0,51	36	0,51
5	Aydın Adnan Menderes	57	0,09	55	0,09	54	0,08	111	0,14	277	0,40	26	0,09
6	Pamukkale	66	0,10	63	0,10	69	0,11	118	0,15	316	0,46	52	0,16
7	Balıkesir	109	0,17	112	0,18	115	0,18	122	0,15	458	0,71	64	0,14
8	Mersin	61	0,10	78	0,12	75	0,12	100	0,12	314	0,46	61	0,19
9	Bolu Abant İzzet Baysal	41	0,07	43	0,07	37	0,06	-	-	121	0,20	20	0,17
10	Samsun Ondokuz Mayıs	59	0,10	57	0,09	54	0,08	78	0,10	248	0,37	30	0,12
	Toplam	626	100	634	100	641	100	804	100			385	

Tablo 2. Üniversite ve Sınıf Bazında Anket Geri Dönüş Sayıları

Üniversite Adı / Sınıf	1. Sınıf	2. Sınıf	3. Sınıf	4. Sınıf	Toplam
Akdeniz Üniversitesi	17	14	5	5	44
Anadolu Üniversitesi	3	9	9	11	32
Ege Üniversitesi	6	7	5	2	20
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	9	5	16	6	36
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	8	5	5	8	26
Pamukkale Üniversitesi	7	6	12	27	52
Balıkesir Üniversitesi	5	32	10	17	64
Mersin Üniversitesi	32	10	7	12	61
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	3	2	6	9	20
Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi	5	6	4	15	30
Toplam	95	96	79	115	385

Anket Formunun Oluşturulması

Mevcut araştırmada kullanılacak anket formu üç bölümde tasarlanmış olup, birinci bölümde, turist rehberi adaylarının demografik özellikleri belirlenmek istenmiştir. Anketin ikinci bölümünde, turist rehberi adaylarının kariyer kararına yönelik düşüncelerini belirlemek için, Yusupu (2015) tarafından geliştirilen ölçek yer almaktadır. Kariyer kararı ölçeği ile üniversite öğrencilerinin kariyer kararlarını bilinçli verip vermedikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ölçek 30 maddeden oluşmaktadır ve beşli Likert tipinde, 1= Bana hiç uygun değil, 2= Bana pek uygun değil, 3= Bana biraz uygun, 4= Bana çoğunlukla uygun ve 5= Bana tamamen uygun” olarak derecelendirilmiştir. Ölçek 3 alt boyutta (Bilinçli Kariyer Kararı, Bilinçsiz Kariyer Kararı ve Çevresel Etkenler) incelenmektedir.

Anketin üçüncü ve son bölümünde, turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik tutumlarını ölçmek için Erdoğan (2020) tarafından geliştirilen ölçek yer almaktadır. Ölçek 30 maddeden oluşmaktadır ve 5'li Likert tipindedir: 1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4- Katılıyorum ve 5-Kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Bu ölçek ile turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik tutumları belirlenmeye çalışılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Anket için, Mersin Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul'undan 19.01.2022 tarih ve 02 karar numarası ile onay alınmıştır. Katılımcılarla çevrimiçi ortamda ve sosyal medya aracılığı ile paylaşılan anket formları, 19.11.2021-31.07.2022 tarihleri arasında, 2021-2022 Eğitim-Öğretim yılında Türkiye'de lisans düzeyinde Turizm Rehberliği eğitimi veren ve ilk 10'na giren Devlet üniversitelerinde eğitim alan turist rehberliği öğrencilerine uygulanmıştır.

Veri Analiz Teknikleri

Anketin anlaşılabilirliğinin testi için 08-15 Kasım 2021 tarihleri arasında, Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde öğrenim görmekte olan 60 öğrenciden veri toplanmıştır. Ön test sonuçlarının güvenilir bulunmasından sonra ana uygulama için veriler 19 Kasım 2021-31 Temmuz 2022 tarihlerinde toplanmıştır. Araştırmada, toplam 385 anket elde edilmiştir. Ankette yer alan ölçekler için kayıp veri analizi yapılarak, verilerin normal dağılım gösterip göstermediği analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik (Tablo 3.) ve yapı geçerliliğini sınamak için açıklayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Son olarak, belirlenen hipotezler doğrultusunda, t-Testi, ANOVA, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Tablo 3. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi

Ölçek	Cronbach Alpha Kat Sayısı
Kariyer Kararı	,647
Mesleki Tutum	,972

Araştırma kapsamında "kariyer kararı" ölçeğinin yapı geçerliliğinin testi için faktör analizinden faydalanılmıştır. İlk aşamada, ölçekte yer alan 30 madde analize tabi tutulmuştur. Analizde, eşkökenliliğin .400 altında ya da bir maddenin birden fazla boyut altında yer alması gibi herhangi bir problem ile karşılaşılması. "Kariyer Kararı ölçeği" KMO örneklem yeterliliği oranı %93, Bartlett's Küreselik Testi oranının 5707,184 ve anlamlılık değerinin ,000 olarak görülmüştür. Bu bağlamda, faktör analizine devam etme imkanı doğmuştur.

Faktör sayısının belirlenmesinde her iki ölçek için faktör öz değerleri ve varyansa yapılan katkı toplamı dikkate alınmıştır. "Kariyer Kararı" ölçeğine yönelik yapılan analizde temel alınan maddelerin özdeğerlerine bakıldığında "1" in üzerinde 3 bileşen olduğu ve bu 3 bileşenin varyansa yaptıkları toplam katkının %50,550 olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre faktörü oluşturan ifadeler değerlendirildiğinde; birinci faktör 13 maddeden oluşmakta ve açıklanan varyansın %25,512'sini açıklamaktadır. Faktör maddeleri ve yükleri şu şekildedir: "9-Gelecek kariyerim hakkında umutluyum (.771)", "20- Kariyerimle ilgili amaçlarıma ulaşmaya yönelik planlama yapıyorum (.764)", "24-Geleceğim için hazırlık yapıyorum (.751)", "14-Kariyerimde başarılı olma yolundaki engellerin üstesinden gelebilirim (.747)", "6-Kariyerimde başarılı

olacağıma inanıyorum (,744) , “11- Kariyerimde başarılı olmak için neler yapmam gerektiğini biliyorum (,688), “1-Kariyerim hakkında düşündüğümde heyecanlanırım (,673)”, “27. Kariyerimde neyi hedeflediğimi biliyorum (,666)”, “29-Kariyer ilgilerimin farkındayım (,608)”, “5. Kariyerimde başarılı olmak için yeni beceriler öğrenebilirim (604)” , “18-Kariyerimdeki başarıyı benim çabalarım belirleyecektir (,496)”, “8-Verdiğim kariyer kararlarının, geleceğimi belirlediğinin farkındayım (,488)” , “16. Değişen iş dünyasına ve iş dünyasının artan taleplerine uyum sağlayabilirim (,712)”. Söz konusu maddelerin literatürle paralel olarak “bilinçli kariyer kararı” maddelerini temsil ettiği tespit edilmiştir.

İkinci faktör 14 maddeden oluşmakta ve açıklanan varyansın %18,961’ünü açıklamaktadır. Faktörde yer alan ifadelerin ve faktör yüklerinin, “7-Gelecekte hangi alanda çalışmak istediğimi hala bilmiyorum (,615)”, “3-Seçtiğim meslekte hoşlanıp hoşlanmadığımdan emin değilim (,625)”, “10-Kariyerimi seçerken hangi alanın benim isteklerime uygun olduğunu bilmiyordum (649)”, “19- Kariyerim hakkında düşündüğümde içimi bir sıkıntı kaplar (,591)”, “30-Şu anki kariyerimde yetenekli olup olmadığını bilmiyorum (,420)”, “26- Şu anki kariyer kararımın benim için en uygun karar olduğunu zannetmiyorum (602)”, “23- Kariyerime karar verirken kariyerimin gerektirdiği eğitimler konusunda bilgim yeterli değildi (,681)”, “21-Kariyerime karar verirken, hakkında bilgi sahibi olduğum çok az meslek vardı (,700)”, “17-Kariyerime karar verirken, bu konuda kimlerden bilgi alabileceğimi bilmiyordum (,506)”, “12-Bazı insanların kariyeri konusunda nasıl da emin ve kararlı olabildiklerine şaşıyorum (,531)”, “28-Kişiliğime en uygun olan kariyerin ne olduğunu bilmiyorum(,419)”, “22-Kariyerime karar verirken yaşadığım kafa karışıklığı nedeniyle işi olurlarına bırakarak şimdiki kariyerimi seçmiştim (,655)”, “15-Kariyer kararım tamamen tesadüflere bağlıdır (591)”, “2-Staj dersleri ile kariyerimle ilgili farkındalıklarım (maddi olanaklar, çalışma koşulları vb.) arttıkça gelecekte başka bir alana yönelmeyi düşünüyorum (,515)” şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda ikinci faktör literatürle paralel olarak “bilinçsiz kariyer kararları” maddelerinden oluştuğu belirlenmiştir.

Üçüncü faktörün literatürle paralel olarak “çevresel etkenler” maddelerinden oluştuğu saptanmıştır. Üçüncü faktör, üç maddeden oluşmakta ve açıklanan varyansın %6,077’sini açıklamaktadır. Faktörde yer alan ifadeler ve faktör yüklerine bakıldığında, “4-Kariyerimi ailem istediği için seçmiştim, bu yüzden dersler pek ilgimi çekmiyor (,710)”, “13-Kariyerimle ilgili bir alanda staj yaptıktan sonra, bu alanın bana uygun olmadığını hissettim (,431)”, “25-Düşüncelerine önem verdiğim bazı kişiler istediğim kariyer kararını vermeme engellemiştir (,433)” maddelerinin yüklendiği görülmüştür.

Araştırmada “mesleki tutum” ölçeğinin yapı geçerliliğinin testinde açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. “Mesleki tutum” ölçeğinde ilk aşamada ölçekte bulunan 6, 8, 15, 26, 29, 30 nolu maddeler ters kodlanmıştır. Daha sonra, 25. nolu madde .500 korelasyon düzeyinin altında olduğundan 3, 8, 17, 19, 23, 25 ve 27 nolu maddeler 2 faktöre yüklendiğinden analizden çıkarılmıştır. Ardından yapılan analiz sonucunda; KMO örneklem yeterliliği oranının %96; Bartlett’s Küresellik Testi oranının 6928,906 ve anlamlılık değerinin ,000 olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, faktör analizine devam etme imkanı doğmuştur.

Belirlenen kriterlere göre yapılan faktör analizi sonucunda mesleki tutum ölçeğinin 3 faktör altında toplandığı ve toplam varyansın %67,939’unu açıkladığı belirlenmiştir. Birinci faktörün varyansa yaptığı toplam katkının %36,747 olduğu görülmüştür. Faktör maddeleri ve yüklerle bakıldığında “9-Rehberlikte başarılı olacağıma inanıyorum (,816)”, “4-Tekrar bir bölüm tercihte bulunmam gerekse rehberliği tercih ederim (814)”, “13-Rehberlik mesleğinin gereklilikleri konusunda kendime güveniyorum (,760)”, “7-Rehberliğin kişiliğime uygun olduğunu düşünüyorum (,753)”, “1-Rehber olma düşüncesi bana cazip geliyor (,752)”, “16-Rehberliği profesyonel bir şekilde yürütebileceğime inanıyorum (,750)”, “2-Rehber olmayı

kendime yakıştırıyorum (,745)", "14-Rehberliğin bana uygun bir meslek olmadığını düşünüyorum (,734)", "10-Rehberlik mesleği ile ilgili olan bu bölümü seçmiş olmaktan hoşnudum (,732)", "4-Tekrar bir bölüm tercihinde bulunmam gerekse rehberliği tercih ederim (,721)", "11-Rehberlik mesleğinde karşılaşacağım zorlukları aşabileceğime inanıyorum (,696)", "12-Zor şartlar altında dahi rehberlik yapmak isterim (,517)", "15-Rehberliğin bir şeyler üretip yaratmam için bana fırsatlar vereceğini düşünüyorum (,556)" maddelerinin yüklendiği belirlenmiştir. Birinci faktöre, literatürle paralel "Mesleki Doyum / Uygunluk" adı verilmiştir.

İkinci faktör incelendiğinde, varyansa yaptığı toplam katkının %19,701 olduğu tespit edilmiştir. Faktöre yüklenen maddeler ve yükleri şu şekildedir: "18-Rehberlik yapan insanlara sempati duyarım (,792)", "22-Rehberlik yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım (,719)", "24-Rehberliğin toplumda bana saygınlık kazandıracağına inanıyorum (,717)", "26-Rehberlik mesleğinin devamlılığı bana güven veriyor (,566)", "20-Arkadaşlarıma rehberlik bölümünü seçmeleri için tavsiyede bulunurum (,563)" ve "21. Rehberliğin çalışma koşulları bana çekici geliyor (,517)". Bu faktördeki maddelerin iletişimle ilgili maddelerden oluşması ve literatüre benzerlik taşıması nedeniyle faktör "iletişim becerileri" olarak adlandırılmıştır.

Üçüncü faktör "mesleki etki" olarak adlandırılmış ve bu faktör incelendiğinde, toplam varyansa yaptığı toplam katkının %11,492 olduğu tespit edilmiştir. Faktör maddeleri ve yükler incelendiğinde; "29-Rehberlik mesleğinin aile ilişkilerimi olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum (,874)", "28-Rehberlik mesleğine ilişkin bakış açım olumsuz yönde değişti (602)" ve "6-Rehberliğin yaşam tarzıma uygun olmadığını düşünüyorum (,585)" maddelerinin bu faktöre yüklendiği saptanmıştır.

Çalışmada hipotezler dışında cevabı aranan iki araştırma sorusu geliştirilmiştir. Araştırma sorularının cevaplarının bulunması için tanımlayıcı analizlerden yararlanılmıştır. Buna göre elde edilen bulgular aşağıdaki gibidir:

Araştırma Sorusu 1: Turist rehberi adaylarının kariyer kararı düzeyleri nedir?

Araştırma sorusu olan turist rehberlerinin kariyer kararı düzeyleri nedir sorusunun cevabının belirlenmesi için tanımlayıcı analizler yapılmıştır. Analize göre öne çıkan ilk beş ifade sırasıyla, (1) "Verdiğim kariyer kararlarının, geleceğimi belirlediğinin farkındayım (4,455)", (2) "Kariyerimde başarılı olmak için yeni beceriler öğrenebilirim (4,452)", (3) "Kariyerimdeki başarıyı benim çabalarım belirleyecektir (4,449)", (4) "Kariyerimde başarılı olacağıma inanıyorum (4,114)" ve (5) "Kariyerimde başarılı olma yolundaki engellerin üstesinden gelebilirim (4,047)" dir.

Araştırma Sorusu 2: Turist rehberi adaylarının mesleğe yönelik tutum düzeyleri nedir?

Turist rehberlerinin mesleğe yönelik tutum düzeylerinin belirlenmesi için yapılan tanımlayıcı analizlere göre katılımcıların en çok katılım sağladıkları ifadenin "Rehberlik mesleği bana eğlenceli geliyor (4,278)" olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla, (2) "Rehberlik yapan kişilerle sohbet etmekten hoşlanırım (4,273)", (3) "Rehberlik yapan insanlara sempati duyarım (4,270)", (4) "İnsanlara gezdikleri bölgeyi tanıttıkları beni mutlu ediyor (4,260)" ve (5) "Rehber olmayı kendime yakıştırıyorum (4,145)" takip etmiştir.

BULGULAR VE YORUM

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 4'te sunulmaktadır. Katılımcıların cinsiyet özelliklerine bakıldığında %53,5'ini kadınlar ve %46,2'sini erkekler oluşturmaktadır.

Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde %98,7'sinin "bekâr" %1,3'ünün ise, "evli" olduğu görülmektedir. Yaş özelliklerine bakıldığında en yüksek oranı %45,5'lik bir oranla "21-23" yaş aralığı katılımcılar oluşturmuştur. Bunu sırasıyla, %43,9'luk bir oranla, "18-20" yaş aralığındaki katılımcılar ve %10,6'lık bir oranla "24 ve üzeri" yaş aralığındaki katılımcıların takip ettiği görülmektedir. Sınıflarına göre demografik dağılım incelendiğinde, katılımcıların %29,9'unun "4.sınıf", %24,9'unun "2.sınıf", %24,7'sinin "1.sınıf", %20,5'nin ise "3.sınıf" olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumları değerlendirildiğinde, %35,1 "1500 TL ve üzeri", %29,4'ünün "501-1000 TL", %20,5'nin "0-500 TL" ve %15,1'nin "1001-1500 TL" olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Turist Rehber Adaylarının Demografik Özelliklerine İlişkin Sonuçlar

	N	%		N	%
Cinsiyet			Sınıf		
Kadın	206	53,5	1	95	24,7
Erkek	178	46,2	2	96	24,9
Belirtilmeyen	1	0,3	3	79	20,5
Toplam	385	100	4	115	29,9
			Toplam	385	100
Medeni Durum			Gelir Düzeyi		
Bekâr	380	98,7	0-500 TL	79	20,5
Evli	5	1,3	501-1000 TL	113	29,3
Toplam	385	100	1001-1500 TL	58	15,1
			1500 TL ve üzeri	135	35,1
Yaş			Toplam	385	100
18-20	169	43,9			
21-23	175	45,5			
24 ve üzeri	41	10,6			
Toplam	385	100			

Katılımcı turist rehberi adaylarının mezun oldukları liseye yönelik oranlar incelendiğinde en büyük oranın %82,9'luk bir oran ile "Anadolu Lisesi" mezunlarına ait olduğu belirlenmiştir. Bunu, %14,5'lik bir oran ile "Turizm Meslek Lisesi" mezunları ve %2,6'lık bir oran ile "Düz Lise" mezunlarının izlediği görülmüştür. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%84,2) Turist Rehberliğini kendi isteğiyle seçtiği belirlenmiştir. Eğitim aldıkları üniversiteler incelendiğinde ise, sırasıyla %16,6 Balıkesir Üniversitesi, %15,8 Mersin Üniversitesi, %13,5 Pamukkale Üniversitesi, %11,4 Akdeniz Üniversitesi, %9,4 İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, %8,3 Anadolu Üniversitesi, %7,8 Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi ve %6,8 Aydın Adnan Menderes Üniversitesi ile Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi olduğu tespit edilmiştir. Turist rehberi adayların mezun olduktan sonra rehberlik mesleğini icra etme düşünceleri incelendiğinde %80,5'lik bir oran ile büyük kısmının "Evet" olduğu belirlenmiştir. "Hayır" seçeneğini işaretleyen katılımcıların %19,5'lik bir orana sahip olduğu tespit edilmiştir.

H1: Turist rehberi adaylarının, demografik özelliklerine göre kariyer kararları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Turist Rehberi adaylarının demografik özelliklerine göre kariyer kararları arasında anlamlı farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla H1 ana hipotezine bağlı olarak oluşturulan alt hipotezlere ilişkin bulgular aşağıda belirtilmiştir. Çalışmada sadece anlamlı farklara sahip bulgular tabloleştirilmiştir.

H1a: Turist rehberi adaylarının cinsiyetine göre kariyer kararları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmada, katılımcı turist rehberi adaylarının “kariyer kararları” ile “cinsiyet” değişkenleri arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla t-Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda “kariyer kararları” ile “cinsiyet” değişkeni arasında anlamlı bir fark olmadığı bulgulanmıştır. H1a ret edilmiştir. Diğer bir anlatımla, turist rehberi adaylarının kadın veya erkek olmalarına göre kariyer kararlarının değişmediği ve dolayısıyla benzer olduğu ifade edilebilir.

H1b: Turist rehberi adaylarının yaşına göre kariyer kararları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Katılımcı turist rehberi adaylarının “kariyer kararları” ile “yaş” değişkeni arasında anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Varyans analizi sonrası kariyer kararı boyutları ile “yaş” değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, H1b ret edilmiştir.

H1c: Turist rehberi adaylarının aylık gelirin'e göre kariyer kararları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 5. Turist Rehberi Adaylarının Aylık Geliri ve Kariyer Kararlarına İlişkin ANOVA Tablosu

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	S.Sapma	F	Sig.
Bilinçli Kariyer Kararı	0-500	79	3,7911	,75637	8,878	,000
	501-1000	113	4,0015	,65758		
	1001-1500	58	4,0833	,58511		
	1500 ve üzeri	135	4,2574	,61309		
Bilinçsiz Kariyer Kararı	0-500	79	2,8011	,84575	4,282	,005
	501-1000	113	2,6113	,72101		
	1001-1500	58	2,3941	,64712		
	1500 ve üzeri	135	2,4646	,82176		
Çevresel Etkenler	0-500	79	1,7975	,74040	2,555	,055
	501-1000	113	1,6696	,73530		
	1001-1500	58	1,5000	,48062		
	1500 ve üzeri	135	1,7728	,75382		

Katılımcı turist rehberi adaylarının, kariyer kararları ile aylık gelir değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır (Tablo 5.). Tablodan da görülebileceği gibi, varyans analizi sonuçlarına göre, kariyer kararının iki boyutu ile aylık gelir değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmiştir. Buradan hareketle, H1c hipotezi desteklenmiştir. Bu boyutun anlamlılığını test etmek için ANOVA tablosuna ve bu anlamlılıkların hangi düzeylerde olduğunu belirlemek için ise, Post Hoc Sheffe testi yapılmıştır. Bu doğrultuda aylık geliri “1500 TL ve üzerine” sahip turist rehberi adaylarının bilinçli kariyer kararları “0-500 TL” aylık gelire sahip olan adaylara oranla daha yüksektir. Bilinçsiz kariyer kararı boyutunda aylık geliri “0-500TL” olan adaylar; hem “1001-1500TL” hem de “1500 TL ve üstü” gelire sahip adaylara oranla daha çok söz konusu ifadelerle katılım sağlamaktadır. Bu

bağlamda maddi olanakların adayların kariyer kararları üstünde oldukça önemli etkileri olduğunu söyleyebilmek mümkündür.

H1a: Turist rehberi adaylarının sınıfına göre kariyer kararları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Katılımcıların kariyer kararları ile sınıfı değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır (Tablo 6.). Analize göre bilinçli ve bilinçsiz kariyer kararları boyutunda herhangi bir anlamlılık olmadığı belirlenmiştir. Ancak, çevresel etkenler boyutunda ortaya çıkan anlamlı farklılığın, birinci ve ikinci sınıf arasında gerçekleştiği ve ikinci sınıf öğrencilerinin kariyer kararı alırken çevresel etkenlere daha duyarlı oldukları söylenebilir. Dolayısıyla, H1d hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Tablo 6. Turist Rehberi Adaylarının Sınıfları ve Kariyer Kararlarına İlişkin ANOVA Tablosu

Boyutlar	Sınıfı	N	Ort.	S. Sapma	F	ANOVA
Bilinçli Kariyer Kararı	1.sınıf	95	4,1466	,63947	,311	,277
	2.sınıf	96	3,9631	,71073		
	3.sınıf	79	4,0818	,69442		
	4.sınıf	115	4,0268	,64889		
Bilinçsiz Kariyer Kararı	1.sınıf	95	2,4405	,85969	1,185	,529
	2.sınıf	96	2,5553	,68322		
	3.sınıf	79	2,5716	,82276		
	4.sınıf	115	2,5980	,82699		
Çevresel Etkenler	1.sınıf	95	1,5754	,66922	4,039	,029*
	2.sınıf	96	1,8611	,72976		
	3.sınıf	79	1,6329	,57387		
	4.sınıf	115	1,7362	,80386		

H2: Turist rehberi adaylarının demografik özelliklerine göre mesleğe yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H2a: Turist rehberi adaylarının cinsiyetine göre mesleğe yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmaya katılan adayların, “mesleğe yönelik tutumları” ile “cinsiyet” değişkenleri arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla t-Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda “mesleğe yönelik tutumları” ile “cinsiyet” değişkeni arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Bir başka ifade ile erkek ya da kadın turist rehberi adayların mesleğe yönelik tutumları benzer olabilmektedir. H2a hipotezi desteklenmemiştir.

H2b: Turist rehberi adaylarının yaşına göre mesleğe yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Turist rehberi adaylarının “mesleğe yönelik tutumları” ile “yaş” değişkeni arasında anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Varyans analizine göre, kariyer kararı ölçeğinin tüm boyutları ile “yaş” değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir. H2b hipotezi ret edilmiştir.

H2c: Turist rehberi adaylarının aylık gelirine göre mesleğe yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmaya katılan turist rehberi adaylarının, “mesleğe yönelik tutum” düzeyleri ile “aylık gelirleri” arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına ilişkin ANOVA yapılmıştır.

Analiz sonuçlarına göre, katılımcıların aylık geliri ile mesleğe yönelik tutumların “Mesleki Doyum/Uygunluk Boyutu” ile “İletişim Becerileri Boyutu” arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu durum H2c hipotezini desteklemektedir. Daha sonra, bu anlamlılığın hangileri arasında olduğunu belirlemek için Post Hoc Scheffe testi yapılmış, buna göre aylık geliri “1500 ve üzeri” olan katılımcıların aylık geliri “0-500TL” olan katılımcılara oranla “Mesleki Doyum / Uygunluk” ve “İletişim Becerileri”nin daha yüksek olduğu söylenebilir (Tablo 7.).

Tablo 7. Turist Rehberi Adaylarının Mesleğe Yönelik Tutumları ile Aylık Gelirlerine İlişkin ANOVA tablosu

Boyutlar	Gelir grubu	N	Ort.	S.Sapma	F	Sig.
Mesleki Doyum / Uygunluk	0-500	79	3,6251	,93681	1,638	,001
	501-1000	113	3,7427	,93155		
	1001-1500	58	4,0411	,79749		
	1500 ve üzeri	135	4,0826	,88096		
İletişim Becerileri	0-500	79	3,6730	,82277	,828	,002
	501-1000	113	3,7788	,74948		
	1001-1500	58	3,9770	,71767		
	1500 ve üzeri	135	4,0568	,78680		
Mesleki Etki	0-500	79	3,5992	,86459	2,454	,240
	501-1000	113	3,6755	1,01717		
	1001-1500	58	3,9023	,76982		
	1500 ve üzeri	135	3,7605	,90296		

H2a: Turist rehberi adaylarının sınıfına göre mesleğe yönelik tutumları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Turist rehber adaylarının, mesleğe yönelik tutumları ile sınıfları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi için yapılan varyans analizine göre, katılımcı rehber adaylarının sınıf düzeyi değişkeni ile mesleğe yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Dolayısıyla H2d hipotezi ret edilmiştir.

H3: Turist rehberi adaylarının kariyer kararının, turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H3a: Turist rehberi adaylarının bilinçli kariyer kararının, turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

Araştırmada bağımsız değişken olan kariyer kararı değişkeninin bağımlı değişken olan mesleki tutum değişkeni üzerindeki etkisini incelemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre, kariyer kararı ve mesleki tutum arasındaki etkinin anlamlı olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle, modeldeki en az bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Tablo 8’den de görüldüğü gibi, bilinçli kariyer kararının, mesleki tutum üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, bilinçsiz kariyer kararı ve çevresel etmenler değişkenlerinin, mesleki tutum üzerinde anlamlı oldukları ancak etkinin negatif olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, H3 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 8. Kariyer Kararının Mesleki Tutum Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	ß	Standart Hata	ß	t	p	R	R ²	F	Model (p)
Mesleki Tutum	Sabit	2,411	,283		8,510	,000	,765 ^a	,582	179,344	0,000*
	Bilinçli Kariyer Kararı	,591	,050	,500	11,838	,000				
	Bilinçsiz Kariyer Kararı	-,283	,045	-,286	-6,251	,000				
	Çevresel Etkiler	-,131	,041	-,118	-3,190	,002				

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada, turist rehberi adaylarının kariyer kararının mesleğe yönelik tutumlarına etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda veriler, Türkiye’de 2021 ve 2022 yılında lisans düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi yürüten ve ilk 10’na giren devlet üniversitelerinde öğrenim gören Turizm / Turist Rehberliği bölümü öğrencilerine anket aracılığı ile çevrimiçi ortam olan sosyal medya üzerinden toplanmıştır. Araştırmada üç ana hipotez ve bu hipotezlere ait alt hipotezler test edilmiştir.

Katılımcı turist rehberi adaylarının %53,5’ini kadınlar oluştururken %46,2’sini erkekler oluşturmuştur. Katılımcıların yaklaşık %99’unun “bekâr” ve en yüksek katılım sağlayanların “21-23” yaş aralığındaki katılımcılar olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaklaşık %30’unun “4. sınıf” olduğu ve çoğunluğun “1500 TL ve üzeri” gelire sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcı turist rehberi adaylarının diğer özelliklerine ilişkin bulgulara göre, adayların yaklaşık %83’ünün Anadolu Lisesi’nden mezun oldukları, turist rehberliği bölümünü %84’2’lik bir oran ile isteyerek seçtikleri saptanmıştır. Mevcut durumda eğitim aldıkları üniversitelerin sırasıyla %16,6 Balıkesir Üniversitesi, %15,8 Mersin Üniversitesi, %13,5 Pamukkale Üniversitesi, %11,4 Akdeniz Üniversitesi, %9,4 İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, %8,3 Anadolu Üniversitesi, %7,8 Samsun On Dokuz Mayıs Üniversitesi, %6,8 Aydın Adnan Menderes Üniversitesi ile Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcı adayların mezun olduktan sonra turist rehberliği mesleğinde çalışma tercihlerinin %80,5 ile olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun, sektörde çalışacak elemanların kalifiye olmasına olumlu yönde yansıtacağı ifade edilebilir.

Araştırma kapsamında “kariyer kararı” ölçeğine faktör analizi uygulanmış ve yapılan analizler sonucunda kariyer kararı ölçeği literatürle paralel olarak “bilinçli kariyer kararı”, “bilinçsiz kariyer kararları” ve “çevresel etkenler” olarak adlandırılmıştır. “Mesleki Tutum” ölçeğine uygulanan faktör analizi, üç faktör üretmiştir. Faktörler, literatürle paralel bir şekilde “mesleki doyum / uygunluk”, “iletişim becerileri” ve “mesleki etki” olarak isimlendirilmiştir.

Turist rehberi adaylarının cinsiyetine göre “kariyer kararı boyutları” arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan analize göre, “kariyer kararı boyutları” ile “cinsiyet” değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu doğrultuda, mevcut çalışma verileri sonucunda “H1 Ana Hipotezi” altında yer alan H1a hipotezi desteklenmemiştir. Bu bulgu Yusupu (2015) ve Yıldırım ve Güzel’in (2019) yapmış oldukları çalışmalarda çıkan bulgu ile örtüşmemektedir. Yusupu (2015) kız öğrencilerin bilinçli kariyer kararı vermelerinde daha etkin oldukları; Yıldırım ve Güzel (2019) ise erkek öğrencilerin kadın öğrencilerden daha çok mesleği icra etmek istedikleri ve daha fazla bilinçli kariyer kararı aldıkları sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmaya katılan turist rehberi adaylarının “kariyer kararı boyutları” ile “yaş” değişkeni arasında anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA analizine göre, “kariyer kararı boyutları” ile “yaş” değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, “H1 Ana Hipotezi” altında yer alan H1b hipotezi desteklenmemiştir. Öte yandan, Gezen ve Köroğlu (2014) yaptıkları çalışmada, “17-19” yaş aralığındaki öğrencilerin kariyer çapasının bir alt boyutu olan “Güvenlik/İstikrar”, “20-22” yaş ve “23 ve üzeri” yaştaki öğrencilere göre daha fazla önemsendiğini tespit etmişlerdir. Sonuç olarak, genç yaştaki öğrencilerin güvenlik ve istikrar arayışlarının daha fazla olduğu söylenebilir.

Katılımcı turist rehberi adaylarının, “kariyer kararı boyutları” ile “aylık gelir” değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için tek yönlü varyans analizi sonucuna göre kariyer kararının içerdiği iki boyut ile aylık gelir değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmiştir. İlk boyut olan “Bilinçli Kariyer Kararı”nın aylık geliri “1500TL ve üzerine” sahip turist rehberi adaylarının bilinçli kariyer kararları “0-500TL” aylık gelire sahip olan adaylara oranla daha yüksek olduğu; “Bilinçsiz Kariyer Kararı” boyutunda aylık geliri “0-500TL” olan adaylar; hem “1001-1500TL” hem de “1500TL ve üstü” gelire sahip adaylardan daha çok etkilendiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre, “H1 Ana Hipotezi” altında yer alan H1c hipotezi” kısmen desteklenmiştir. Bu doğrultuda maddi imkanların iyi ya da yetersiz olmasının adayların kariyer kararları üstünde oldukça önemli etkileri olduğu söylenebilir. Meddour ve diğerleri (2016), Endonezyalı lisans öğrencilerinin kariyer seçimlerini etkileyen faktörleri araştırmış ve kariyer seçimini etkileyen faktörlerin öz-yeterlik, aile, kişisel çıkarlar ve ekonomik düşünceler olduğu belirlenmiştir. Söz konusu faktörler ile kariyer seçiminin pozitif yönlü bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Caner ve Ökten’in (2010) Türkiye’deki öğrencilerin kariyer seçimi ile risk durumları arasındaki ilişki üzerine yaptıkları çalışmada, babanın geliri, mesleği ve sosyal güvenlik durumunun, öğrencilerin eğitim veya farklı kariyer alanlarında riskli bir kariyer seçimini etkileyen önemli faktörler olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak, turist rehberi adaylarının kariyer kararlarını verirken yüksek gelir düzeyi beklentisinin büyük öneme sahip olduğu ifade edilebilir.

Turist rehberi adaylarının “kariyer kararı boyutları” ile “sınıf” değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için yapılan tek yönlü varyans analizine göre; “Bilinçli Kariyer Kararı” ve “Bilinçsiz Kariyer Kararı” boyutunda herhangi bir anlamlılık olmadığı belirlenmiştir. Buna karşın, “Çevresel Etkenler” boyutunda; ikinci sınıf ve birinci sınıf öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, “H1 Ana Hipotezi” altında yer alan H1d hipotezi kısmen desteklenmiştir.” Dolayısıyla, turist rehberliği mesleğinde çevresel etkenlerin diğer etkenlere oranla daha fazla önemsendiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan turist rehberi adaylarının “mesleğe yönelik tutumları” ile “cinsiyet” değişkenine göre yapılan t-Testi analizine göre; “mesleğe yönelik tutum” ile “cinsiyet” değişkeni arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, “H2 Ana Hipotezi” altında yer alan H2a hipotezi desteklenmemiştir.” Elde edilen bu bulgu Kozak ve Kızıllırmak (2001), Aksu ve Köksal (2005), Şahin ve Acun’un (2016), Çeşmeci vd.’nin (2020) ve Erdoğan’ın (2022) çalışma sonuçları ile örtüşmektedir. Buradan hareketle, turist rehberliği mesleğini “kadın” ve “erkek” öğrencilerin üstesinden gelebilecekleri bir meslek olarak gördükleri ifade edilebilir.

Katılımcı turist rehberi adaylarının “mesleğe yönelik tutumları” ile “yaş” değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için yapılan varyans analizine göre; “mesleğe yönelik tutum” ile “yaş” değişkeni arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, “H2 Ana Hipotezi” altında yer alan H2b hipotezi desteklenmemiştir”. Bu bulgu Çeşmeci vd.’nin (2020) çalışmasında elde edilen sonuç ile paralellik göstermiştir. Buna karşın, Avcı (2011) ve

Erdoğan'ın (2022) çalışmalarında "17-19" yaş aralığındaki turist rehberi adaylarının, "20-22" yaş aralığındaki turist rehberi adaylarına kıyasla mesleğe yönelik tutumlarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak yaşa göre mesleğe yönelik tutumların değişiklik göstermesi normaldir. Çünkü, yaş artışı beraberinde olaylara farklı bir gözle bakmayı da getirmektedir.

Araştırmaya katılan turist rehberi adaylarının "mesleğe yönelik tutumları" ile "aylık gelir" değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için yapılan ANOVA testine göre; araştırmaya katılan turist rehberi öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumun alt boyutlarından "Mesleki Doyum/Uygunluk" ve "İletişim Becerileri" ile "aylık gelir" değişkeninde anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılığa göre; "0-500TL" aylık geliri olan katılımcıların diğer gelir düzeyindeki katılımcılara kıyasla her iki boyuta da daha az katılım sağladıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda, "H2 Ana Hipotezi" altında yer alan H2c hipotezi kısmen desteklenmiştir". Buradan hareketle, katılımcıların yüksek mesleki doyum ve iletişim becerileri yüksek gelir ile açıklanabilir.

Turist rehberi adaylarının "mesleğe yönelik tutumları" ile "sınıf" değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak için yapılan varyans analizi sonucuna göre; "mesleğe yönelik tutum" ile "sınıf" değişkeni arasında anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır. Buradan hareketle, H2 Ana Hipotezi" altında yer alan H2a hipotezi desteklenmemiştir". Bu bulgu Çeşmeci vd.'nin (2020) çalışmasında elde edilen sonuç ile aynı doğrultuda iken Şahin ve Acun'un (2016) ve Erdoğan'ın (2022) çalışmalarındaki bulguyla aynı doğrultuda değildir. Bu çalışmalara göre; "birinci sınıf" turist rehberi adaylarının, "üçüncü sınıf" adaylarına, "birinci sınıf" adayların "dördüncü sınıf" adaylarına ve "ikinci sınıf" adayların "dördüncü sınıf" adaylarına göre mesleğe yönelik tutumlarının daha pozitif yönde olduğu belirlenmiştir. Çakıcı ve Eser (2017) sınıf seviyesi yükseldikçe adayların turist rehberliği mesleğine yönelik tutumlarının olumsuz yönde ilerlediği ve kararsızlıklarının arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Katılımcı turist rehberi adaylarının kariyer kararının, turist rehberliği mesleğine yönelik tutumları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olup olmadığını anlamak için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kariyer kararı ve mesleki tutum arasındaki etkinin anlamlı olduğu belirlenmiştir. Kariyer kararının alt boyutu olan bilinçli kariyer kararının, mesleki tutum üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın, kariyer kararının bilinçsiz kariyer kararı ve çevresel etmenler değişkenlerinin, mesleki tutum üzerinde anlamlı oldukları fakat bu etkinin negatif olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda, H3 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Dolayısıyla, bilinçli kariyer kararının meslek tutumu üzerinde olumlu sonuçlar doğuracağı ifade edilebilir. Öte yandan, bilinçsiz kariyer algıları düşük olanların mesleğe yönelik tutumu da olumsuz olması mantıklı bir bulgu gibi görünmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular dâhilinde, kariyer kararı, mesleğe yönelik tutum düzeylerinin geliştirilmesi ve yükseltilmesi adına rehber adaylarına ve ailelerine, üniversitelerin ilgili bölümlerine, seyahat acentalarına, ilgili kurum ve kuruluşlara, son olarak daha sonraki araştırmacılara yönelik öneriler şu şekilde sıralanabilir;

Turist rehberi adayı öğrencilerinin kariyer kararlarının daha etkin bir biçimde verilebilmesi adına, ailelerin lise dönemlerinde çocuklarının kendi ilgi, yetenek ve becerilerini iyi ve doğru bir şekilde tanıyarak kendine uygun bir meslek dalı seçebilmesi adına bilgilendirerek farkındalık oluşturmaları, okulların psikolojik danışma ve rehberlik servislerinin daha etkin bir şekilde yaygınlaştırılması ile öğrencilerin kariyer gelişimlerinin desteklenmesinin yararlı olabileceği düşünülmektedir. Buna ek olarak, turizm liselerinde okuyan öğrencilere turizmle ilgili bölümü olan üniversitelerin bölüm tanıtım yapması ya da üniversitelerin turizm topluluklarının etkinlik düzenleyerek tanıtım yapmaları önerilmektedir.

Turist rehberi adaylarının sınıf düzeyleri arttıkça turist rehberliği mesleğine yönelik tutumlarının azalmasının en büyük sebeplerinden biri, iş garantisi ve maddi durum hakkındaki kaygıların yarattığı iş ve yaşam doyumunun minimum düzeyde olmasıdır. Bu bağlamda, turist rehberliği bölümüne sahip üniversiteler, TUREB ve TÜRSAB iş birliğiyle çözümler üreterek, maddi durum kaygılarının azaltılması ve iş garantisinin artırılması sağlayabilirler. Buna ek olarak, rehber adaylarının mezun olduktan sonra farklı alanlara yönelmesinin önlenmesi adına, Rehberlik Meslek Kanunu'nun 3. maddesinde yer alan "turist rehberliği çalışma kartının sertifika programlarında başarılı olan adaylara da verilmesi" ibaresi değiştirilerek yalnızca turist rehberliği eğitimini lisans, yüksek lisans veya doktora düzeyinde alan ve diplomaya sahip mezunlara çalışma kartının verilmesi olarak düzenlenebilir. Bu doğrultuda, daha etik ve daha adaletli çalışma koşulları ile adayların mesleğe karşı inançları ve tutumları arttırabilir. İlgili fakülteler, rehber adaylarının mesleğe yönelik tutumlarının arttırılması adına seminerler ve eğitimler düzenleyebilirler.

Üniversitelerin düzenlediği kariyer günlerine genel olarak seyahat acentalarının katılımı oldukça azdır. Bu bağlamda, turist rehberi adaylarının kendi alanlarında staj yapma ve mesleklerini uygulama şeklinde tanıma fırsatları azalmaktadır. Kariyer günlerini düzenleyen ilgili kişilerin seyahat acentaları ve işbirliklerini arttırmaları gerekmektedir. Ayrıca TUREB'e bağlı meslek odaları da stajyer alımlarını arttırarak mesleği ilk elden öğretmeleri önerilmektedir.

Gelecekteki araştırmacılar için öneriler ise şu şekildedir;

Mevcut çalışmanın veri toplama aşaması oldukça uzun sürmüştür. Turist rehberi adaylarına çevrim içi ortamlar olan sosyal medya uygulamalarından bizzat ulaşıldığı zaman bu sürecin daha hızlı geçtiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda, turist rehberi adayları üzerinde bir çalışma yapmak isteyenlerin doğrudan kendilerine daha çok ilgili oldukları sosyal medya aracılığıyla ulaşmaları önerilmektedir.

Bu çalışma, Türkiye'de turist rehberliği bölümüne sahip ve 2021-2022 yılları içerisinde ilk 10'na giren üniversitelerden oluşan örnekleme uygulanmıştır. Aynı araştırma, öncelikli olarak daha büyük bir örnekleme uygulanarak, reddedilen hipotezlerin kabul edilme olasılığı artabilir. İkinci olarak, diğer ülkelerde bulunan turist rehberliği adaylarına uygulanarak kıyaslama gerçekleştirilebilir. Üçüncü olarak, ilk sıralara giren üniversiteler yerine son sıralara girenleri tespit ederek çalışmayı gerçekleştirmek önerilebilir. Bu şekilde, öğrencilerin mesleğe yönelik tutumlarının ve kariyer kararlarının yönlendirilmesi adına daha verimli çalışmalar yapılabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan 23.12.2021 tarih ve 19.01.2022-2 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Aksu, A. and Köksal, C. (2005). Perceptions and attitudes of tourism students in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), 436-447.

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* (7. bs.). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Avcı, N. (2011). Turizm eğitimi alan lisans öğrencilerinin iş değerleri: Çeşme turizm ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 7-18.
- Baykara Pehlivan, K. (2008). Sınıf öğretmeni adaylarının sosyo-kültürel özellikleri ve öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları üzerine bir çalışma. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 151-168.
- Caner, A. and Okten, C. (2010). Risk and career choice: Evidence from Turkey. *Economics of Education Review*, 29, 1060-1075.
- Colarelli, S. M. and Bishop, R. C. (1990). Career Commitment: Functions, Correlates, and Management. *Group & Organization Studies*, 15(2), 158-176.
- Çakıcı, A.C. ve Eser, S. (2017). Turizm Rehberliği Mesleği ve Alan Kılavuzluğu Üzerine Bir Değerlendirme, 3. *Turizm Şûrası Tebliğler Kitabı*, 2, 394-403, 1-3 Kasım 2017, Ankara.
- Çakır, M. A. (2011). *Meslek Seçimi Mesleki Karar ve Mesleki Kararsızlık*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çeşmeci, N., Çalışkan, N. ve Özsoy, A. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 852-869.
- Çınar, B. ve Yenipınar, U. (2019). Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinde genel öz yeterlilik algısı, mesleki kaygı ve mesleği yapma niyeti ilişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 153-162
- Çöllü, E. F. ve Öztürk, Y. E. (2006). Örgütlerde inançlar-tutumlar tutumların ölçüm yöntemleri ve uygulama örnekleri bu yöntemlerin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 9(1-2), 373-404.
- Eraslan, L. ve Çakıcı, D. (2011). Pedagojik formasyon programı öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(1), 427-438.
- Erdoğan, S. (2020). *Turist rehberi adaylarının turist rehberliği mesleğine yönelik tutumlarının incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Eskibağ, A. İ. (2014). *Öğretmenlerin denetim uygulamalarına dönük görüşlerinin mesleki doyum ve tutum açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gezen, T. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer seçimine etki eden kariyer çapalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 213-234.
- Gorenak, M., and Gorenak, I. (2012). Challenges in education of tour guides and tour managers. *Informatologia*, 45(4), 287-296.
- Hotaman, D. (1995). *Gülhane askeri tıp akademisi sağlık meslek yüksekokulu hemşirelik bölümü öğrencilerinin tutumları ile akademik başarıları arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İlhan, S. (2008). Yeni kapitalizm ve meslek olgusunun değişen anlamları üzerine. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21), 313-317.
- İnceoğlu, M. (2000). *Tutum-Algı-İletişim*. Ankara: İmaj Yayınevi.

- İslamoğlu, A. H. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım.
- Kaya, A., Akgün, D. Y. ve Çiftçi, G. (2020). Krizlerin turist rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumları ile ilişkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2907-2923.
- Kovalenko, O. V., Yepyk, L. I., Yeromenko, A. Y., Kashynska, O. Y. and Bezruchenkov, Y. V. (2021). Training of the future tourist guides for inter cultural communicative interaction within professional activity. *Linguistics And Culture Review*, 5(4), 729-746.
- Kozak, M. A. ve Kızılırmak, İ. (2001). Türkiye’de meslek yüksekokulu turizm otelcilik programı öğrencilerinin turizm sektörüne yönelik tutumlarının demografik değişkenlere göre değişimi: Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz teknik üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 9-16.
- Kurnaz, A., Akyurt Kurnaz, H. ve Kılıç, B. (2014). Önlisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 41-61.
- Lovrentjev, S. (2015). Education of Tourist Guides: Case of Croatia. *Procedia Economics and Finance*, 23, 555-562.
- Meddour, H., Abdo, A.M.M., Majid, A.H.A., Auf, M.A.A. and Aman, A.M. (2016). Factors affecting career choice among undergraduate students in Universitas Indonesia. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(4), 630-644.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nakip, M. (2005). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. (2.bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Northcraft, G. B. and Neale, M. A. (1994). *Organizational Behavior: A Management Challenge: Teaching Tools and Video Teaching Notes*. United Kingdom: Dryden Press.
- Olçay, A. ve Düzgün, M. (2016). Turizm eğitimi gören öğrencilerin meslek seçimlerinin kariyer çapaları ile uygunluğunun değerlendirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(3), 1127-1148.
- Pelit, E. ve Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1(2), 74-94.
- Pelit, E. ve Kabakulak, A. (2019). Effects of tourist guides’ personal traits on job attitude and job satisfaction: A study in Turkey. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 8(3), 364-381.
- Pereira, E. M. and Mykletun, R. J. (2017). To what extent do European tourist guide-training curricula include sustainability principles?. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(4), 358-373.
- Rabotić, B. (2010, March). Tourist guides in contemporary tourism. in *International Conference on Tourism and Environment*, Philip Noel-Baker University, Sarajevo, Bosnia & Herzegovina, 4-5 March, pp. 353-364.
- Razali, M. K. A. M., Omar, K. and Hazman Samsudin, M. A. S. A. (2020). Investigating the behaviour intention to participate in career as a nature tourist guide. *Journal of Critical Reviews*, 7(16), 497-503.
- Richardson, S. (2009). Undergraduates’ perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 382-388.

- Sahilli Birdir, S. S. ve Taşbey, S. (2020). Yerli turistlerin profesyonel turist rehberlerinden beklentilerinin incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 231-250.
- Şahin, S. ve Acun, A. (2016). Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2), 563-580.
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, D. E. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(1), 44-56.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usal, A. ve Kuşluvan Z. (2002). *Davranış Bilimleri: Sosyal Psikoloji*. (4.Basım). İzmir: Barış Yayınları.
- Walker, J. R. (2011). *Tourism: Concepts and Practices*. India: Pearson Education.
- Yenipınar, U. ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.
- Yıldırım, B. I. ve Güzel, Ö. (2019). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin kariyer devamlılığı: Çoklu uyum analizi çalışması. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 61-74.
- Yusupu, R. (2015). *Üniversite öğrencilerinde kariyer kararları ile mükemmeliyetçilik, öğrenme motivasyonu ve akademik başarı arasındaki ilişkiler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yükselen, C. (2000). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.