

TURİST REHBERLİĞİNİN SEYAHAT ACENTELERİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ VE ETKİSİ*

Hakan AKYURT**
Ali AYDIN***

Makale Bilgisi/Article Info

Geliş/Received: 28/04/2023; Düzeltme/Revised: 12/06/2023

Kabul/Accepted: 12/06/2023

Araştırma Makalesi / Research Article

Atıf/Cite as: Akyurt, H. ve Aydın, A. (2023). Turist Rehberliğinin Seyahat Acenteleri Üzerindeki Rolü ve Etkisi. *DÜMAD (Dünya Multidisipliner Araştırmalar Dergisi)*, 6(1), 93-111. <https://doi.org/10.58853/dumad.1289037>

Özet

Turist rehberleri, grup paket turlarda turistlerle doğrudan iletişim halindedir. Seyahat acenteleri ile doğrudan çalışmak zorunda olan bu meslek grubunun, sunmuş olduğu hizmet kalitesine göre hem turistleri hem de seyahat acentelerini etkilediği bilinmektedir. Turist deneyimi ve bir destinasyon ve seyahat şirketi algısı yaratmada önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle çalışmanın amacı, seyahat acenteleri tarafından düzenlenen grup paket turlarda turist rehberlerinin sunduğu hizmete yönelik müşteriler ve acenteler üzerindeki etkilerini belirlemektir. Turist rehberliğinin acenteler ve ülke turizm imajı üstündeki etkileri ortaya konmaya çalışılarak, rehberlik ile acenteler arasındaki sorunlara yönelik olarak çözümler sunulmuştur. Çalışmada, nitel veri analizi yöntemi ile ulusal ve uluslararası literatür incelenmiş, elde edilen bulgularda turist rehberliğinin seyahat acentelerinin faaliyetlerini ve sürdürülebilirliğini doğrudan etkilediği sonucu elde edilmiştir. Bu kapsamda, turist rehberlerinin hizmet kalitesi boyutları ele alınmış, seyahat acentesinin itibarını etkilediğini sonucu ortaya çıkmıştır. Turist rehberlerinin seyahat acentelerinin yapmış olduğu grup paket turlardaki önemi bir kez daha doğrulanmış, acentenin imajına ve tekrar talep edilebilmesinde doğrudan etkili bir faktör olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucunda, turist rehberlerinin seyahat acentelerini etkilediği en önemli unsurların eğitim ve bilgi seviyesinin yeterliliği, yabancı dil bilgisinin durumu, işletmeyle olan iletişim ve bağlılık, turistlere karşı tutum, mesleki sorumlulukları yerine getirme ve iş ahlakı olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, çalışma sonucunda seyahat acentelerinin turist rehberlerinden beklentileri; dakiklik, doğaya ve çevrele unsurlara saygılı, sorunları çözme yeteneği, destinasyon bilgisi, dürüstlük ve güvenilirlik, yasal kurallara uyma ve seyahat programında vaat edilen hizmetin sunumu olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turist rehberliği, Seyahat acentesi

* Bu araştırma sürecinde; TR Dizin 2020 kuralları kapsamında “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesinde” yer alan tüm kurallara uyulmuş ve yönergenin ikinci bölümünde yer alan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemlerden” hiçbiri gerçekleştirilmemiştir. Ayrıca bu araştırma “Etik Kurul İzni” gerektirmeyen bir çalışmadır.

** Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, Bulancak KK Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, (e-mail: hakan.akyurt@giresun.edu.tr, **ORCID ID:** 0000-0002-6522-684X).

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (e-mail: aliaaydin52@gmail.com, **ORCID ID:** 0000-0002-2758-5366).

THE ROLE AND IMPACT OF TOURIST GUIDANCE ON TRAVEL AGENCIES

Abstract

Tourist guides are in direct contact with tourists in group package tours. It is known that this profession group, which has to work directly with travel agencies, affects both tourists and travel agencies according to the quality of service it provides. It plays an important role in creating a tourist experience and a perception of a destination and travel company. For this reason, the aim of the study is to determine the effects of tourist guides on the customers and agencies for the service provided by the group package tours organized by the travel agencies. By trying to reveal the effects of tourist guiding on the agencies and the tourism image of the country, solutions are presented for the problems between guiding and agencies. In the study, national and international literature was examined with the qualitative data analysis method, and it was concluded that tourist guidance directly affects the activities and sustainability of travel agencies. In this context, the service quality dimensions of tourist guides were discussed, and it was concluded that it affects the reputation of the travel agency. The importance of tourist guides in group package tours made by travel agencies has been confirmed once again, and it has been revealed that it is a direct factor in the agency's image and re-demand. As a result of the study, the most important factors that tourist guides affect travel agencies are the adequacy of education and knowledge level, the status of foreign language knowledge, communication and commitment to the business, attitude towards tourists, fulfilling professional responsibilities and business ethics. However, as a result of the study, the expectations of travel agencies from tourist guides; punctuality, respectful to nature and the environment, ability to solve problems, destination knowledge, honesty and reliability, compliance with legal rules and delivery of the promised service in the itinerary.

Keywords: Tourism, Tourist guiding, Travel agency

Giriş

Bir turizm acentesinin çalışma süreci, insanların çalışma kapasitesinin temelini oluşturmaktadır. Seyahat acentasının iş konusu, insan güvencesinin temel görevi olan seyahat etme hizmetinin verilmesidir. Seyahat acentaları, insani güvencelerinin sağlanmasında, yüksek kaliteli turist düzenleme sürecinin oluşturulmasında, turistik ürünlerin açık olarak tanımlanmasında ve aynı zamanda turistlerin müşteri memnuniyetinin sağlanmasında en etkin rolü üstlenmektedir. Turistik talebin etkin ve sürdürülebilir bir şekilde sağlanmasında seyahat acentelerinin rolü çok önemlidir. Destinasyonların ve turistik ürünlerin potansiyel müşteriler ile turistlere pazarlanmasında seyahat acentelerinin işlevlerinin doğru ve de sistemli olarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Seyahat acentasında çalışanlar, hizmet programını oluşturan personelin yanında tur rehberi, acente temsilcisi ve en son turist animatörü gibi son derece uzmanlaşmış personellerden oluşabilmektedir. Tur rehberleri, seyahat acentaları genel personelinin arasında en temsili, en güzide ve en ilgili kısmını oluşturmaktadır. Rehberlik mesleğini icra edenlerin turistlerin beklentilerini karşılamak zorunda olan ve seyahat acentesinin sağladığı kaliteye doğrudan katkı sağlayan bir imaj ile özdeşleştiği bilinmektedir. Bu durum, birçok farklı sebeplerden dolayı seyahat acentalarında çalışma sürecinde en özel yeri ve insani etkileşiminin rolünü tur rehberlerine vermektedir (Li vd., 2021: 553).

Turizm veya turist rehberliği olarak adlandırılan meslek, ülkemizde birçok üniversitede eğitimleri verilen bir alandır. Turist Rehberliği Birliği (Tureb) tarafından yasal mevzuatlarla birlikte elde edilen belge ile meslek icra edilmektedir. Mesleğin yapısı gereği yabancı dil ve ilgili destinasyonlar ile ilgili bilgilerle donatılmak zorunda olan bir yapısı bulunmaktadır. Üniversitelerde turizm eğitimleri kapsamında iki yıllık önlisans, dört yıllık lisans, yüksek lisans ve doktora derecelerinde bu eğitimler verilmektedir. Ancak, doktora seviyesindeki eğitimler ülke genelinde çok az üniversitede varken, diğer eğitimler ülke genelinde birçok üniversite tarafından verilmektedir (Akyurt ve Ültay, 2021: 171).

Turist rehberliği alanın üniversite eğitimleri ile birlikte verilmesi dışında bölgesel olarak belge verilen bölgesel rehberlerde bulunmaktadır. Seyahat acenteleri tur programlarının niteliğine göre destinasyonlardaki bölgesel rehberler ile anlaşabilmekte ya da kendi bünyelerinde profesyonel tur rehberlerine yer verebilmektedir. Bu durum, tur programlarının niteliğine ve destinasyonlara göre değişebileceği gibi seyahat acentelerinin büyüklüğü ile de ilgili olmaktadır. Ülkemizde birçok üniversite biriminde rehberlik ile ilgili birimler bulunmakta, bu birimlerin dışında farklı turizm alanlarında da turizm ya da turist rehberliğine ilişkin dersler verilmektedir. Özellikle, yüksek lisans alanında bilinen rehberlik programları ile birlikte bazı üniversitelerde ekoturizm rehberliğine ilişkin programlar da bulunmaktadır. Turist rehberliği, turizm sektöründe olmazsa olmaz unsurlardan biri olup, ülkemizde yasal kurallar gereği her tur organizasyonu için zorunlu olan koşullardan biridir ve uygulanmadığı takdirde ağır yaptırımları ile cezaları bulunmaktadır.

Çalışmada, turist rehberliğinin özellikleri ve işlevlerine yer verilerek, seyahat acenteleri üzerindeki etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Turist rehberliğinin fonksiyonları ele alınarak, neden gerekli olduğu konusunda önceki çalışmalarda incelenerek, Ordu ili seyahat acenteleri üzerine etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Seyahat acentelerinin turizm sektörü ve destinasyonların gelişimi açısından etkileri ele alınmış, turist rehberliği ile bağlantıları belirtilerek, her iki çalışma alanının olumlu ve olumsuz durumları ifade edilmiştir. Çalışmada, seyahat acenteleri ile turist rehberliği arasındaki ilişkiye ait çözüm önerileri de üretilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın, seyahat acentelerinin turist rehberliğine ilişkin sorunlarının giderilmesi konusunda turizm sektörüne bilgi niteliğinde olması ve bu konuda çalışma yapmayı arzu eden akademisyenlere yardımcı olması hedeflenmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Seyahat Acentacılığının Kapsamı

Çalışmanın genel kapsamı, turist rehberliğinin ele alınması olmakla birlikte, etki edeceği işletmelerin seyahat acenteleri olması nedeni ile bu kavrama kısaca değinmek ve işlevlerini özetlemek gerekmektedir. Konunun daha iyi anlaşılması bakımından seyahat acentesi kavramı, özellikler ve işlevlerinin neler olduğuna yer verilecektir. Seyahat acentelerinin turizmin en etkin ve önemli

işletmelerinden olması nedeni ile bu işletmelerin çalışma süreçlerine etki eden tüm faktörlerin bilimsel çalışmalar ile incelenmesi ve elde edilen sonuçların bu sektör temsilcileri ile paylaşılması önem arz etmektedir. Bu kapsamda, seyahat acenteciliğinin halkın bildiği bilet satan ve tur düzenleyen işletmeler olduğu imajından çok daha farklı işlevleri olduğunu belirtmek, acentecilik kavramının daha iyi algılanmasını sağlamak açısından önemlidir.

Turizm sektörünün planlı ve sistematik bir biçimde gelişimini sağlamak için seyahat acenteciliği sisteminin etkin bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Dünyada veya ülkelerde olan olayların turizm sektörünü doğrudan etkilemesi, sektörün belirsizlikleri ve dinamik yapısı nedeni ile seyahat acentelerinin işlevleri önem arz etmektedir. Seyahat acenteciliği ile ilgili bilim insanlarının çalışmaları eski yıllara dayanmaktadır. Bu kapsamda, bu konuda tanımlamalar yapılmış, genel olarak benzer ifadeler ile seyahat acenteleri tanımlanmıştır. Kısa ve net bir tanım ile seyahat acenteciliği, “biletleme işlemleri, konaklama tesisleri için rezervasyon işlemler, tur programları düzenleme, festival, konferans veya kongre organizasyonları düzenleme gibi turizm işlevleri ile bölgesel alanlardaki diğer organizasyonlar ve transfer işlemlerini gerçekleştiren çok yönlü işletmeler” şeklinde tanımlanmaktadır (Lawton ve Weaver, 2009: 71).

Seyahat acenteciliğinin tarihsel sürecine çok kısa olarak değinmek gerekirse, ilk ve en büyük acentecilik faaliyeti olarak Thomas Cook’un 1841 yılında Midland demiryolu ile 500 kişiyi Leicester Campbell Street tren istasyonundan Loughborough'a taşıması olarak gösterilmektedir. Ancak, bazı bilim insanları tarafından ilk seyahat acentesi olarak Cox ve Kings işletmesinin 1758 yılında kurmuş olduğu işletmenin ilk modern seyahat işletmeciliği anlayışını taşıdığı ifade edilmektedir. Seyahat acenteciliğinin özellikle 1990’lı yıllarla birlikte, internetin yayılması sonucunda turizmde çok daha etkin rol aldığı belirtilmektedir (Aguiar-Quintana, Moreno-Gil ve Picazo-Peral, 2016: 102).

Seyahat acentesinin iş sürecinin genel olarak, mali işlevleri, satın alma ve kiralama işlevleri, üretim fonksiyonları ve de satış fonksiyonları olarak ifade edilmektedir. Bu işlevler dört ana işlev olarak ifade edilmekte, diğer işlevlerinin bu temel işlevler içerisinde gerçekleştirildiği belirtilmektedir. İnternetin yayılımının gerçekleşmesi ile birlikte, seyahat acenteleri çevrimiçi ortama taşınmış ve paket tatil dağıtım ağındaki katmanların kaldırılmasının neden olduğu maliyetlerdeki düşüş sayesinde fiziksel seyahat acentelerinin yerini web ortamında her işlemi yapan seyahat acenteleri almıştır. Seyahat acentelerinin genel olarak işlevleri ve görevleri aşağıdaki ifade edilmektedir (Huang, Yung ve Yang, 2011: 142; Abrate vd., 2020: 779; Turpcu ve Kılıç, 2022):

- Diğer sektörler ile iletişimleri sağlamak,
- Turistler için pazarlık işlerini yürütmek,
- Paket tur programları hazırlamak,

- Turistlere paket turları sunmak,
- Seyahatler ile ilgili yasal mevzuatları yerine getirmek,
- Bürokratik işlemleri yapmak,
- Turistlere genel fiyatlandırmalar, maliyetler ve turları anlatmak,
- Biletleme işlemlerini yapmak,
- Kongre ve fuar organizasyonlarını düzenlemek,
- Müşterilere bilgilendirici faaliyetlerde bulunmak,
- Konaklama tesisleri ile iletişimlerini sağlamak,
- Transfer hizmetlerini yerine getirmek.

Seyahat acentelerinin yapısına göre farklı özellikleri bünyesinde barındırması mümkündür. Acenteler, ülke ve bölgeye, küçüklük ve büyüklüğe veya ülke yasal statülere göre işlevlerinde farklılıklar göstermektedir. Dünya genelinde birbirleri ile iş birliği içerisinde olan acentelerin, turizm ve biletleme ile organizasyonlar yapma konusunda önemli işletmeler arasında olduğu bilinmektedir. Özellikle de potansiyel müşterilerin birçok farklı destinasyona farklı ulaşım araçları ile ulaşması için önemli bilgilendirme ve işlevleri yapan işletmeleridir. Seyahat acenteleri, turizm bilgi sağlayıcıları, arz ve talep arasındaki turizm ürünü kolaylaştırıcıları olarak hareket ettikleri için turistik arz ve talebi birbirine bağlamaktadır. Dolayısıyla hem müşteriler hem de tedarikçiler tur operatörlerine ve seyahat acentelerine güvenmekte ve bu da acentelerin satışlarda ve sektördeki dağılım üzerinde büyük bir etki sağlamaktadır (Budeanu, 2005: 92).

1.2. Turist Rehberliği

Turist rehberliği, iki buçuk bin yılı aşkın bir süredir devam eden varlığıyla en eski mesleklerden biri olduğunu ifade edilmektedir. Ancak, turizm olgusunun gelişmesi ve dünya genelinde genişlemesi, turizm yönetiminin seyahat acentaları ve rehberlik alanındaki işletilmesinde önemli bir faktör haline gelmesine neden olmuştur. Turizm işletmeciliği kavramı öncelikle aşağıdaki faaliyetleri içermektedir (Cheng vd., 2016: 21):

- Turistleri seyahatleri ve konaklamaları sırasında, yani transit ve alıcı bölgelerde belirli varış noktalarına ve ilgi çekici yerlere seyahat yönünü işaret eden turistlerin altında doğrudan rehberlik faaliyetlerine yönlendirmek,
- Ülke içinde ve dışında gösteriş çekiciliği sağlamak,
- Bireysel biçimler ve oluştukları bağlam ile sosyo-politik, tarihi, kültürel çekiciliğin yorumlanmasına yol açmak,
- Turistlerin destinasyonda kaldıkları süre boyunca bilgilendirilmesi ve tavsiyelerde bulunulmasını sağlamak.

Turizm işletmeciliği içerisinde rehberlik alanının oldukça etkin bir rolü bulunmaktadır. İnsanların turizm amacı ile farklı destinasyonlara ziyaretleri sırasında tanımadığı alanları incelemesi ve bilgi alması söz konusu olamayacağından, destinasyonlar, tur programları ve turistik ürünler hakkında bilgileri edinmesi mümkün değildir. Bu kapsamda, birçok ülkede tur programları kapsamında zorunlu yasal bir mevzuat olan turist rehberinin bulunması gerekmektedir. Turist rehberleri, turizm sektöründe varlığı ile tatil ve gezi planlamalarında yer edinen önemli bir meslek alanıdır.

Turist rehberliği en genel tanımı ile "Bir destinasyonun kültürel, tarihi ve doğal mirasını turistlerin ana dilinde anlatan, yorumlayan ve o yörenin yetkili mercileri ile kanunları tarafından nitelendirilen kişi" olarak tanımlanmaktadır (Yu, 2001, 77). Ülkemizdeki turizm rehberliği yönetmeliğine göre tur rehberinin görevi, turistlere tarihi, kültürel ve sosyo-ekonomik gelişmeyi tanıtan doğal, kültürel, tarihi, arkeolojik, etnografik ve diğer turistik çekicilikleri göstermek ve profesyonelce anlatmaktır (Reisinger & Steiner, 2006, 483). Farklı başka bir tanımda ise "seyahat acentası veya tur organizatörleri adına yolda gruba eşlik eden, turizm programlarının, güzergahlarının, hizmetlerinin uygulanmasını denetleyen ve yürüten kişi" olarak ifade edilmektedir (Ong, Ryan ve McIntosh, 2014: 224).

Tur rehberinin kim olduğunun kesin olarak belirlenmesindeki özel bir sorun, çağdaş turizmde iş bölümü ve uzmanlaşma süreçleri sonucunda birbirine benzeyen birçok meslek profilinin ortaya çıkmasıdır. Turist rehberinin rolünün ortaya çıktığı iki temel alan vardır, ancak görevlerin yerine getirilmesinde bunlar sıklıkla birbiri ile örtüşmektedir. Alıcı bölgede gerçekleşen çok günlük yolculuklarda tur rehberinin rolü sadece cazibe merkezlerini göstermek ve açıklamak değil, aynı zamanda katılımcıları izlemek ve tur sırasında onlarla ilgilenmektir. Acente temsilcisi olan turist rehberi ile ilişkilendirilen bir başka mesleğe de işaret etmek gerekmektedir. Bu kişi, seyahat acentesi adına turistleri destinasyonda karşılayan, program aktiviteleri, rahatlıkları ve güvenlikleri ile ilgilenen ve bu tür seyahat düzenlemelerinin uygulanmasıyla ilgili bir dizi idari görevi yerine getiren kişidir. Seyahat acentesi ve tur operatörlerinin uzatılmış kolu olarak, acente temsilcisi turistlerle yerinde ilgilenmekte ve aynı zamanda bir turizm acentesini temsil etmektedirler (Zhang ve Chow, 2004: 83).

1.3. Turist Rehberinin Faaliyetleri ve Roller

Turistler, sadece kendi mesleklerini icra eden insanlar olarak değerlendirilmemelidir. Seyahat acenteleri için önemi aşikâr olduğu gibi turistlerle doğrudan iletişim kuran, zaman geçiren ve paylaşımlar yapan insanlardır. Bu özellikleri nedeni ile turist rehberliği, seyahat acentelerinin önemli pazarlama tanıtıcıları, ülke ve bölgelerin tanıtımları yapan kişiler, yöresel turistik ürünlerinin satılmasında aracı olan insanlar ve en önemlisi ülke ile bölgenin doğrudan marka imajına etki eden meslek elemanlarıdır. Turist rehberleri, bir ülkenin tanıtım ve kültür elçileri olarak kabul

edilebilmekte, ülkenin turistler açısından sevilmesine ya da nefret edilmesine yol açabilmektedirler. Bu nedenle, turist rehberlerinin mesleki yeterliliğinin sorgulanması, eğitimlerin ve niteliklerin açık olarak ortaya konması uygun olacaktır. Aksi takdirde, turistik talep açısından önemli sorunlar ile karşılaşılması mümkün olacaktır.

Turist rehberlerinin genel olarak turizm sektörü içerisinde birçok faaliyeti yerine getirdiği bilinmektedir. Ancak, bazı araştırmacılar tarafından turist rehberlerinin rolleri ile ilgili olarak belirli ifadeler kullanılmaktadır. Turist rehberliğinin eski meslek alanlarından olması, mesleki açıdan görevlerini ve turizm içerisindeki rollerini 1980'li yıllarda ortaya konmasına, günümüzde de bu içeriklerin halen kabul görmesine yol açmaktadır. Bu kapsamda, turist rehberlerinin genel olarak bileşenleri aşağıdaki maddelerle belirtilmektedir (Cohen, 1985; Weiler ve Walker, 2014: 92-93).

- Turist rehberlerinin en temel rolü, tur programları içerisinde liderlik göstererek, turistler ile seyahat acenteleri, diğer ilişkili işletmeler ve gezilen destinasyonlar ile arabulucu görevi üstlenmesidir.
- Turların, turistlerin beklenti, istek ve yapılan sözleşmeleri doğrultusunda her konuda açık şekilde gerçekleştirilmesini sağlamak.
- Turistlerin moral seviyesini üst düzeyde tutmak, turdan beklentilerini karşılamak, sosyal bütünleşmeyi sağlamak ve insanlar arasındaki uyumun bozulmaması için çaba harcamak.
- Turistler ya da güzergahlar üzerindeki yerel halklarla gerilim yaratacak durumlardan kaçınmak, uyuşmazlıkları çözmek ve karşılıklı iletişimi gerçekleştirmek.
- Transferlerin zamanında ve sözleşmelerde belirtilen destinasyonlarda olmasına, sistemli ve planlı bir şekilde uygulanmasını yapmak.
- Kültürel, tarihsel ve doğal destinasyonlar hakkında yeterli bilgi sahibi olarak, bu bilgileri turistlerin ilgisini çekecek şekilde iletmek.
- Destinasyonlardaki seyahatlerde oluşacak olan olumsuz durumlar ya da acil şekilde gerçekleştirilmesi gereken olaylar olduğu takdirde, yerel yöneticilerle ya da diğer kamu yöneticileri ile etkin iletişim sağlamak.
- Yöresel turistik ürünler hakkında bilgi sahibi olmak ve turistleri satın alma davranışına yönlendirmek. Turistlerin kendilerini dolandırılmış hissetmemeleri açısından fiyatlandırmalar konusunda pazarlık görevi üstlenmek.

Tablo 1. Turist rehberi rolünün ana bileşenlerinin gösterimi

Dış Odaklı	İç Odaklı
------------	-----------

	Kaynak kılavuzu (primat: araçsal)	Animatör
Liderlik Alanı	<ul style="list-style-type: none"> • Odak • Erişim • kontrol 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerginliklerin yönetimi • Entegrasyon • Moral • Animasyon
Araçsal Bileşen	Turist refakatçisi (üstünlük: etkileşimli)	Profesyonel rehber (üstünlük: iletişimsel)
	<ul style="list-style-type: none"> • Sunum • Organizasyon 	<ul style="list-style-type: none"> • Seçim • Bilgi • Tercüme

Kaynak: Choen, E. 1985. The Tourist Guide: The Origin, Structure and Dynamics of a Role, Annals of Tourism Research, 12(1), 5-29.

Cohen'e göre, orijinal rehberden profesyonel rehber geçiş, liderlik alanlarından uzaklaşmayı ve iletişimsel bileşenin temel rol oynadığı arabuluculuk alanına yaklaşmayı göstermektedir. Turun değişen koşulları ile birlikte profesyonel bir rehber tarafından gerçekleştirilirse hemen hemen tüm bileşenlerde bir vurgu değişikliği meydana gelmektedir. Cohen, Tablo-1'de bir turist rehberinin faaliyetlerini ilgilendiren hemen hemen tüm faaliyetleri içerdiğini ileri sürmektedir. Profesyonel bir rehber rolünde, vurgu içsel alana yöneliktir. Rolünün kapasitesi, grup seyahatleri ve seyahatin uygulanmasıyla ilgilenen bir refakatçi ile önemli ölçüde azaltılabilmekte, ancak bu durumda rehber iletişimsel bileşene odaklanabilmektedir. Burada vurgulanmak istenen, belirli standart programlardan ve gezi turlarından çeşitli grup etkinliklerine kaydıkça, sosyal bileşen genellikle animatörlerin özel rolünde belirginleşmesidir (Cohen, 1985: 8).

Turist rehberliğinin turizm sektörü açısından öneminin yanı sıra iyi bir turist rehberinin genel özelliklerinin neler olması konusunda birçok araştırma bulunmaktadır. Seyahat deneyimi sırasında turist rehberlerine büyük sorumluluk düşmektedir. Herkes iyi bir tur rehberi değildir veya olamaz. Bu kapsamda, turist rehberlerinde olması gereken temel özellikler, aşağıda ifade edilmektedir (Li vd., 2020; Mackenzie ve Raymond, 2020):

- *Dışa dönük olma ve ilgi çekici karakter:*

Bir seyahat deneyimi sırasında turistlerin kendilerini rahat hissetmelerini sağlamak için turist rehberinin hevesli, dışa dönük ve ilgi çekici olması gerekmektedir. Turist rehberlerinin görevleri, gruptaki tüm insanları turun içine dahil etmek ile mutlu ve güvenli bir ortam yaratmaktır. Sorular veya endişeler için kolayca ulaşılabilir olmalı ve ayrıca turistleri merak etmeye ve daha fazla soru sormaya davet etmelidir. Turistlerle ve diğer iletişim kurulan işletme yöneticileri veya görevlilerle

etkin şekilde iletişim sağlamalı, turistlerin hizmetlerden faydalanabilmeleri için girişimci bir ruh halinde olmaları gerekmektedir.

- İyi iletişim becerileri kurmak:

Turist rehberinin dışa dönük ve ilgi çekici olmasının yanı sıra iyi ve net iletişim becerilerine sahip olması da önemlidir. Bu durum, turistlerin ve diğer iletişim kurulan insanların tur konusundaki planlaması ve kendilerinden ne beklediğinden haberdar olmasını sağlamak için gereklidir. İyi iletişim becerileri, hassas bir destinasyonda yapılması ve yapılmaması gerekenleri açıklarken de işe yaramaktadır. İletişimlerin iyi bir şekilde kurulması, bazı destinasyonlarda tur programının hızlı ve etkin şekilde yürütülmesi için önem arz etmektedir.

- Bilgili ve tutkulu kişilik yapısı:

İyi bir turist rehberinin tur programındaki insanlara ya da turistlere gerçek katma değeri, yerel bilgisinin olmasıdır. Bir destinasyonu ziyaret ederken, turistler örneğin yerel alışkanlıklar, yabancı meyveler ve tarihi gerçeklerle ilgilenecektir. Daha fazla açıklama ve arka plan bilgisi için her zaman önce kılavuza bakacaklardır. Tur rehberi tercihen bir uzmandır ve destinasyon konusunda tutkulu olması gerekmektedir. Tur kitapçıklarında ya da internet vasıtasıyla elde edilecek bilgilerden çok daha özel bilgilere sahip olmalı, bu bilgileri tutkulu bir biçimde turistlere aktarmalıdır.

- Düzenli ve dakik olmak:

Turist rehberlerinin en önemli kişilik özelliklerinden birinin de saat ve zaman konusunda hassas, tur programlarının işletilmesinde düzenli insanlar olmasıdır. Turist rehberlerinin geç kaldıkları durumlarda, tur rehberlerini beklemek zorunda kalan turistler genellikle stres altında olmakta ve şikâyet etmektedirler. Seyahat deneyiminin başlangıcından memnun olmayan turistleri daha sonra memnun etmek oldukça zor olabilmektedir. Bu nedenle, rehberlerin tur programlarındaki saatlere uyması, net bir yapıya sahip olması ve belirlenen güzergahı takip etmesi önemlidir. Turistlerin, tur programlarında bir değişikliğe ihtiyaç duyması durumunda, bu mümkün olabilmeli, esneklikler sağlanabilmeli ancak uygulanabilir ve iyi planlanmış bir şekilde tur programlarına uygun şekilde davranılmalıdır.

- Sabırlı ve kriz yönetebilen kişilik yapısı:

Tüm turistlerin uyumlu ve esnek olması, bir tur programı içinde çok ender olarak rastlanan bir durumdur. Turistlerin gittikleri destinasyonlarda farklı alanlara dağılması, konaklama tercihlerindeki istekleri ve zaman konusunda esnek olamaması gibi durumlar ile karşılaşmak mümkündür. İyi bir turist rehberinin daha yavaş veya zor insanlarla nasıl ilgilenileceğini bilmesi, her zaman sabırlı ve sakin bir yapıda olması gerekmektedir. Ayrıca, acil bir durumda turist rehberlerinin ne yapacaklarını

da bilmesi, mümkün olduğunda sakin bir atmosfer sağlarken, krizi ele alarak, turistlerin ihtiyaç ve beklentisini de gözetererek, yönetmesi gerekmektedir.

- Eğitimli ve kalifiye nitelikler:

Turist rehberinin temel bir özelliği olarak eğitim önemli bir konudur. Ancak, bazı ülkelerdeki yöresel rehberlerin eğitim seviyesi yeterli olmayabilmekte ya da rehberlik ile ilgili temel eğitimleri almadığı durumlar görülmektedir. Eğitimli ve nitelikli rehberlere sahip olmak, seyahat acentelerine, ülkenin tanıtılmasına ya da ziyaret edilen destinasyonların gelişimine değer katmaktadır. Resmi rehber eğitimi veya lisansı olan rehberler, tur rehberi olmak için profesyonel olarak eğitilmektedir. Resmi yönergeleri izleyerek bir seyahat deneyimi organize edebilmekte ve yürütebilmektedir. Eğitim, turist rehberliğinin en önemli özellikleri arasında olmakla birlikte, sadece turist rehberliği alanında eğitimler almak, turizm sektöründe yeterli olmayabilmektedir. Yukarıda belirtilen özellikler turist rehberleri açısından kendilerinde olması gereken genel özellikleri ifade etmektedir. Ancak, turizmin çok yönlü yapısı nedeni ile birçok sektör ile iç içe faaliyetlerin yürütülmesi nedeni ile turist rehberlerinin de kendi alanları dışında birçok farklı bilgi ile kendilerini donatması gerekmektedir. Turistlerin bir destinasyondan alınarak birden fazla gün birçok destinasyona götürülmesi, konaklamalarının yapılması, transferler, ulaşım çeşitlilikleri, gıda ve yemeklerin durumu, çevre ile ilgili bilgileri gibi birçok farklı konuda bilgili olmaları beklenmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, tur programları sırasında turistler tarafından lider olarak görülen ve turdaki tüm bilgilerin var olduğu düşünülen insan, turist rehberidir.

Tur programlarının niteliğine göre birden fazla destinasyonun ziyaret edilmesi, çok farklı unsurların turist rehberleri tarafından bilinmesini gerekmektedir. Örneğin, bir tur programında yer alan deniz kıyıları dahilinde olan destinasyonlarında deniz ve deniz ürünleri ile ilgili taleplerin olacağı normal bir durumdur. Deniz ürünlerinin kalitesi, yiyeceklerin deniz ürünlerinden temin edilmesi ya da talep edilmesi durumunda hassas bir durumu ifade etmektedir. Deniz ürünlerinin kalitesinin iyi olmadığı, bayat ya da saklanma koşullarının uygun olmadığı durumlarda insan sağlığı açısından sorunlara yol açabilmektedir (Yolasiğmazoğlu, 2022b: 145). Özellikle deniz ürünlerinin denizdeki avlanma biçimi, depolanma koşulları, pişirilme şekilleri ve deniz canlılarının insanlarda oluşturduğu alerjik durumlar gibi unsurlar, sağlık açısından tehditlere neden olmaktadır. Deniz ürünlerinin avlandığı bölgeler ve insanlara ulaşımına kadar ki her aşama, insan sağlığı üzerinde doğrudan veya dolaylı sağlık sorunları yaratmaktadır (Yolasiğmazoğlu, 2022c: 24). Bu kapsamda, turistlerin bir tur programında deniz ürünleri talep etmesi, turist rehberlerinin yiyeceklerin tüketileceği restoran seçiminden başlamak üzere, deniz ürünlerinin tazeliği ve sağlık açısından durumu hakkında bilgi sahibi olmasını zorunlu kılmaktadır. Aksi takdirde, alerjik durumlar veya zehirlenmeler gibi durumlar ortaya çıkabilmekte, tur programının zamansal sorunu veya iptali olabilmektedir. Kendi eğitim ve

çalışma alanı dışında olan bir konu da olsa, tur rehberlerinin turistler ile ilgili tüm alanlarda bilgili olması beklenmektedir.

Çevre, turizmin vazgeçilmez unsurlarından biridir ve çevreye duyarlı olunmaması halinde su, hava, gürültü ve toprak kirliliği ortaya çıkacaktır (Akyurt & Yolasığmazoğlu, 2023: 2). Turistik destinasyonların özelliklerine göre özellikle ekoturizm destinasyonlarına veya çevresel unsurları dikkat edilmesi gereken destinasyonlara olan tur programlarında farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Sadece doğal alanlarda değil, çevre ile ilgili olan tüm destinasyon turlarının özenli bir şekilde ziyaret edilmesi gerekmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, turizmin çevresel bilinç ile yapılması gerekliliğinden ortaya çıkmasıdır. Çevresel bilinç düzeyi sağlanması gereken turizm faaliyetleri, gelecekte de aynı destinasyonların turizm amacı ile kullanılması için gereklidir. Çevre ve turizm arasındaki kuvvetli bağ nedeni ile turist rehberlerinin çevre konusunda duyarlı ve de bilinçli olması gerekmektedir.

Çevre konusunda turizmin en önemli olumsuz etkileri başında çevrenin kirletilmesi konusu gelmektedir. Özellikle plastiklerin üretim malzemelerinde ve ürünlerin depolanmasında kullanılması nedeni ile dünya genelinde plastik kirliliği artmış durumdadır. Günümüzün en önemli sorunları arasında gelen plastik kirliliği, çevrenin, insanları ve diğer canlı türlerinin hayatını uzun vade de olumsuz olarak etkilemektedir. Bu konudaki en önemli sorun plastiklerin gözle görülmeyecek kadar küçük parçacıklara ayrılması ve mikroplastiklere dönüşmesidir. Mikroplastikler, insanların ve hayvanların fark etmeden yutulması ile sağlık açısından sorunlar yaratmaktadır (Yolasığmazoğlu, 2022a: 62). Bu durumun azaltılması ya da engellenmesi için tur programlarındaki gezilerde turist rehberleri tarafından turistlere çevre bilinci ve çevrenin plastiklerden arındırılması için bilgilendirmeler yapılmasıdır. Turist rehberlerinin çevre konusunda duyarlı ve uyarıcı nitelikte yaklaşımı, turizmin gelecekte de devamlılığı için önem arz etmektedir.

Gastronomi turizmi, son yıllarda dünya genelinde önemli turizm çeşitleri arasına girmiştir. Gıdaların özellikleri, içerikleri, depolanması ve sunumu gibi unsurlar, gastronomi turizminin alanına giren (Akyurt & Yolasığmazoğlu, 2022a: 3226) ve turist rehberleri tarafından tur düzenledikleri destinasyonlar için bilmeleri gereken konular arasına girmiştir. Çevre konusu ile birlikte turistlerin gıda konusundaki endişelerinin giderilmesi, turist rehberlerinin bilinçli olması gereken konular arasında gelmektedir. Farklı ülkelere seyahat eden insanların, yöresel yemekler tatma arzusu önemli bir turizm faaliyeti olarak görülmektedir. Bu durum, turist rehberlerinin tur programları kapsamında turistlerin arzu ettikleri ve hassas oldukları yiyecek ile içecekler konusunda dikkatli olmasını gerektirmektedir. Gıdaların özellikleri, dini açıdan turistler açısından önemi ve yerel lezzetlerin tanıtılması gibi unsurlar turist rehberlerinin bilgi sahibi olması gereken konulardır.

Bu kapsamda, başarılı bir turist rehberinin önemi aşağıdaki maddelerde özetlenmektedir (Hwang & Lee, 2019: 1334):

- Turistler, turlara katılırken belirli beklenti ve istekler ile gelmektedir. Turist rehberinin etkin bir rol göstermesi, destinasyonların iyi tanıtılması, müşteri tatmini ve tekrar ziyaretlerin oluşmasını sağlayacaktır,
- Turistler, seyahat acentelerinin markası ile birlikte tur rehberlerinin uzmanlığına güvenmektedir. Endişe duymadan ve beklentilere uygun turun gerçekleştirilmesi, seyahat acentesinin marka imajına da olumlu şekilde yansıtacaktır,
- Seyahatler sırasında sorunların çabuk şekilde çözülmesi, turist rehberlerinin yetkinlikleri ve işlerine olan tutkusu ile ilişkilidir. İyi bir turist rehberi, aniden ortaya çıkacak olan ve tur programına uygun olmayan durumlarda çözüm önerileri üretebilen kişilerdir.
- Turistlerin tur sırasında yerel halktan satın alma gerçekleştirmesi sürecin doğal bir yönüdür. Turist rehberlerinin bu satın alma davranışları sırasında turistlerin maddi avantajlarına yönelik olarak pazarlama görevini üstlenmesi, turistlerin tur programına, acenteye ve turist rehberine güvenmesini sağlayacaktır. Uzun vade de ağızdan ağıza pazarlama ile potansiyel müşterilerin oluşmasına yardımcı olacaktır.

Görüleceği üzere, turist rehberleri sadece turların gerçekleştirilmesini sağlayan ve sadece turistik destinasyonlar hakkında bilgi veren insanlar değildir. Birçok konu hakkında bilgi sahibi olması gereken, tutkulu ve bilinçli bir karaktere sahip, güncel konular ile gastronomi, gıda ve çevre konularında da bilgili insanlar olmak zorundadır. Bu bilgiler ile donatılan rehberlerin, turistik talep ve pazarlama işlevlerini de yerine getirdiği bilinmektedir.

2. Yöntem

Araştırmanın yöntemi, nitel veri analizi yöntemi olarak belirlenmiştir. Veriler, literatür taraması ile yapılmış, konunun amacı ile hedeflerinin anlaşılması için yerli ve yabancı bilimsel araştırmalar incelenmiştir. Bununla birlikte, incelenen bilimsel eserlerin sonuçları ortaya konmuş, seyahat acentelerinin çalışma sistemlerinde turist rehberlerinin önemi ve etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu ilişkinin tespit edilmesine yardımcı olması amacı uluslararası tur programları düzenleyen seyahat acentesi sahipleri ile yüz yüze görüşmeler yapılmış, bu yöneticilerin bilgileri ve ifadeleri dahilinde çıkarımlar da sunulmuştur.

2.1. Seyahat Acentelerinde Rehberlerin Görevleri

Turizme yatırım yapan ülkeler, destinasyonlar ve işletmeler, seyahat deneyimlerinin sorumlu bir şekilde yürütülmesini arzu etmektedir. Tur rehberleri operasyonların başında yer almaktadır ve seyahat deneyimi sırasında gerçekte olanlardan sorumludur. Sürdürülebilirlik açısından, bir seyahat

deneyimi sırasında bir turist rehberinin beş ana görevi vardır. Bu görevleri aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Mak, Wong ve Chang, 2011: 1444):

- Yerel topluluklara saygılı davranmak;

Özellikle topluluk temelli seyahat deneyimleri sırasında ve aynı zamanda yalnızca yerel bir pazarı ziyaret ederken, yerel halka saygılı davranmak çok önemlidir. Turizm yerel topluluklara fayda sağlamalı ve olumlu etki sağlamalıdır. Turist rehberi, yerel halka saygılı davranarak ve turistlerin de benzer davranışları yapmasını sağlayarak, doğru bir örnek olmalıdır. İyi bir rehber aynı zamanda otantik etkileşimi teşvik eden, yöresel ürünlerin satın alınmasını sağlayan ve kültürler arasında iletişimi sağlayan kişidir.

- Doğal kaynakları korumak:

Yerel halka saygılı davranmakla aynı şekilde, doğal kaynaklar korunmalı ve iyi bakılmalıdır. Bu durum, korunan flora ve faunaya dokunmamayı ve çevreden almayı, yollarda kalmayı ve plastik atıkları daima doğadan almayı gerektirmektedir. Rehberler, turistlerin aynı kurallara uymasını sağlamaktan sorumludur. Doğa ile ilgili bilinçli bir davranış modeli geliştirilmesinde rehberlerin önemli sorumlulukları bulunmaktadır.

- Hayvanların korunması:

Yaban hayatı ile seyahat deneyimleri her zaman hassastır ve hayvanların iyiliği için tur rehberleri onlara iyi davranıldığından emin olmalıdır. Turist rehberleri sadece doğru örneği oluşturmakla kalmamakta, aynı zamanda hayvanlara kötü muameleyi bildirmekten de sorumludurlar. Görevleri, turistlerin hayvan seyahati deneyimlerinin olumsuz olarak neden yapılmaması gerektiğini açıklamak ve hayvan dostu alternatifleri vurgulamaktır.

- Güvenli araç kullanımı:

Tur arabalarının sürülürken, tur rehberinin sorumlu ve güvenli sürüş kurallarına uyması gerekmektedir. Hız sınırlarına uymak, belirlenen yollarda kalmak ve dururken motoru durdurmak temel hususlardır. Ayrıca, cep telefonlarının kullanımı sorumlu sürüş davranışı değildir. Safarilerde, rehberin vahşi yaşamdan net bir mesafede durması ve onlara her zaman yol hakkı vermesi beklenmektedir.

- Farkındalığı artırmak ve turistleri eğitmek:

Seyahat deneyimleri sırasında, tüm turistlerin sorumlu şekilde davranması tur rehberinin sorumluluğundadır. Seyahatten önce bilgilendirilmeler yapılmalı, turistlere genel kurallar hatırlatılmalı, ayrıca bazı önemli kural ve düzenlemeler detaylı olarak açıklanmalıdır. Farkındalığı artırmak, turistlerin seyahat deneyimleri sırasında iyi turizme katkıda bulunmaya teşvik etmekle

ilgilidir. Kültürel varlıklar, doğa unsurları ve canlı türlerine yönelik olarak farkındalığın artırılması beklenmektedir.

2.2. Turist Rehberliği Beklentilerine İlişkin Bulgular

Turist rehberliğinin turizm ürününün kalitesi ve ziyaretçi memnuniyeti üzerindeki etkisi oldukça büyüktür. Turist memnuniyeti, seyahat acentelerinin rekabet avantajı elde etmesinde en önemli kriterlerin başında gelmektedir. Olumlu rehberlik hizmetleri, acentelerin seyahat organizasyonlarının etkin bir şekilde düzenlenmesini ve sonuçlanmasını sağlamakta, hizmet kalitesinin yüksek olması tekrar aynı seyahat acentesinin tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Turistlerin eğlenmesi, dinlenmesi, zihinlerindeki destinasyonları gezmesi, ulaşım hizmetlerinin koordinasyonu, konaklama hizmetlerindeki sistemli düzenlemeler, yiyecek-içeceklerin ayarlanması, turistik ürünlerin uygun fiyatlara satın alınmasını sağlamak ve tur programının düzenli şekilde devam ettirilmesi, turist rehberlerinin hizmet kalitesini gösteren unsurlar olarak görülmektedir (Li vd., 2020: 7).

Seyahat acentası tarafından paket düzeninde sunulan çeşitli ürün ve hizmetlerin unsurlarını içermektedir. Bu nedenle, seyahat düzenlemesi, önemli ölçüde soyutluk ile karakterize edilmektedir. Bireysel hizmetlerin kalitesi standartlaştırılmadığından genel kalitesini kontrol altında tutmak zordur. Bundan dolayı, insan faktörü çok önemlidir ve her servis kontağının bir varyasyonu olarak ifade edilmektedir. Birçok çalışma, hizmet sektöründe, tüketicinin hizmet kalitesi algısında birinci iş kolundaki insan kaynaklarının yüksek derecede etkisinin olduğunu göstermiştir. Turist düzenlemesi durumunda, seyahat acentası ilişkisi turistlerle neredeyse tamamen tek bir kişi olan tur rehberi tarafından yürütülmektedir (Akyurt ve Yolasiğmazoğlu, 2022b: 110). Bu nedenle, onun davranışı ve genel performansı, turistlerin seyahat acentesine karşı memnuniyetleri üzerinde baskın bir etkiyi yansıtmaktadır. Turist rehberlerinin sadece tüm tur organizasyonu, yiyecek-içecekler ve doğaya ilişkin çevre unsurları ile bilgilere sahip olması bazı durumlarda yeterli olmayabilmekte, özellikle turistlerle empati yeteneğine sahip olması da beklenmektedir. Turist rehberleri, bir tartışma programındaki moderatör rolünde olmakla birlikte, turistler tarafından her davranışı ve konuşmaları dikkatle takip edilmektedir. Seyahat acentesinin hizmet kalitesinin sembolü olan bu kişiler, imaj ve marka oluşturma konusunda birçok reklamdan daha etkili bir görevi üstlenmektedir (Mackenzie ve Raymond, 2020: 4).

Bu kapsamda, çalışmanın literatür taraması ve seyahat acentesi yöneticileri ile yapılan görüşmeler sonucunda, bir turist rehberinden beklenen davranış kalıpları aşağıda maddeler halinde özetlenmektedir. Bir destinasyonun imajında ve markalaşmasında etkin bir rolü olan bu meslek grubundaki insanların, seyahat acenteleri üzerinde olumlu etkiler yaratması için aşağıdaki unsurların kendilerinde olması beklenmektedir.

- Empati yeteneğine sahip olması,
- Zaman konusunda hassas olunması ve dakik olma,
- Sorunları çözme yeteneğine sahip olma,
- Dürüstlük ve güvenirlilik,
- Yasal kurallar hakkında bilgi sahibi olma,
- Çevresel unsurlar ve doğal konularda hassas olma,
- Tur programlarında belirtilen unsurları gerçekleştirme,
- Destinasyonlar hakkında detaylı bilgi sahibi olma,
- İletişim ve bağlantı kurma yeteneği.

Belirtilen bu özellikler ile birlikte, karakter ve kişisel özelliklerin önemli olduğu da ifade edilmektedir. Ayrıca, turizm uygulamaları hakkında bilgi sahibi olması, yerel halkların gelir elde etmesine yardımcı olması, yerel yöneticilerle iletişim kurabilmesi gibi ek özelliklerin de olması beklenmektedir. Tüm bu özelliklerin bir turist rehberinde olması, aldıkları eğitimler ile doğru orantılı olarak gelişmektedir. Turist rehberliği ile ilgili eğitimler önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora seviyelerinde verildiği gibi ilgili kuruluşların eğitimleri ile de verilmektedir. Ancak, iyi bir turist rehberinin insanlarla ilişki içinde olacağını bilmesi gerekmekte, kendisini bu konularda aldığı eğitimler dışında eğitmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir bit turizm anlayışında bireysel turlar ya da seyahatler ile birlikte tur programlarının etkin bir şekilde rol alması, yasal zorunluluk ile bu turların sorumluluğunu alan turist rehberlerinin etkisini de ortaya koymaktadır.

Sonuç

Turist rehberleri, seyahat acentalarının tur programları ile ilgili işlerinde en kilit oyuncular. Özellikle seyahat acentalarının paket turları ile turistik ürün aracılığıyla sundukları hizmetlerde misafir memnuniyetinden sorumludurlar. Turist rehberleri, turistlerin dilini konuştuktan sonra, turistler ve yerel halk arasındaki ilişkide katalizör görevi görerek, farklı dilleri konuşan ve farklı kültürlerle mensup insanlar arasında iletişim, anlayış ve eyleme olanak sağlamaktadır. Bir bakıma yerel uzmanlar ile ülkenin resmi olmayan tanıtım elçilerinin yabancı turistlere karşı temsilcileri gibi görünmektedirler. Yukarıda belirtilenlerden, turist rehberlerinin seyahat acentasının çalışma sürecine katılan ve yasal olarak rehbersiz seyahat düzenlemesinin gerçekleştirilemeyeceği en önemli personelden biri olduğu açıktır.

Çalışmada, turizm sektörünün pazarlama ve ekonomik olarak en önde sektörlerinden biri olan seyahat acentalarının işleyişinde önemli bir personel olan turist rehberlerinin etkileri ele alınmıştır. Turist rehberlerinin tur programlarındaki etkileri ve neden önemli olduklarına dair bilgiler sunulmuştur. Kişisel özellikler ile birlikte seyahat acentalarının imajını ve markalaşmasını oluşturan

turist rehberlerinin turistler üzerindeki davranış modellerinin etkileri ele alınmıştır. Literatür bilgileri incelendiğinde, seyahat acentelerinin turist rehberlerinden beklentilerinin dakiklik, doğaya ve çevrele unsurlara saygılı, empati yeteneği, sorunları çözme yeteneği, destinasyon bilgisi, dürüstlük ve güvenilirlik, yasal kurallara uyma ve seyahat programında vaat edilen hizmetin sunumu olarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda tur programlarında seyahat acentelerinin temsilcisi olan, destinasyonların ve ülke imajının markalaşmasında ve de olumlu şekilde sürdürülebilir şekilde sağlanmasında turist rehberlerinin etkili bir rolü olduğu ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, aşağıda ifade edilen bazı önerilere yer verilmesi uygun görülmüştür.

- Seyahat acenteleri, tur rehberlerine değer vermeli ve uygun çalışma koşullarında çalıştırmalıdır,
- Turist rehberlerinin acente ile bağının kuvvetlendirilmesi, işletmeye bağlılığının artırılması, mali imkanlarının geliştirilmesi ve sürekli olarak turistlere yönelik eğitimler ile desteklenmesi uygun olacaktır,
- Tur programlarının farklı destinasyonlarda farklı konaklama tesisleri, işletme yöneticileri, yerel halk, kamu temsilcileri gibi insanlarla iletişim içinde olacağından, kendilerine sorumluluk vermek, esnek çalışma koşulları sağlamak gerekmektedir,
- İletişim konusunda yeni gelişmeler hakkında bilgiler verilmeli ve destinasyonlardaki yerel halk ile ilgili kültürel değerler konusunda sürekli olarak desteklenmelidir,
- Seyahat acenteleri ile rehberler arasındaki bilimsel çalışmaların içerik analizi yöntemi ile genel yapısı ortaya çıkarılmalıdır. İçerik analizi, daha önce yapılmış olan bilimsel çalışmaların konu, amaç, yöntem, destinasyon ve içerik olarak incelenmesini ele alan bir yöntemdir (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021, 190). Bu şekilde yapılacak olan analizler ile rehberliğin seyahat acenteleri üzerindeki etkilerine yönelik olarak bilimsel çalışmaların özeti elde edilecek ve gelecekte yapılması planlanan çalışmaların nasıl yapılacağı konusunda öngörüler ortaya konacaktır. Böylelikle, turist rehberliğinin ve acente etkisinin önemi vurgulanacaktır,
- Yerel yönetimler ile seyahat acenteleri arasında iletişimler kurulmalı, rehberlerin işlerini kolaylaştıracak girişimler yapılmalıdır. Bu şekilde, destinasyonlarda herhangi bir sorun çıkması durumunda, rehberlerin sorunları çözme hızı daha iyi seviyelere gelecektir,
- Turist rehberlerinin, seyahat acentelerini ve ülkenin sürdürülebilir turizm talebini etkileyen en önemli insanlardan olduğunun bu insanlara eğitimler ile verilmesi ve de kendilerini geliştirmeleri için imkanların sağlanması uygun olacaktır.

Seyahat acentelerinin işleyişinde, tur programları düzenlemesi temel durumlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu durumun etkin olarak sürdürülebilir bir şekilde sağlanması için büyük seyahat acentelerinin turist rehberlerini kadrolu olarak çalıştırması, rehberlerin iş konusundaki endişelerinin

azalmasını sağlayacaktır. Bununla birlikte, küçük ve orta ölçekli seyahat acentelerinin tur rehberlerini, düzenlenen tur programlarına ve destinasyonlarına göre kiraladıkları bilinmektedir. Bu durum, turizm sektöründe doğal bir durum olarak karşılanmakta, ancak kiralanacak turist rehberlerinin niteliklerinin seyahat acentesini temsil edecek nitelikte olmasına dikkat edilmesi hususu önem arz etmektedir. Çalışmanın, seyahat acentelerinde rehberlik mesleğinin önemini vurgulanması açısından hem seyahat acenteleri yöneticilerine bilgi vermesi hem de gelecekte bu konuda çalışma yapacak olan akademisyenlere yol gösterici olması beklenmektedir.

Kaynakça

- Abrate, G., Bruno, C., Erbetta, F. & Fraquelli, G. (2020). Which future for traditional travel agencies? dynamic capabilities approach. *Journal of Travel Research*, 59(5), 777-791.
- Aguiar-Quintana, T., Moreno-Gil, S. & Picazo-Peral, P. (2016). How could traditional travel agencies improve their competitiveness and survive? A qualitative study in Spain. *Tourism Management Perspectives*, 20, 98-108.
- Akyurt, H. & Ültay, E. (2021). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminin Mevcut Durumu ve Turizm Sektörü Beklentileri. Ed: Ayşe Çatalcalı Ceylan, Ferhat Özbay, Zafer Özomay, Mustafa Batuhan Kurt, *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler Cilt-2*, İçinde. (ss. 160-187), Ankara: Gece Kitaplığı.
- Akyurt, H. & Yolasıgımazoğlu, N. (2022a). Üniversitelerdeki Gastronomi Eğitiminde Gıda Mühendisliğinin Önemi ve Gastronomi Mühendisliği, *International Social Sciences Studies Journal*, 8(102), 3222-3236.
- Akyurt, H. & Yolasıgımazoğlu, N. (2022b). Covid-19 süreci sonrasında otellerde gıda güvenliği ve uygulama önerileri, *Dünya Multidisipliner Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 107-121.
- Akyurt, H. & Yolasıgımazoğlu, N. (2023). Water Pollution Effects of Touristic Facilities Water Quality Example of Batlama Stream Giresun Türkiye, *Arctic Journal*, 76(3). 1-14.
- Budeanu, A. (2005), Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective, *Journal of Cleaner Production*, 13, 89-97.
- Cheng, J. C., Chen, C. Y., Teng, H. Y. & Yen, C. H. (2016). Tour Leaders' job crafting and job outcomes: The moderating role of perceived organizational support. *Tourism Management Perspectives*, 20, 19-29.
- Choen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origin, Structure and Dynamics of a Role, *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

Huang, L., Yung, C. Y. & Yang, E. (2011). How do travel agencies obtain a competitive advantage? Through a travel blog marketing channel. *Journal of Vacation Marketing*, 17(2), 139-149.

Hwang, J. & Lee, J. (2019). Relationships among senior tourists' perceptions of tour guides' professional competencies, rapport, satisfaction with the guide service, tour satisfaction, and word of mouth. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331-1346.

Lawton, J. L. & Weaver, D. B. (2009). Travel Agency Threats and Opportunities: The Perspective of Successful Owners. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10, 68-92.

Li, Y., Song, Y., Wang, M. & Huan, T. C. (2021). The influence of tour guides' service quality on tourists' tour guide stigma judgment: An asian perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 551-560.

Li, Y., Liu, B., Zhang, R. & Huan, T. C. (2020). News information and tour guide occupational stigma: Insights from the stereotype content model. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100711.

Mackenzie, S. H. & Raymond, E. (2020). A conceptual model of adventure tour guide well-being. *Annals of Tourism Research*, 84, 102977.

Mak, A., Wong, K. & Chang, R. (2011). Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442-1452.

Ong, C. E., Ryan, C. & McIntosh, A. (2014). Power-knowledge and tour-guide training: Capitalistic domination, utopian visions and the creation and negotiation of UNESCO's Homo Turismos in Macao. *Annals of Tourism Research*, 48, 221-234.

Reisinger, Y. & Steiner, C. (2006). Reconceptualising interpretation: The role of tour guides in authentic tourism. *Current Issues in Tourism*, 9(6), 481-498.

Turpcu, E. ve Kılıç, F. (2022). A grubu seyahat acentalarının personel seçim kriterlerinin Ahp yöntemi ile derecelendirilmesi: Niğde ili örneği, *Social science development journal*, 7(33), 321-335.

Ültay, E., Akyurt, H. & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 188-201.

Weiler, B. & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21(21), 90-99.

Yolasıǧmazoǧlu, N. (2022a). Mikroplastikler ve İnsan Yaşamına Etkileri. Editörler: Hikmet Y. Çoǧun, Hasan Üzmuş, İshak Parlar, *Doğa ve Mühendislik Bilimlerinde Güncel Tartışmalar-7*, ss. 58-66, İzmir: Bilgin Kültür Sanat Yayın.

Yolasıǧmazoǧlu, N. (2022b). Denizel Karotenoidler: Kaynakları ve Sağlığa Faydaları, Editör: Doç. Dr. Atilla ATİK, *Ziraat, Orman ve Su Ürünleri Alanında Güncel Tartışmalar*, Basım sayısı: 1, ss. 141 -159, Ankara: Duvar Yayınları.

Yolasıǧmazoǧlu, N. (2022c). Konserve Balık Üretiminde Oluşan Kalite Değişimleri. *Euroasia Journal of Mathematics, Engineering, Natural & Medical Sciences*, 9(24), 19–27.

Yu, X. (2001). Intercultural communication and mediation: A framework for analyzing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 8(1), 75–87.

Zhang, H. Q. & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: Evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81–91.

