

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 12.09.2020
Revizyon Tarihi (Revised) : 10.10.2020
Kabul Tarihi (Accepted) : 30.12.2020

TURED
JOTOG



Yurtdışı Paket Tur Kapsamında Sunulan Rehberlik Hizmetlerinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Guidance Services Offered Under Outgoing Package Tour

Prof. Dr. Mehpare TOKAY ARGAN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Türkiye
Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Applied Science, Turkey
E-Mail: mtokayargan@gmail.com

Öğr. Gör. Samet KARAHAN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Türkiye
Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Applied Science, Turkey
E-Mail: samet.karahan@bilecik.edu.tr

Arş. Gör. Mehmet Tahir DURSUN

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Anadolu University, Social Sciences Institute, Turkey
E-Mail: mehmettahirdursun@anadolu.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Turist rehberliği çoğunlukla geleneksel turizm ürünleri ile birlikte kültürel, tarihsel ve rekreasyonel faaliyetlerde ilgili turist grubuna kılavuzluk etmeye yönelik bir meslek olarak ifade edilmektedir. Seyahat acenteleri bünyesinde ya da serbest çalışan turist rehberleri paket tur satın alan turistlere yurt içinde ve yurt dışında hizmet vermektedir. Turist rehberlerinin ülke imajı ve tanıtımı açısından önemli olmasının yanı sıra turist grubu tarafından nasıl algılandığı da önem arz etmektedir. Ayrıca, turistler tarafından rehberlerin nasıl algılandığı rehberlik hizmetinin niteliğini ve turistlerin yaşadığı tur deneyimini ortaya koymaktadır. Bu hizmet özellikle yurt dışı turlarda daha önemli hale gelmektedir. Bunun nedeni dil güçlükleri ve kültürel uzaklık gibi psikolojik faktörlerin yurtdışı turlarda daha önemli olmasına dayandırılabilir. Bu çalışma, yurt dışına düzenlenen paket turlarda sunulan rehberlik hizmetlerinin turistler tarafından nasıl algılandığına odaklanmıştır.

Yöntem: Çalışma amacı kapsamında yurtdışına düzenlenmiş paket turlara katılan turistlerden veriler toplanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden yapılandırılmış soru formu tekniği kullanılmıştır. Demografik verilerin yanı sıra katılımcılara paket turda sunulan rehberlik hizmeti hakkında sorular sorulmuştur. Bu bağlamda ‘Turist rehberlerinin performanslarını gerçekleştirirken anahtar performans boyutları nelerdir?’ temel araştırma sorusu olarak ele alınmıştır. Çalışmada kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak küçük ve homojen bir örneklem grubundan veriler toplanmıştır.

Bulgular: Verilerin analizi sonucunda turist rehberinin bilgi düzeyi (destinasyonlar hakkında teknik bilgi), fiziksel özellikleri, iletişim yeteneği, diğer turistlerle bağ oluşturması, karşılaşılan problemleri anlaması ve çözüm bulması şeklinde bulgular ortaya çıkmıştır.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Çalışma sonuçlarının yurt dışındaki rehberlik hizmetleri hakkında bilgi vermesi ve araştırma bulguları ışığında literatüre katkı sağlanması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yurtdışı paket tur, turist rehberliği, rehberlik hizmetleri.

Makale Türü: Araştırma makalesi

Atf için (for cited): Argan Tokay, M., Karahan, S. ve Dursun, M. T. (2020). Yurtdışı Paket Tur Kapsamında Sunulan Rehberlik Hizmetlerinin Değerlendirilmesi, *Turist Rehberliği Dergisi*, 3(2), 101-114.



Abstract

Purpose and Importance: Tourist guidance is mostly expressed as a profession to guide a tourist group in cultural, historical and recreational activities along with traditional tourism products. Tourist guides within the service of travel agencies or self-employed, serve tourists who buy a package tour as ingoing or outgoing. In addition to being important in terms of the image and promotion of the country or touristic destination, tourist guides are also important in the context of how being perceived by the tourist group. Also, how the guides are perceived by the tourists reveals the quality of the guidance service and the tour experience that the tourists have. This service becomes more important especially in outgoing tours. The main reason for this is that psychological factors such as language difficulties and cultural distance become more important in outgoing tours. This study focused on the perception of the guidance services offered in package outgoing tours.

Methodology: Within the scope of the study, data were collected from tourists participating in package tours. A structured questionnaire technique, one of the qualitative research methods, was used. In addition to demographic data, the participants were asked about the guidance service offered in the package tour. In this context, "What are the key performance dimensions for the performance of the tourist guides?" were taken as the main research question. In the study, data were collected from a small and homogeneous sample group using the snowball sampling method.

Findings: In result of data analysis, the level of knowledge of the tourist guide (technical information about destinations), physical features, communication ability, linking with other tourists, understanding and finding solutions to the problems encountered were established as findings.

Originality/Value: The results of the study are expected to provide information about guidance services abroad and contribute to the literature in the light of research findings.

Keywords: Outgoing package tour, tourist guidance, guidance services.

Paper Type: Research article

Giriş

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre 2019 yılında dünya genelinde seyahat eden kişi sayısı bir önceki yıla göre %5 artarak yaklaşık 1,5 milyara ulaşmıştır (UNWTO, 2020). Her geçen yıl büyüyen turizm sektöründe özellikle kitle turizmine yön veren tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin büyük bir payı vardır. Bu payın oluşmasında ise paket turlar önemli bir role sahiptir. Özellikle uluslararası turizm hareketlerinde daha çok tercih edilen paket turlar, konaklama, yiyecek içecek, ulaştırma ve eğlence gibi hizmetlerin bir araya getirilmesi ile oluşturulan turistik ürün olarak değerlendirilebilir. Paket turlara katılan turistler çoğunlukla genel bir memnuniyet beklerler ve bu nedenle satın aldıkları paket turun herhangi bir boyutundaki bir eksiklik turistlerin memnuniyetsizliğine yol açabilir (Güven, 2018). Bu memnuniyetsizliğin önlenmesinde turist rehberlerinin büyük etkisi vardır.

Hizmet sektörünün bir parçası olan turist rehberleri acenteyi temsil eden ve bu özelliği ile de sorumluluğun büyük bir kısmını üstlenen bir turizm elçisidir (Bayram, 2017). Grup olarak tarihi ve turistik mekanları ziyaret eden turistlerin karşılaşabileceği her türlü sorunda başvuracakları ilk kişidir. Seyahat acentelerinin sundukları hizmet kalitesinin belirlenmesinde önemli bir etkidir (Wang, Hsieh & Huan, 2000; Bowie and Chang, 2005; Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Temizkan, Temizkan & Tokay, 2013). Bu nedenle turistler ile rehberler arasındaki ilişki her zaman çok önemli olmuştur ve araştırmacılar tarafından incelenmiştir.

2019 yılında yurt dışını ziyaret eden kişi sayısı geçen yıla oranla %15,1 artarak 9.650.512 olmuştur. Yurt dışında yapılan turist başına ortalama harcama ise 456\$ olarak belirtilmiştir. Yıllık turizm gideri 4.403.670 bin \$ iken bunun yaklaşık 735 milyon doları paket turlara harcanmıştır (TUİK, 2020). Literatürde turistlerin satın aldıkları paket tur



hizmetlerinden memnuniyetlerine yönelik çalışmalara sıklıkla rastlanmaktadır (Ataberk, 2007; Olcay vd., 2015; Güven, 2018; Ay, 2019; Bilgimöz, 2019). Ancak, yurt dışında düzenlenen paket turlarda sunulan rehberlik hizmetlerine yönelik çalışmalar az sayıdadır (Çolakoğlu, Çulha & Efendi, 2009; Arslantürk, Altınöz & Çalık, 2013; Ceylan & Güven, 2017). Bu amaçla, bu çalışma yurt dışına düzenlenen paket turlarda sunulan rehberlik hizmetlerinin turistler tarafından nasıl algılandığına odaklanmakta ve elde edilen bulguların literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

1. Turist Rehberliği

Türk Dil Kurumu (TDK, 2020) rehber kelimesini; “birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse veya şey, delil” olarak tanımlamıştır. Dünya Turist Rehberleri Birliği (World Federation of Tourist Guide Associations – WFTGA) turist rehberini; ziyaretçilere kendi seçtikleri dilde rehberlik eden ve genellikle yetkili kurum tarafından verilen bir belge ile tanımlanmış bir bölgede kültürel ve doğal mirası yorumlayan kişi olarak tanımlamaktadır (WFTGA, 2020). Turist rehberi, belirli bir program dahilinde yerli ve yabancı ziyaretçilere yol gösteren, program kapsamındaki destinasyonlar hakkında turistlerin kendi dilinde doğru bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin sosyal, ekonomik ve kültürel izlenimler almasına yardımcı olan kişidir (Ahipaşaoğlu, 2001).

Turist rehberleri davranışları, yetenekleri ve sahip oldukları bilgiler ile toplum ve ülke hakkında ziyaretçileri bilgilendiren, kendilerini, çalışma arkadaşlarını, işletmelerini, ülkelerini ve ülke halkını yabancılara karşı temsil eden turizm profesyonelleridir (Kılıçhan, 2019). Türkiye’de 2012 yılında çıkarılan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu turist rehberlik hizmetlerini; “*Seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesini ifade eder*” şeklinde tanımlamaktadır (Resmi Gazete, 2012).

Turist rehberleri sahip oldukları yeterlilikler ile turistlerin memnuniyetinde önemli bir role sahiptirler. Değişen turist yapısı ve isteklerine göre kendilerini geliştirmeleri ve gelişen teknolojiye (tablet, telefon, forum, uygulamalar vs.) ayak uydurarak rekabet avantajı elde etmeleri gerekmektedir. Belirli bir alanda uzmanlaşmış rehberler, o alanla ilgili sahip oldukları bilgiyi güncellemeleri ve en doğru şekilde aktarabilmeleri gerekmektedir (Olcay vd., 2015: 350).

Aktaş & Batman (2010: 379) turist rehberlerinin tanıtım elçisi olduğunu ve turistlerin ülkede buldukları süre içerisinde destinasyonla ilgili bilgileri en akılda kalıcı şekilde aktaran, gerektiğinde politikacı, sanatçı, ressam, müzisyen rolüne bürünmesi gerektiğini belirtmektedir. Turist rehberliği mesleği, turistlerin gezi süresince rahat etmesini sağlamak amacı güden bir meslektir. Bu mesleğin geçmişi oldukça eskilere dayanmaktadır ve ilkçağlardan başlayarak günümüze kadar yapılmaya devam eden bir meslektir. (Çimrin, 1995: 9).

Rehberliğe tarihsel süreç içerisinde bakıldığında M.S. 130 yıllarında Mısır’ı ziyarete gelen Romalı İmparator Hadrian ve karısını Mısırlı rahiplerin gezdirdiği, Hz. Musa’nın Kızıldeniz’i yarmasıyla tebaasını kurtararak yol gösterdiği (Ahipaşaoğlu, 2001), Müslümanların Mekke’yi Hristiyanların Kudüs’ü ziyaretleri sırasında bölgeyi bilenlerle



seyahat ettikleri (Batman, Yıldırğan & Demirtaş, 2000), antik dönemde Truva'yı gezdiren ve İlayda'dan bölümler okuyan rehberler olduğu (Çolakoğlu, Epik & Efendi, 2010) bilinmektedir. Ancak ilk organize tur Thomas Cook tarafından 1841 yılında organize edilmiş ve bizzat kendisi tarafından yönetilerek çağdaş rehberliğin temeli atılmıştır (Batman, Yıldırğan & Demirtaş, 2000).

Ülkemizde "Tercüman Rehberlik" ile ilgili ilk düzenlemeler, 29 Ekim 1890 tarihinde yayınlanan "Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 sayılı Nizamnâme" ile birlikte resmîyet kazanmıştır (Çimrin, 1995: 11). Cumhuriyetin ilk yıllarında kurulan ve temel amacı tercümanlık işlerini yabancı dil bilen azınlıklardan kurtarmak olan "Türk Seyyahin Cemiyeti'ne" üye gençler tarafından (Ahipaşaoğlu, 2001) icra edilen bu iş, günümüzde profesyonel bir meslek dalı olarak, üzerinde durulması gereken bir hal almıştır (Batman, 2003: 118).

Profesyonel turist rehberinin gerek ülke tanıtımı gerek turizm işletmeleri ve gerekse turistler için stratejik önem taşıdığı göz önüne alınacak olursa, bu mesleği icra edenlerin çok iyi eğitim almalarının yanında, liderlik, davranış esnekliği, sabır ve anlayış, mizah kabiliyeti, kararlılık, fiziksel görünüm ve mesleki etik gibi bazı bireysel özellikleri de taşıması kaçınılmazdır (Batman, 2003: 118).

2. Turist Rehberlerinin Nitelikleri ve Görevleri

Turist rehberleri mesleklerini icra ederken yerine getirmesi gereken bazı görevler bulunmaktadır. Bu görevler, ziyaretçilere ziyaret edilen yerlerde, bölge ya da şehirde rehberlik yapmak; ziyaretçilerin kendi dillerinde ya da anlaşabilecekleri ortak bir dilde kültürel ve doğal mirası yorumlayıcı ve eğlenceli bir biçimde aktarmak olarak ifade edilmektedir (Kozak & Yetgin, 2013). Gündüz (2002), turist rehberlerinin destinasyonun doğası ve tarihsel zenginlikleri ile birlikte turistlere en iyi biçimde tanıtmanın ve sevdirmenin yanı sıra ülkenin iç ve dış siyasetinden sosyal ve etnik yapısına kadar çok değişik yönlerini, zenginliklerini de doğru bir şekilde anlatmak gibi çok önemli görevler üstlendiklerini belirtmektedir.

Turist rehberliği işinin özü iletişimdir. İyi bir iletişimci, mesleğinin gerektirdiği eğitsel ve teknik özelliklerle beraber başarılı bir rehber olabilir (Batman, Yıldırğan & Demirtaş, 2000). Turist rehberi kültür elçisi olmakla beraber turistlerin seyahat deneyimini geliştiren güçlü bir iletişim becerisine sahip olması gereklidir (Şahin, 2012: 30). Bir rehberin, topluluk önünde bildiklerini aktarırken güzel ve etkili konuşması, kendini dinleyenleri etkileyip, inandırabilmesi ve sıkmadan dinletebilmesi gerekir (Güzel, 2007: 13). Turistler, turistik bölgeyi gezerken sadece gözlemlerinde bulunmayıp aynı zamanda turist rehberinin anlattıklarını ve yorumlarını dinlemektedirler. Rehberin grup ile iletişimi grup moralini ve grup içindeki sosyal ilişkileri güçlendirici bir etkiye sahiptir (Korkmaz, Temizkan & Temizkan, 2010: 5). Dolayısıyla rehberlerin, insanlarla hızlı kaynaşabilen, konuşmaya açık olan, turistlerin sıkılmasını engellemek için çeşitli etkinlikler yapıp hikayeler anlatan, iyi espri yeteneğine sahip kişiler olmaları beklenmektedir. Çekingen, sıkılğan ve utangaç insanların rehber olarak başarılı olmaları çok zordur (Temizkan, 2010).

Rehberin bir lider olarak rolünü oluşturabilmesi için, grubun onun hakkında edindiği ilk izlenim büyük bir önem taşır. Rehberin, grup üyeleri tarafından nasıl algılandığı, hizmet deneyimi öncesinde turistlerin zihinlerinde oluşan imajı etkilemektedir (Tangüler, 2002: 34). Rehberin diğer önemli bir özelliği de giyimine gösterdiği özendir. Rehberin giyim kuşamı, yapmakta olduğu turun özelliklerine ve niteliğine uygun olmalıdır (Çimrin, 1995).

Genel anlamda turist rehberlerinin başta gelen görevi destinasyonu tanıtmak ve destinasyonla ilgili bilgi sağlamak olarak değerlendirildiği için turist rehberlerinin



bilgilendirici işlevleri daha ön plandadır (Büyüker & Güzel, 2014). Rehberlerin taşınması gereken önemli niteliklerden biri de tanıttığı yöre, bölge ve eserlerle ilgili bilgisinin tam ve doğru olmasıdır. Turistler sadece yörenin tarihi ve turistik özelliklerini değil, aynı zamanda ülkenin sosyo-ekonomik özelliklerini de öğrenmek isteyebilirler. Bu nedenle rehberin bu konular hakkında da bilgi sahibi olması gerekmektedir (Tetik, 2006: 53). Bunların yanı sıra başka kültürlerden gelen insanlara iyi bir rehberlik hizmeti verilebilmesi için yönettiği grubun dilini iyi bildiği gibi, yönettiği grubun ülkesini kültür, din ve ekonomik yapısı ile gelenek ve göreneklerini de bilmelidir (Güzel, 2007).

Rehberler turlarda acil ve beklenmedik durumlarla karşılaştıklarında, sorumlulukları gereği ilk yardım metotlarını bilmelidirler. İlk yardım eğitiminin rehberler açısından en önemli amacı, rehberleri sağlık açısından acil bir durumda sakin kalmaya hazırlamaktır. Hastayı ve diğer yolcuları telkin edebilmek ve gelebilecek diğer tehlikelerden uzak tutabilmek, çabuk ve duruma uygun kararlar alabilmek, yardım gelene kadar hastayı korumak ve temel yaşam değerlerini kontrol etmek rehberin diğer görevleri arasındadır (Tangüler, 2002: 29; Bilgimöz, 2019). İstanbul Rehberler Odası turist rehberlerinin görevlerini şöyle sıralamaktadır (İRO, 2020);

- Güçlü liderlik ile grup ruhu oluşturmak,
- Öğrenme ortamı yaratmak,
- Turu başarılı bir biçimde yönetmek, sorunları çözmek,
- Keşif, eğlence, dostluk ruhu yaratmak ve
- Grubu getiren seyahat işletmesinin kurallarına uymak olarak özetlemektedir.

Cohen (1985), turist rehberinin asıl görevinin kılavuzluk ve danışmanlık hizmeti olduğunu savunmakta, kılavuzluğun rehberin liderlik rolünü, danışmanlığın ise aracılık rolünü ortaya çıkardığını öne sürmektedir. Bununla birlikte turist rehberlerinin rollerini yardımcı, sosyal, etkileşimsel ve iletişimsel olarak dört ana gruba ayırmaktadır. Yardımcı rolü, rehberin eşlik ettiği gruba karşı olan sorumluluklarını; sosyal rolü, rehberin turla bütünleşmesini ve davranışlarını; etkileşimsel rolü, turist ile yerel halk, şehir, kurum ve turistik imkânlar arasındaki aracılık yönünü; iletişimsel rolü ise turistlere ziyaret edilen yer/bölge/ülke hakkında bilgi verme şeklini ifade etmektedir (Cohen, 1985: 10-13). Bir rehberin mesleğine her alanda sahip çıkması, mesleğini severek yapması, genel kültüre, güncel bilgilere sahip olması, en az bir yabancı dile hâkim olması ve buna ek olarak, anadilini de en düzgün biçimde kullanması etkileşim açısından önemlidir. Rehberin turistlerin önünde etkin ve akıcı konuşabilme yeteneğine sahip olması, onları sıkmadan, eğlendirerek öğretebilmesi ve onlara eşlik etmesi beklenmektedir. Bu bakımdan rehber-turist etkileşimi, rehberlerin turistlere nasıl davrandığıyla doğrudan ilişkidir (Kalyoncu, 2017).

3. Turist Rehberliğinin Önemi

Seyahat acenteleri, en önemli ürünü olan paket turlarını, müşterilerine turist rehberleri aracılığı ile sunmaktadırlar. Tur programını hazırlayan seyahat acenteleri iken, uygulayıcısı ve yürütücüsü de profesyonel turist rehberleridir. Bu nedenle, turist rehberleri seyahat acentelerinin düzenlediği paket turların başarısını en yüksek ölçüde etkileyen elemanlardır (Temizkan, Temizkan & Tokay, 2013). Ayrıca ürünün bir parçası oldukları için tüketicilerle diğer çalışanlara göre daha fazla zaman geçirirler. Bu nedenle tüketici ve ürün hakkındaki çeşitli bilgileri elde etme olasılıkları da yüksek olmaktadır (Öter, 2007).

Turistler bir ülke hakkındaki duygu, düşünce, tutum ve kanaatlerinin önemli bir kısmını rehber aracılığıyla edinirler. Gerek rehberin ülkesi hakkında verdiği bilgiler, yaptığı değerlendirmeler; gerekse bizzat davranış ve tutumları turistlerin aldığı ilk etkilerdir. Bu



anlamda rehberler ziyaret edilen ülkenin aynasıdır (Batman, Yıldırğan & Demirtaş, 2000). Özellikle organize turlarla ülkemize gelen turistlerin en çok vakit geçirdiği ve etkilendiği kişi turist rehberidir. Turisti geliş noktasından karşılayan ve gezi bitiminde uğurlayan kişi de turist rehberi olduğundan, turistin ilk izlenim ve son kanaatinin oluşmasında rehberin vereceği izlenim önemlidir (Temizkan, 2010).

Turist rehberliği salt bilgi aktarım işi değildir, misafirlere samimi ve misafirperver bir tavır sergilemek, bu mesleğin önemli bir parçasıdır (Kalyoncu, 2017). Rehberler, çok farklı ülke vatandaşlarıyla karşılaşan ilk kişi olmaları ve turistlerle yerel halk arasında diyalog kuran kişiler olmaları nedeniyle en önemli turizm çalışanları olarak adlandırılabilirler (Güzel, 2007). Turist rehberleri, turist ile yerel halk arasında arabuluculuk rolünü kullanarak bu kültürel boşluğu doldurmakta, turist ve yerel halk arasındaki etkileşimde ve turistlere karşı mensubu olduğu kültürü temsil etmek gibi çok önemli bir rol üstlenmektedirler. (Köroğlu, 2011).

Rehberin tur süresince kullanmış olduğu izlenim yönetimi teknikleri, kendisine sorulan sorulara verdiği cevaplar, turda sergilediği performans, turun sorunsuz olarak tamamlanması, rehber-turist arasındaki etkileşim kalitesini ve ülke imajını etkilemektedir (Değirmencioğlu & Ahıpaşaoğlu, 2003: 23). Turistler satın aldıkları turlardan en üst düzeyde memnuniyet beklerler. Bu yüzden, turist rehberleri bunun sağlanmasında önemli bir rol üstlenirler ve genel literatürde hizmet kalitesinin sağlanmasında önemli bir yer tutarlar (Quiroga, 1990; Ahıpaşaoğlu, 2001; Wang, Hsieh & Huan, 2000; Tangüler, 2002; Mak, Wong & Chang, 2010; Köroğlu & Avcıkurt, 2014; İşler & Güzel, 2014).

4. Paket Tur Kavramı

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ön plana çıkan paket turlar, kitlelerin turizm faaliyetlerine katılımını kolaylaştırarak, sektörünün gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Farklı ülkeleri görmek, farklı kültürleri tanımak, dinlenmek, eğlenmek gibi amaçlarla seyahat eden turistler, tekrar evlerine dönüncüye kadar bireysel olarak seyahat etmenin güçlükleriyle uğraşmak zorunda kalmaktadırlar (Güven, 2018: 659). Paket turların gelişmesinde özellikle 1970'lerden sonra hızla yaygınlaşan havayolu ulaştırmasının katkısı çok büyüktür. Havayolu ulaşımının diğer ulaşım araçlarına göre çok daha fazla hızlı olması ve turistlere sağladığı zaman tasarrufu sayesinde tur operatörlerinin paket turlarına talep artmıştır (İçöz, 2000). Paket turlar; güven vermesi, bireysel seyahatlere göre daha ucuz olması, alternatifler sunması, dil sorunu yaşanmaması, tur operatörü güvencesinde olması, farklı yerler gezip görme imkânı vermesi ve zaman tasarrufu sağlaması gibi nedenlerden dolayı tüketiciler tarafından tercih edilmektedir (Mısırlı, 2002: 166).

Paket tur, müşterilere tek bir fiyat üzerinden satılan ulaşım, konaklama, gezi ve yemek gibi birçok tatil bileşeninin bir araya getirildiği kombinasyondur (Sheldon and Mak, 1987: 13; Hacıoğlu, 2006; Mısırlı, 2002). Diğer bir tanıma göre paket tur; tur operatörlerinin önceden hazırladıkları ve tüketiciye sundukları konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, seyahat güzergâhı gibi unsurları bir paket içerisinde tek bir fiyattan sunmalarıdır (Hacıoğlu, 2006). Benzer şekilde Karamustafa & Erbaş (2011) paket turu “birbirinden bağımsız birden fazla ürünün bir araya getirilerek oluşturulan, bileşik ürün özelliği taşıyan ve tüketiciye tek bir fiyattan sunulan hizmet ağırlıklı bir turistik ürün” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca paket turun beş temel ögenin bileşiminden oluştuğunu belirtmektedir (Karamustafa & Erbaş, 2011: 106);

- Destinasyondaki çekicilikler,
- Destinasyonda turistlere sunulan imkanlar,
- Destinasyonun ulaşılabilirliği,
- Destinasyonun imajı



e. Destinasyondaki ürünlerin fiyatları.

Paket turlara katılan turistler genel bir memnuniyet beklentisindedirler ve satın aldıkları paket turun herhangi bir boyutundaki eksiklik veya hata turistlerin memnuniyetsizliğine yol açabilir. Bununla birlikte bir paket turun kalitesi, turizm işletmelerinin eşgüdümlü kontrol ve etkileşim sağlanması ve hizmet sağlayıcılarının birbirleri ile koordineli çalışmasını gerektirmektedir (Güven, 2018: 658).

Paket turlar, tüketiciler tarafından çok farklı sebeplerle tercih edilmektedir. Bunlar arasında ilk sırayı fiyat almaktadır (Ay, 2019; İşler & Güzel, 2014). Diğer nedenler ise; güvence, rehberlik hizmeti, alternatif fazlalığı, bölge ile ilgili daha detaylı bilgi alma, kolaylık, sosyalleşme, düzenlenebilirlik, kişiselleştirme olarak sıralanabilir. (Hacıoğlu, 2006; İşler & Güzel 2014; Chan, Hsu & Baum, 2015; Güven, 2018; Bilgimöz, 2019).

Literatür bilgileri ışığında, turizm sistemi içerisinde yer alan paket turların başarılı bir şekilde yönetilmesinde, turist rehberlerinin önemi oldukça büyüktür. Bu bağlamda, çalışmanın amacı turist rehberlerine yönelik turistlerin değerlendirmelerini ortaya çıkarmaktır. Araştırma kapsamında yurtdışı paket turlara katılan turistlerin deneyimlerine odaklanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, paket turlarda rehberlerin niteliği ve turistlerin yurtdışı paket turlarda hizmet veren turist rehberlerine yönelik deneyimleri, gelecekte yapılacak turların düzenlenmesine ve içeriğine katkı sağlayacaktır. Ek olarak, ileride yapılacak çalışmalarda, ülke içi ve ülke dışı rehberlerin karşılaştırılması ve daha nitelikli bir tur deneyiminin gerçekleştirilmesine yön verebilir.

5. Yöntem

Araştırmada nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Katılımcıların yurtdışında paket turla katıldıkları turizm hareketlerinde aldıkları rehberlik hizmetlerini değerlendirmeleri üzerine sorular sorulmuştur. Verilerin elde edilmesi amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden yapılandırılmış soru formu hazırlanmıştır. Soru formları online bir platform üzerinden katılımcılara iletilmiş ve elde edilen cevaplardan betimsel analiz gerçekleştirilmiştir. Betimsel veri analizi, verilerin daha önce belirlenen temalara yönelik açıklama ve yorumlanmalarını sınıflandırılmasını ifade etmektedir. Bu yaklaşımda, katılımcı görüşlerine sık sık alıntı yapılmakta ve önemle vurguladıkları ifadeler yansıtılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2005).

5.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmada, Türkiye'den yurtdışına düzenlenen paket turlara katılan turistlerin algıladıkları rehberlik hizmetinin niteliğini olumlu ve olumsuz yönleriyle ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Bunu tespit etmek amacıyla turistlere turlarda kendilerine liderlik yapan turist rehberinin özellikleri ve sunduğu hizmetlere yönelik sorular sorulmuştur. Soruların içeriğini, tur rehberinin destinasyona ilişkin bilgi ve donanımı, yönettiği turist grubuyla olan iletişimi, destinasyonla ilgili bilgilerin doğruluğu, anlatım biçimi, öyküleme yeteneği ve olumsuz olaylara yönelik çözüm bulma başarısı ile her turist için rehberle ilişkin 10 üzerinden verdiği değerlendirme puanı oluşturmaktadır.

5.2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Verilerin elde edilmesi için düzenlenen form 12 soru içermektedir. Soruların beş tanesi demografik bilgilere (cinsiyet, medeni durum, kimlerle tura katıldığı, yılda kaç tura katıldığı ve hangi ülkelere gittiği) yönelik, diğer yedisi ise, turist rehberlerinin sunduğu hizmetlere yöneliktir. Soru formunda yer alan özellikler ve soruların hazırlanmasında, Tetik (2006) ve Olcay vd. (2015) çalışmalarından yararlanılmıştır. Veri toplama aracının yüzeysel (kapsam) geçerliliği için uzman yardımı alınmış ve ardından soru formunun nihai haline karar



verilmiştir. Çalışma kapsamında katılımcılara kartopu örneklem yöntemiyle ulaşılmıştır. Kaynak kişiler belirlendikten sonra iletişim bilgilerine online soru formu gönderilmiş ve cevaplamaları istenmiştir. 14-24 Şubat 2020 tarihleri arasında toplam 18 katılımcıdan veriler elde edilmiştir. Katılımcılardan elde edilen metinler veri dosyasına kaydedilerek her katılımcıya ait cevaplar üzerinde analiz aşamasına geçilmiştir.

Çalışmada toplanan veri metinleri, betimsel veri analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma bulguları soru formuna verilen cevaplar doğrultusunda oluşturulmuş ve her soruya verilen yanıtlar altında en çok vurgulanan ifadeler dikkate alınmıştır. Kullanılan ifadelerin diğer katılımcılardan gelen cevaplar ile örtüşüp örtüşmediği çapraz kontrol ile incelenmiş ve verilerin tutarlılığı teyit edilmiştir.

6. Bulgular

Yurtdışı paket turlar kapsamında rehberlik hizmeti alan turistlerin verdikleri bilgilere göre demografik ve kişisel özellikleri aşağıdaki Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların özelliklerine ilişkin bilgiler

	Cinsiyet	Medeni Durum	Katılım Biçimi	Tur Sayısı	Ülkeler
<i>Katılımcı 1</i>	Erkek	Evli	Ailemle	1	Kıbrıs
<i>Katılımcı 2</i>	Kadın	Evli	Ailemle	1	Kıbrıs
<i>Katılımcı 3</i>	Kadın	Bekar	Arkadaşlarımla	1	Almanya, Avusturya, Macaristan, Slovakya, Çek Cumhuriyeti
<i>Katılımcı 4</i>	Kadın	Bekar	Arkadaşlarımla	1	İtalya
<i>Katılımcı 5</i>	Kadın	Bekar	Arkadaşlarımla	1	Almanya, İspanya, Fransa, Polonya, Çekya, Avusturya, Monako, Slovakya
<i>Katılımcı 6</i>	Kadın	Bekar	Arkadaşlarımla	3	İspanya, İtalya, Almanya, Fransa, Lüksemburg, Yunanistan, Bulgaristan, Kıbrıs, Balkanlar
<i>Katılımcı 7</i>	Erkek	Evli	Yalnız	1	Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika, Polonya, Ukrayna
<i>Katılımcı 8</i>	Erkek	Bekar	Arkadaşlarımla	1	Fas
<i>Katılımcı 9</i>	Kadın	Evli	Arkadaşlarımla	1	İtalya, İspanya, Macaristan
<i>Katılımcı 10</i>	Kadın	Evli	Arkadaşlarımla	1	Bulgaristan, Yunanistan, Sırbistan, Arnavutluk, Balkanlar, Gürcistan, Arabistan
<i>Katılımcı 11</i>	Kadın	Bekar	Yalnız	1	Güney Kore
<i>Katılımcı 12</i>	Kadın	Evli	Arkadaşlarımla	2	Almanya, Fransa, Hollanda, Çek Cumhuriyeti
<i>Katılımcı 13</i>	Erkek	Evli	Arkadaşlarımla	1	Filistin, Suudi Arabistan
<i>Katılımcı 14</i>	Kadın	Evli	Arkadaşlarımla	2	Amerika, Japonya, İtalya, Fransa, İspanya, Ukrayna, Prag
<i>Katılımcı 15</i>	Kadın	Bekar	Ailemle	1	Fransa Hollanda
<i>Katılımcı 16</i>	Kadın	Evli	Ailemle	1	Bulgaristan, Yunanistan, Sırbistan Makedonya, Arnavutluk
<i>Katılımcı 17</i>	Kadın	Evli	Ailemle	2	Almanya Amerika, Avustralya, İsviçre, İngiltere, Fransa, İspanya, Mısır, Rusya, İtalya
<i>Katılımcı 18</i>	Kadın	Evli	Ailemle	2	Almanya, Amerika, Avustralya, İsviçre, Fransa, İngiltere, İtalya, Rusya, İspanya.



Tablo incelendiğinde, katılımcıların dördü erkek, 14'ü kadındır. 11'i evli, yedisi bekar olup, altı katılımcı yurtdışındaki paket turlara ailesiyle, iki katılımcı yalnız, 10 katılımcı ise arkadaş grubuyla katıldıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların yılda katıldıkları tur sayısı bir-üç arası değişmektedir. En çok ziyaret edilen ülkeler arasında, Almanya, Amerika, Fransa ve İspanya yer almaktadır. Bu bağlamda, örneklem çerçevesinde katılımcıların daha çok Avrupa ülkelerini ziyaret ettikleri anlaşılmaktadır.

6.1. Turist Rehberinin Katılımcılarla Grup veya Bireysel İletişimi

Tura katılan bireylerden tur rehberinin bireysel ve grup iletişimi konusunda değerlendirmeler alınmış ve şive farklılığı, monoton konuşma biçimi, samimi ve öznel iletişim gibi özellikler ortaya çıkmıştır. Ayrıca tur katılımcıları, rehberin agresif ve sert üslup sergilemesinden dolayı olumsuz deneyim yaşadıklarını belirtmişlerdir.

(K1) *İletişimi güçlü ve grup üzerindeki hakimiyeti olumluydu. Ancak biraz Kıbrıs şivesi yüzünden bazen dediklerinden anlamadığımız kelimeler oluyordu.*

(K5) *Bireysel olarak gruptan kimseyle birebir diyalog kurmadı grup olarak değerlediğimizde monoton bir konuşma şekline sahip oluşu ve birebir iletişimden kaçındığı için etkili bir iletişim süreci sağlayamadı.*

(K11) *Samimiyeti ile iletişim kurdu, kendisi Türkleri çok seviyormuş. Bizimle çok iyi ilgilendi.*

(K12) *Agresif tavırlar sergileyen bir rehberimiz vardı. Tur sırasında küçük uyarılarla sürekli sert konuşmalar yaptı. Bu anlamda memnun olmadık.*

6.2. Turist Rehberinin Turistik Destinasyona İlişkin Bilgi ve Donanımı

Turist rehberleri çoğunlukla daha önce birçok kez ziyaret ettikleri turistik merkezlerini turist grubuna anlatmak ve onlara o bölgede eşlik etmek isterler. Zaman içerisinde o bölgenin uzmanı ve en iyi bilen rehberlerinden biri haline gelirler. Bu bağlamda tur rehberlerinin bilgi ve donanımı rehberlik hizmetinin niteliğini arttırmakta ve tercih edilen rehberler arasına girmektedir. Turistlerin ifade ettikleri turist rehberi bilgi ve donanımı konusundaki dikkat çekici unsurlar, bölgeye ait efsane ve mitlerin detaylı anlatılması, dil yeterliliği ve turizm bilgilerin yanı sıra gezilen ülke hakkındaki sosyo-ekonomik, politik ve halka özgü unsurların da bilinmesi olarak saptanmıştır.

(K1) *Bilgisi vardı. Gezdiğimiz yer ile ilgili olarak bize hikâye ve efsaneler anlattı. Doğru olup olmadıklarını internette kontrol ettik. İlgi çekici ve genellikle o bölge halkının bildiği hikayelerdi.*

(K7) *Oldukça iyi bilgi sahibiydi. Pek çok yerde hikayeler ve mitler anlattı.*

(K5) *Rehberimiz aslen Fransız İngilizce rehber olarak ayarlanmıştı fakat dil yetersizliğinden kaynaklı alan bilgisi varsa dahi bize aktaramadı.*

(K9) *Gezilen yer dışında ülke politikası ve halka dair şeyler de konuştuk. Bunlar hakkında da bilgi sahibi olması hoşuma gitti.*

6.3. Turist Rehberinin Öykü Anlatım Yeteneği

Öyküleme ve öykü anlatım tekniği bir rehberin turist grubunun dikkatini çekmesi ve tur sonrasında akılda kalıcılığını sağlaması açısından önemlidir. Turistlere rehberlik hizmeti açısından rehberlerin öykü anlatım yeteneği sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde tarihi bir bölgeyi gezerken rehberin anlatılarını zihinde yaşatabilme, fazla teknik ve kitabi bilgilerden kaçınma ve dili iyi kullanma gibi özellikler tespit edilmiştir.



(K1) *Öyküleri dikkat çekecek şekilde jest ve mimikler kullanarak anlattı. Anlatırken orada yaşananları zihnimde hissedebildim.*

(K5) *Grubu tanımaya çalışmadı doğrudan ders vermiş gibi hareket etti. Dile hâkim olmama sorunundan dolayı da anlatımları oldukça sıkıcıydı.*

(K6) *Diksiyonu düzgün, anlatım gücü iyiydi.*

(K11) *Teknik bilgiler vermesinden çok anlaşılabilir olması ve gruba o tarihi hikâye ve mitleri yaşatabilmesi benim için daha ilgi çekici oluyor. Bizim rehberimiz sadece teknik bilgilerle turu bitirdi.*

6.4. Turist Rehberinin Fiziksel ve Karakteristik Özellikleri

Turist rehberlerinin fiziki ve karakteristik özelliklerine ilişkin verilen cevaplar değerlendirildiğinde, tur rehberlerinin güçlü, orta yaşlı, ılımlı, sorulara net ve anlaşılır cevaplar veren, enerjik olma, sıcakkanlı davranma gibi özelliklerin turistlerin memnuniyetlerine zemin hazırladığı anlaşılmaktadır.

(K1) *Fiziki anlamda güçlü görünen orta yaşlı bir rehberimiz vardı. Gezdiğimiz yerlerde dağlık, kır alanlarına tırmanma alanlarına kolaylıkla erişebiliyordu. Karakteristik anlamda da gayet ılımlı, sorulara cevap veren ve yardımcı olmaya çalışan bir rehberdi.*

(K5) *Fiziksel olarak mesleki yeterliliklere sahip uzun süre enerjik kalabilecek sportif bir kadındı. Karakteristik olarak soğuk ve mesafeli olduğu için o enerjiyi bize aktaramadı.*

6.5. Yaşanılan Aksaklıklara Karşı Tutum

Tur esnasında yaşanan aksaklıklara karşı tur rehberinin değerlendirmelerine ilişkin verilen cevaplar, uzun süreli beklemler, tur programına uyulmaması, geç kalan turistlerle yaşanan gerginlikler gibi durumlara karşı olumsuz deneyimler ortaya çıkmıştır.

(K2) *Sadece bazı alanlarda diğer turistleri beklemek zorunda kaldık ama rehber sağ olsun o zamanlarda bize anlatmaya devam etti.*

(K4) *Kendisi toplanma noktasına geç kalan arkadaşlarla bir gerginlik yaşadı olayı çözme çabasında bulunmadı daha sonrasında rehber değişikliği yapıldı aynı gün içerisinde.*

(K12) *Mola süresini aştığımız için bizi almadan otele gitmiş, başınızın çaresine bakın demişti. Ama sonrasında bizim şikâyetimiz sonucunda geri dönüp bizi almıştı. Ama otobüste bize kızmıştı.*

6.6. Tavsiye ve Puanlama

Paket tura katılan bireylerin rehberlik hizmetlerini değerlendirmeleri için 10 üzerinden verdikleri puan ve tavsiye edip etmediklerine ilişkin soru yöneltilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Tavsiye ve Puanlamalarına İlişkin Bilgiler

KATILIMCI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Ort.
Tavsiye	E	E	H	E	H	E	E	H	E	E	E	H	E	E	E	E	E	E	
Puanlama	10	9	3	10	2	7	8	4	10	9	9	1	7	8	10	9	8	8	7,3

Yukarıdaki tabloda verilen bilgilere göre, katılımcılar tur rehberlerine 1-10 arası değişen puanlar ile ortalama 7,3 puan vermişlerdir. Yine katılımcıların aldıkları rehberlik hizmetine karşılık tur rehberlerini diğer kişilere tavsiye edenlerin sayısı 14, tavsiye etmeyenlerin sayısı ise dört olarak tespit edilmiştir.



Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Çalışmada Turist rehberleri özellikle yabancı turist gruplarına yönelik kaçınılmaz bir imaj aracı görülmektedir. Turizm sistemi içerisinde hem seyahat acentalarının hizmet temsilcisi hem de ülke hakkında bilgilendirmede bulunan bir elçi görevi üstlenmektedir. Turist rehberleri turist grupları için birtakım görevler üstlenmekte ve bu görevlerdeki başarısı hizmetin niteliğine yansımaktadır. Bu anlamda turist rehberlerinin, düzenlenen tur esnasında dinamik, enerjik, anında çözüm üretebilen, soğukkanlı, anlatım kabiliyeti yüksek, liderlik, kültürel değerleri aktarabilme gibi özelliklere sahip olmaları beklenmektedir. Bu özellikleri taşıyan rehberler, turistlerin yurtiçi ve yurtdışı turlarda daha iyi hizmet almalarına ve iyi bir deneyim yaşamalarına imkân sağlamaktadır. Turist rehberleri genellikle bir seyahat acentasının düzenlediği paket turlarda turist grubuna rehberlik etmesi için günlük, haftalık veya aylık olarak tutulmaktadır. Bu çalışmada yurtdışına düzenlenen paket turlarda hizmet veren rehberlerin niteliklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Turist grubu üyelerinin deneyimlerine ilişkin rehberlik hizmetine verilen cevaplar betimsel olarak analiz edilmiştir. Elde edilen bilgiler ışığında sonuçlar değerlendirilmiştir.

Araştırmada, turistlerden oluşan örneklem grubunun 1-9 ülke arasında yurtdışı paket tura katıldıkları saptanmıştır. Katılımcıların tur deneyimi sonrasında genel olarak turist rehberinden memnun oldukları ve turist rehberinin tur deneyimi açısından öneminin farkında oldukları anlaşılmıştır. En çok dikkat çeken turist rehberi özelliği ezbere bilgiler yerine efsane ve mitleri kendi anlatım tarzıyla aktarmaları olmuştur. Katılımcılar, teknik ve kitabi bilgilerin sunulmasından çok bölgede anlatılan tarihi gelişimleri ve dikkat çekici olayların zihinlerinde yaşamayı arzulamakta ve rehberlerden iyi bir hitabet beklentisi taşımaktadır. Ayrıca, katılımcılar, turist rehberlerinin katı bir program (zamanlama) yürütmelerinden ve olası bir gecikmede turist rehberlerinin davranışlarından rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu durum turist rehberlerinin bir grubu yönetebilme ve olası gecikmeleri hesaba katarak grubu yönlendirmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Tur esnasında yaşanan aksaklıkların giderilmesinde tur rehberinin soğukkanlı davranarak aksaklığın giderildiği sürede farklı konulara ilişkin bilgiler vermesi turist grubunun sıkılmasını engellemektedir. Ek olarak, rehberlerin diksiyonu iyi, olaylara karşı soğukkanlı ve pratik çözümler sunabilen, giyim kuşamına dikkat eden ve hitabeti güçlü olmaları turistler tarafından dikkat edilen fiziksel ve karakteristik özelliklerdir. Bilgilerini sürekli güncelleyen, bölge ile ilgili mitler ve efsanelere hâkim ve destinasyon gezisini doğru ve düzenli bir biçimde organize edebilen rehberler turist tatmini sağlamaktadır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar genelleme yapılmadan verilerin toplandığı katılımcı grubuyla sınırlıdır. Dolayısıyla sonuçlar bu çerçevede değerlendirilmelidir. Daha detaylı sonuçların alınabilmesi için örnekleme daha geniş kitlelerin dahil edilerek katılımcı sayısının artırılması önerilmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda yurtdışından gelen yabancı ziyaretçilerin Türk rehberlerini değerlendirmeleri veya rehberlerin uzmanlık alan bilgisi, rekreasyonel liderlik, kültür ya da gastronomi bilgisi açısından özellikleri incelenebilir.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, H. S. (2001). *Turizmde Rehberlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aktaş, S. & Batman, O. (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 367-395.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö. & Çalık, A. Ö. (2013). Turist Rehberliği Hizmet Kalitesi Ölçümü: Servqual Yaklaşımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 107-118.



- Ataberk, E. (2007). *Tur Operatörlerinin Paket Tur Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkileri Belirleyen Faktörler: İzmir İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ay, S. (2019). *Seyahat Acentasından Paket Tur Satın Alan Müşterilerin Şikayetleri Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Batman O, Yıldırğan R. & Demirtaş N. (2000). *Turizm Rehberliği*, Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Batman O. (2003). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 117-134.
- Bayram, G. E. (2017). Motivasyonun Demografik ve Mesleki Özelliklere Göre Farklılaşması: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 12(48), 257-271.
- Bilgimöz, S. (2019). *Rekreasyonel Turizm Faaliyetlerinde Turist Rehberliği Hizmetlerine İlişkin Bir Değerlendirme: Paket Tur Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bowie, D. & Chang, J. C. (2005). Tourist Satisfaction: A View From A Mixed International Guided Package Tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), 303-322.
- Büyüker, D. & Güzel, F. Ö. (2014). Tur Yönetiminde Profesyonel Turist Rehberlerinin Deneyimsel Rolü: Alman Turistlerin Kültür Turu Satın Alma Davranışına Yönelik Bir Değerlendirme. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19(1), 125-138.
- Ceylan, U. & Güven, Ö. Z. (2017). Yerli Turistlerin Satın Aldıkları Yurtdışı (Outgoing) Paket Turları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 515-532.
- Chan, A., Hsu, C. H. & Baum, T. (2015). The Impact of Tour Service Performance on Tourist Satisfaction and Behavioral Intentions: A Study of Chinese Tourists In Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(1-2), 18-33.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of A Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.
- Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*. Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- Çolakoğlu, O. E., Çulha, O. & Efendi, E. (2009). Paket Tur Şikayetlerine Yönelik Müşteri E-Şikayetleri Üzerine Bir İçerik Analizi. *10. Ulusal Turizm Kongresi*. Mersin, Türkiye, 2009.
- Çolakoğlu O.E., Epik F. & Efendi E. (2010). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Değirmencioglu, Ö. & Ahipaşaoğlu, S. (2003). *Anadolu'da Turizm Rehberliği Temel Bilgileri*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gündüz, S. (2002). *Turist Rehberliği Eğitimi ve Üniversitelerle Turizm Bakanlığı Arasındaki Koordinasyona Yönelik Bir Model Önerisi*. Turizm Eğitimi Konferans-Workshop. Ankara, Türkiye, 2002.
- Güven, Ö. Z. (2018). Paket Tur Kapsamında Sunulan Hizmetlerin Kalitesinin Davranışsal Niyet Üzerine Etkileri: Yurt Dışı Paket Tur Satın Alan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 657-674.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hacıoğlu, N. (2006). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- İçöz, O. (2000). *Seyahat Acentaları ve Tur Yönetimi*, Ankara: Turhan Kitabevi.



- İRO (2020). İstanbul Rehberler Odası. *Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Özellikler ve İşlevleri*, <https://iro.org.tr/tr/56-page-turist-rehberlerinin-sahip-olmasi-gereken-ozellikler-ve-islevleri.aspx> (Erişim Tarihi: 18.08.2020).
- Kalyoncu, M. (2017). *Turist Rehberlerinin Paket Turlarda Kullandıkları İzlenim Yönetimi Tekniklerinin Kişisel Etkileşim Kalitesi Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karamustafa, K. & Çeşmeci, N. (2006). Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Karamustafa, K. & Erbaş, E. (2011). Satın Alma Karar Sürecinde Algılanan Risk: Paket Turlara Yönelik Bir Araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 103-144.
- Kılıçhan, B. (2019). *Profesyonel Turist Rehberliği Mesleği: Mevcut Durum, Meslek Sorunlarının Tespiti Ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, S., Temizkan, S. P. & Temizkan, R. (2010). Profesyonel Turist Rehberliğine Yönelik Zorunlu Hizmet İçi Eğitim Seminerlerinin Pazarlama Açısından İçerik Analizi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. (1). 133-149.
- Kozak, M. ve D. Yetgin. (2013). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Yetkinliklerinin Mesleki yeterlilik çerçevesinde değerlendirilmesi*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, (408-428), Kayseri, Türkiye, 2013.
- Koroğlu, Ö. (2011). *İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koroğlu, Ö. & Avcıkurt, C. (2014). Turist Rehberlerinin Motivasyonu İle Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 45-60.
- Mak, A. H., Wong, K. K. & Chang, R. C. (2010). Factors Affecting The Service Quality of The Tour Guiding Profession In Macau. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 205-218.
- Mısırlı, İ. (2002). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Olcay, A., Bozgeyik, Y., Akköz, H. & Sürme, M. (2015). Profesyonel Turist Rehberlerinin Performanslarının Yerli Turistler Tarafından Değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 349-374.
- Öter, Z. (2007). *Seyahat Acentelerinde Pazarlama Bilgi Sistemlerine Turist Rehberlerinin Katkıları: Ege Bölgesi Örneği*, Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Quiroga, I. (1990). Characteristics of Package Tours In Europe. *Annals of Tourism Research*, 17(2), 185-207.
- Resmî Gazete, (2012). Turist Rehberliği Meslek Kanunu (Sayı:6326) <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> (Erişim Tarihi: 25.02.2020).
- Sheldon, P. J. & Mak, J. (1987). The Demand For Package Tours: A Mode Choice Model. *Journal of Travel Research*, 25(3), 13-17.
- Şahin, S. (2012). *Turist Rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri: Alman, İngiliz ve Rus Turistlerin Algılamaları*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tangüler, A. (2002). *Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.



- TDK (2020). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 25.02.2020).
- Temizkan, S. P. (2010). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Pazarlamasındaki Rolüne Etkisi Açısından Hizmetiçi Eğitim Seminerleri*. Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Temizkan, S. P., Temizkan, R. & Tokay, S. (2013). *Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Turist Rehberi Eğitiminde Yeni Bir Paradoks*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, (5-8), Kayseri, Türkiye, 2013.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TÜİK (2020). Turizm İstatistikleri, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2019. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33669>. (Erişim Tarihi: 25.02.2020).
- UNWTO (2020). United Nations World Tourism Organization. *World Tourism Barometer*, <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>. (Erişim tarihi: 20.02.2020).
- Wang, K. C., Hsieh, A. T. & Huan, T. C. (2000). Critical Service Features In Group Package Tour: An Exploratory Research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189.
- WFTGA (2020). World Federation of Tourist Guide Association. *What is a Tourist Guide?* wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide. (Erişim Tarihi: 25.02.2020).
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde (veri toplama, yazım vb.), tüm etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini, herhangi bir hataya mahal vermemek için yayımdan önce makalenin bir intihal programı aracılığıyla da kontrol edildiğini yazarlar beyan eder. Ayrıca yazarlar aşağıda sıralanan hususları kabul etmiştir:

1. Çalışmada yer alan ve kullanılan tüm kaynaklara, bilimsel araştırma yöntemleri ve etik ilkeler doğrultusunda atıf yapılmıştır.
 2. Çalışmada tüm yazarların akademik-bilimsel olarak doğrudan ve ortak katkısı vardır.
 3. Bu çalışma, yazarların özgün bir çalışmasıdır.
 4. Bütün yazarlar dergiye gönderilen makaleyi görmüş ve sonuçlarını onaylamıştır.
 5. Çalışmada kullanılan denek/deneklere ilişkin herhangi bir etik ihlal yapılmamış, kullanılan tüm veri toplama yöntemlerinde bilimsel etik ilkelere göre hareket edilmiştir.
 6. Çalışma daha önceden bilimsel bir toplantıda sunulan özet veya bu çalışmanın daha kısa hali ise, makalede bu durum belirtilmiştir.
 7. Çalışmada, hiçbir suç unsuru veya kanuna aykırı ifade bulunmamakla birlikte, araştırma yapılırken kanuna aykırı herhangi bir yöntem kullanılmamış olup, çalışma ile ilgili tüm yasal izinler alınmış ve etik kurallara uygun hareket edilmiştir.
- Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Tarih : 10 / 10 / 2020
Sorumlu Yazar : Samet KARAHAN