



PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN DAVRANIŞ VE MESLEKİ YETERLİLİKLERİNİN TUR KALİTESİNE ETKİSİ

Araştırma Makalesi

Semi KARA¹, Mahmut DEMİR²

ÖZET

Araştırmanın temel amacı profesyonel turist rehberlerinin davranış ve mesleki yeterliliklerinin tur kalitesi üzerindeki etkilerini belirlemektir. Araştırma verileri Nisan-Eylül 2018 döneminde İstanbul çıkışlı paket tur satın alan katılımcılardan anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmanın örneklemini 443 kişi oluşturmaktadır. Verilerin analizinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 22 istatistik paket programı kullanılmış olup öncelikle turistlerin kalite algısı düzeyleri için genel çıkarımsal istatistik açısından güvenilirlik testi yapılmış, faktörlerin ayrı ayrı olarak parça güvenilirliği ölçülmüştür. Verilerin çözümlemesinde faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Sonuç olarak profesyonel turist rehberlerinin mesleki yeterlilik, tavır, bilgi ve donanımlarının tur kalitesi üzerinde etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Profesyonel Turist Rehberi, Tur Kalitesi, Rehber Davranışı, Mesleki Yeterlilik

JEL Sınıflama Kodları: L15, L83, L84

THE EFFECTS OF PROFESIONAL TOUR GUIDES' ATTITUDES AND QUALIFICATIONS ON TOUR QUALITY

Research Article

ABSTRACT

The main purpose of the research is to determine the effects of professional tourist guides' behavior and professional competencies on tour quality. The data of the research were collected through a questionnaire form from the participants who purchased package tours in Istanbul between April and September 2018. Since the population of the research is not certain, the sample consists of 443 people. In the analysis of the data, the SPSS 22 statistical package program developed for social sciences was used, and firstly, the reliability test was made in terms of general inferential statistics for the quality perception levels of the tourists, and the piece reliability of the factors was measured separately. Factor analysis, correlation and regression analysis were used to analyze the data. As a result, it was found that professional competence, attitude, knowledge and equipment of professional tourist guides have an effect on tour quality.

Keywords: Professional Tourist Guide, Tour Quality, Guide Behavior, Professional Competence

JEL Classification Code: L15, L83, L84

¹ Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, semkrc.b@gmail.com, orcid.org/0000-0001-9457-0351

² Prof. Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mdemir1@gmail.com, orcid.org/0000-0002-5878-2717

“Kara, S. ve Demir, M. (2021). Profesyonel Turist Rehberlerinin Davranış ve Mesleki Yeterliliklerinin Tur Kalitesine Etkisi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 5: No: 1, p.35-52, doi: 10.30625/ijctr.827449”

Makale Gönderim Tarihi: 17.11.2020

Kabul Tarihi: 21.02.2021

GİRİŞ

Turizm sektöründeki en önemli olgulardan biri şüphesiz ki turist memnuniyetidir. Memnuniyet, kuşkusuz hizmet bileşenleri kadar sunumu gerçekleştirenlerin tutum ve davranışları, nitelikleri gibi belirli değişkenlere bağlıdır. Turizm sektöründe hizmetlerin tesis, plaj, ulaşım araçları, arkeolojik alanlar vb farklı mekanlarda gerçekleşmesi turist memnuniyetinin sağlanmasını zorlaştırabilmektedir. Bu doğrultuda turist memnuniyetinin sağlanması hizmeti sunan kişinin performansına göre de değişebilmektedir. Kişilerin bireysel olarak fark yaratabildiği turizm hizmetinde turist rehberliği hizmeti turist memnuniyeti oluşumunda önemli bir rol almaktadır. Profesyonel turist rehberleri tur esnasında turistlerin istek ve beklentilerinin karşılanması ve grup üyeleri arasında eşitliğin sağlanarak olası davranış problemlerinin önüne geçilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle tur gruplarındaki farklı karakter ve yapıdaki insanların bir arada olmasının yarattığı davranışlara ortak bir payda olma konumundaki profesyonel turist rehberlerinin de özellikleri, tutum ve davranışları tur kalitesine ve turist memnuniyetine yansımaktadır.

Türkiye’de son yıllarda iç turizm hacminin genişlemesi faaliyet gösteren yerli seyahat acentalarının artmasını sağlamıştır. İç turizm piyasasında yaşanan bu artış ile birlikte rekabet kavramı daha da önem kazanmıştır. Yaşanan bu gelişmeler doğrultusunda seyahat acentaları sundukları hizmetlerde turist memnuniyeti ve kalite kavramlarına daha fazla odaklanma ihtiyacı duymaktadır. Şüphesiz ki artan bu rekabet ortamında seyahat acentaları adına turizm hizmetlerini gerçekleştiren turist rehberleri, turist memnuniyeti oluşturmada ve kaliteli hizmet sunmada kilit rol oynamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın temelini, profesyonel turist rehberlerinin özelliklerinin, tutum ve davranışlarının tur kalitesinin oluşumunda ki rolünün tespit edilmesi oluşturmaktadır. Araştırmanın turizm sektöründe turist memnuniyeti ve tur kalitesi oluşturmada önemli bir rol oynayan profesyonel turist rehberlerinin gelişiminde önemli bir etkiye sahip olacağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turist Rehberliği

Profesyonel turist rehberliği kavramı üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, turizm sektöründe destinasyonların ve kültürel varlıkların tanıtımında kilit rol oynayan turist rehberlerinin birçok araştırma konusunun temel başlığı olduğu görülmektedir. Bu kavramın anlaşılması ve tanımlanması adına yapılan literatür taraması sonucu karşılaşılan ve genel görüş olarak kabul edilen tanımlamalar turist rehberlerine önemli bir işlev yüklemektedir. Profesyonel turist rehberi planlı bir gezi programını eksiksiz bir şekilde uygulayan, yerli ve yabancı turistlere gezilecek yerler hakkında doğru ve uygun bir dilde bilgiler aktaran, ülke ve bölgenin tanıtım görevini üstlenen aynı zamanda yerli ve yabancı turistlerin sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan gerekli bilgilere sahip olmasını sağlayan liderdir (Ahipaşaoğlu, 2001:90; Köroğlu, 2013:91). Turist rehberliğini farklı bir bakış açısıyla Yarcın (2007) “müze ve gezi güzergahlarında yer alan kültürel ve doğal alanlarda bulunan kalıntıları ve eserleri yorumlayarak turistin daha önceden seçmiş olduğu dilde anlatan, gezilen bölgelerde yöre halkının kültürünü, gelenek ve göreneklerini tanıtan, mizah yönü kuvvetli lisanslı kişiler” şeklinde tanımlamaktadır.

Pond (1993) profesyonel turist rehberliği mesleğinin yükümlülüklerini, sorumluklarını ve bu mesleği yapacak kişilerin sahip olması gereken özelliklerin bütün olarak değerlendirilmesi öne sürmektedir. Türkiye’de 2005 yılında yürürlüğe giren yasal düzenlemede mesleği icra etme yetkisi ve yeterliliğine vurgu yapılan turist rehberliği tarihsel süreçte Mısır’da rahiplerin kervanlara öncülük etmeleri ve dini amaçlı yaptıkları seyahat önderliklerinden İngiltere’de 1841 yılında Thomas Cook’un düzenlediği ilk organize geziye, Osmanlı Devleti’nde 20 Ekim 1890 yılında çıkarılan “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname” adlı düzenleme ile azınlıkların yapmış olduğu rehberlik ve tercümanlık işi gibi birçok örneklerle doludur (Demir, 2017). Ülkemizde 2012 yılında 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile rehberlik mesleği; eylemli, eylemsiz, çalışma kartı ve ruhsatname gibi

terimlere kavuşarak mesleğin tanımını ve alanı belirlenmiştir.

Cohen'e (2002) göre rehber liderlik ve arabuluculuk gibi sorumlulukları bulunan ve sadece yol gösteren, kamp alanı bulan, işaretleri okuyup takip eden biri değil, öğretici özelliği ön plana çıkan, liderlik yapan ve gördükleri kavramları yorumlamalarında misafirlerine yardımcı olan kişilerdir. Modern anlamda turist rehberi gezilecek yerlerin coğrafi özelliklerini ve yollarını bilmekle sınırlı kalmayıp, grup enerjisini nasıl yüksekte tutacağını, bölgedeki halkın kültürel ve etnik özellikleri gibi bilgileri sunan sosyo-kültürel anlamda gelişmiş kişiler olarak psikolojik ve sosyolojik açıdan da yeterliliklere sahiptir. Turist rehberliğinin uygulama şekli, grup özellikleri, tur süresi vb birçok değişkenin yarattığı avantaj ya da dezavantaj rehber-turist ilişkilerinde karşılıklı tutum ve davranışları da etkileyebilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 551). Turist rehberlerinin sahip olması gereken deneyim, bilgi ve iletişimi kadar bilgileri aktarma tarzı ve sunum şekli son derece önemlidir.

Wolfgang (1982:55) turist rehberlerinin, konuşmuş olduğu anadiline hakim ve hizmet verdiği yabancı dilde sözlü ve yazılı olarak kendini geliştirmiş, ziyaret edilen bölgenin tarihi, sosyal kültürü, gelenek ve görenekleri gibi alanlarda donanımlı ve aynı zamanda genel anlamda kültür ve bilgi seviyesi yüksek olması gerektiğini vurgulamaktadır. Profesyonel turist rehberliği mesleki açıdan çok yönlü olmayı gerektirir. İyi bir dış görünüşe ve etkili iletişim becerilerine sahip, aynı zamanda hoş tavırlar sergileyebilen ve güçlü bir hitabet yeteneği olan (Doswell, 1979:66) profesyonel turist rehberi yaşanabilecek herhangi bir aksilik karşısında sakin kalabilmek zorundadır. Bu tavrıyla grubun güveni ve hoşgörüsünü kazanabilecektir. Bununla birlikte, olası sorunların kaynağı ve çözümü konusunda açıklama yapabilme olgunluğuna sahip olan profesyonel turist rehberi, tur öncesinde iyi bir hazırlık ve plan yaparak kendini tura hazırlar, oluşan bu güven ve motivasyon ile mesleğini başarılı bir şekilde icra eder (Snell ve Carpenter, 1992:27).

Bir profesyonel turist rehberinin görev ve sorumluluklarını yerine getirebilmesi belirli temel nitelik ve özelliklere sahip olmasını gerektirir. Öncelikle turist rehberi hizmet verdiği turist grubu

ile etkili iletişim kurabilmesi için sözlü, yazılı ve görsel iletişim becerilerine sahip olması ve gerek anadilinde gerekse hizmet vereceği yabancı dili akıcı kullanabilmesi iletişimde etkinliği arttıracaktır (Demir, 2016; Weiler ve Black, 2015). Turist rehberleri mesleki yeterliliklerini sağlamış bir eğitim düzeyi ve entelektüel bilgi birikimi ve donanımına sahip bireyledir (Wong ve Wang, 2009). Görevleri sırasında yalnızca mesleki bilgileri aktarmakla kalmaz, aynı zamanda ülke, bölge ve şehirlerin ekonomik, sosyolojik, demografik, kültürel, siyasi, coğrafi vb özelliklerini de bilmek zorundadır (Yenen, 2002:57; Yu, Weiler ve Ham, 2004).

Tur gruplarını yönetmek kolay değildir. Farklı özelliklere sahip insanların oluşturduğu turist gruplarının belirli zaman ve mekanda yönetilmesi, istek ve beklentilerinin ortak düzeyde karşılanabilmesi, çatışmalara neden olmayacak şekilde belirli bir noktada anlaşılması rehberin liderlik özelliğine bağlıdır. Dolayısıyla turist rehberliği sıradan bir iş ve sıradan insanların yapabileceği kadar kolay değildir. Hem bilgi birikimi hem de ilkeli, kararlı, dürüst, açık ve adaletli olmalıdır (Cruz, 1999; Poudel ve Nyaupane, 2013; Tai, 2014). Tur esnasında turist rehberleri liderlik vasıflarını sorgulatacak bir tutum ve davranış içine girmemesi oldukça önemlidir.

Turist rehberlerinin sürekli hareket halinde olmaları nedeniyle fiziksel engelinin olmaması daha rahat bir şekilde çalışmasını sağlar. Bununla birlikte fiziksel görünümünün rahatsız edici olmaması da önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Öyle ki insanlar karşısındakini önce dış görünüşü ile değerlendirir sonrasında düşüncelerine göre karar verir. Özellikle kısa süreli turlarda turistlerin rehberi tanımak ve etkin bir iletişim kurabilmek için yeterli zamanın olmadığı düşünülürse, fiziksel görünümün önemli olduğu yadsınmaz.

Tur Kalitesi

Tur kalitesinin oluşumu, kurumsal imaj ile birlikte beklenen ve algılanan kalite kavramlarının tur öncesi ve sonrasında turist gruplarının yaşadığı deneyimler ile örtüşüp örtüşmediğine bağlıdır (Aloudat, 2017; Lugosi ve Bray, 2008). Paket tur satın alan turistin seyahate çıkmadan önce zihninde oluşturduğu hizmet ile ilgili beklentilerin paket tur

sonrası sunulan hizmetle örtüştüğü durumda beklenen kalite oluşmaktadır. Hizmeti sunan işletmenin algılanan imajı doğrultusunda turist zihninde canlandırdığı şekilde gerçekleştiği takdirde algılanan kalite kavramı oluşmaktadır. Turizm sektöründe tüketici istekleri kalite kavramının gelişimini ve oluşumunu etkilemektedir. Tüketicilerin hizmet öncesi beklediği ve hizmet sonrası algıladığı kalite işletme imajı ile örtüştüğü ve olumlu yönde geliştiğinde sadakat ve memnuniyet ilişkisinin oluşmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda tüketicide hizmet kalitesi kavramının oluşmasını sağlayan değişkenler; işletme imajı, hizmet öncesi beklentiler, hizmet sonrası algılanan kalite, memnuniyet ve sadakat kavramlarıdır. Dolayısıyla satın aldığı tatilden memnun dönen turistlerde işletme, bölge veya destinasyonun tekrar ziyaret edilmesi ve çevresine önerme gibi olumlu etkileri de oluşturacaktır (Demir, 2012).

Tur kalitesini hizmeti oluşturan işletme, satın alan turist ve hizmeti sunan turist rehberleri belirlemektedir. İşletmenin imajı, deneyimi, tur bileşenlerinin nicelik ve niteliği, hizmet alınan yerlerin niteliği, tur fiyatı vb. değişkenler kısa vadede turist ve rehberin kontrolünde olmayan durumları ifade eder. Diğer yandan turist beklentilerinin tur kalitesinde önemli bir etken olduğu yapılan çalışmalarda ortaya konulmaktadır (Hu ve Wall, 2013). Tur kalitesinin oluşmasında profesyonel turist rehberlerinin nitelikleri, tutum ve davranışları hem doğrudan belirleyici bir durumda hem de gerek işletmenin hatasını gerekse tüketicinin olumsuz algısını düzeltebilecek konumdadır (Christie ve Mason, 2003; Hughes ve Ballantyne, 2001; Black, Weiler ve Chen, 2019).

Parasuraman vd (1990:20) belirlemiş olduğu hizmet kalitesi ve boyutlarının turist rehberliği hizmetleri için de uygun bir model ve kapsam oluşturacağı öngörülmekte ve hizmet kalitesinin oluşturulmasında güvenilirlik unsurunun önemli olduğunu vurgulamaktadır. Güvenilirlik turistlerin rehberine olan güveninin oluşmasını sağlarken grup içi etkileşimi ve turun daha iyi gerçekleşmesine de ortam yaratır (Lin, Lin ve Chen, 2017; Weiler ve Black, 2015). Seyahat acentaları veya tur operatörleri tarafından tüketicilere söz verilen bir hizmeti doğru ve eksiksiz bir şekilde yerine getirebilme yetisi olarak güvenilirlik, kayıtları

doğru tutmak ve planlanan hizmeti zamanında yerine getirmek olduğu kadar turun zenginliği, ulaşılabilirliği, fiyatı, bu organizasyonların uygulayıcıları olan turist rehberlerinin sorun çözme yetenekleri ve taahhüt edilen hizmetlerin kesintisiz ve sorunsuz yerine getirilmesi tüketicinin işletmeye olan güvenini belirlemektedir (Duygun, 2007:38). Tur hizmetinin sağlayıcıları olan seyahat işletmeleri ve temsilcileri olan turist rehberlerinin inandırıcılığı ve dürüstlüğü Parasuraman vd. (1990)'nin "inandırıcılık" boyutu içerisinde değerlendirilir. Bu inandırıcılık ve dürüstlük kavramları sağlanırken işletmenin imajı, turist rehberlerinin nitelikleri ve iletişiminin etkin rol oynadığı söylenebilir (Altinel, 2009:18).

Tur hizmetlerinin gerçekleştirilmesinde özellikle sahada turist rehberlerine daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Turist rehberlerinin kabiliyetleri, donanımları aynı zamanda bilgi ve yetenekleri tur kalitesinin oluşmasında Parasuraman vd. (1990)'nin "yeterlilik" boyutu çerçevesinde değerlendirilebilir. Turist rehberleri tarafından gerçekleştirilen tur hizmeti için donanımlı, istekli ve hazır olması, tur kalitesine olumlu katkı sağlayabilir. Turist rehberlerinin organizasyonun başlangıcından sonuna kadar turistlerle ilgilenmesi, onların sorunlarına anında cevap vermesi ve sıkıntısız bir şekilde turu yönetmesi hevesli olduğunun bir göstergesidir (Weiler ve Kim, 2011). Tüketicilerin tur programı ve içeriğine kolay ulaşması, satın alma sürecinin kısa ve uygunluğu tur kalitesinde etkili olabilmektedir. Diğer bir ifade ile tur kalitesinde ulaşılabilirlik önemli bir etkidir (Chan, Hsu ve Baum, 2015; Lin, Lin ve Chen, 2017).

Turist rehberlerinin tur grupları ile etkin bir iletişim kurması tur kalitesine doğrudan etki eden önemli bir unsurdur (Demir, 2016). Karşılıklı etkileşimin olduğu tur gruplarında hem rehberin işi kolaylaşacak hem de turistlerin olumsuz tutum ve davranışları belirli ölçüde azalacaktır (Ap ve Wong, 2001; Nyahunzvi ve Njerekai, 2013). Özellikle bu durum karşılıklı empati kurularak birbirini anlamayı ve birbirine yardımcı olmayı sağlayabileceği için daha kaliteli bir turun oluşmasına da katkı sağlar. Ayrıca karşılıklı hoşgörü ve saygının oluşması hem iletişimin etkinliğini hem de tur kalitesinin artmasını sağlar

(Christie ve Mason, 2003; Howard, Thwaites ve Smith, 2001).

Turist rehberlerinin tur sürecinde turistlerin can ve mal güvenliğini sağlamaya yönelik tedbirleri güvenli hizmet sunumu algısını oluşturmaktadır. Turistlerin algıladığı güvenlik duygusu tur kalitesinin yaratılmasında önemli bir yere sahiptir (Cruz, 1999; Hu ve Wall, 2013; Tsaur ve Teng, 2017). Diğer yandan turistlerin kişisel verilerinin korunması da güvenlik kapsamında değerlendirilebilecek bir unsurdur. Hizmet kalitesi içinde yer alan bir başka değişken ise fiziksel unsurlardır. Turist rehberliğinde fiziksel unsurlar olarak rehberin kıyafeti, fiziksel bakımı (saç, sakal, makyaj, traş vb), çantası, diğer araç-gereçleri belirtmek mümkündür. Fiziksel unsurlar, turistlerin tur kalitesine yönelik algılarının olumlu olmasını sağlar ve rehberin kendilerine saygı göstergesi olarak değerlendirir.

Araştırmanın temel sorusu; “Profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu özellik ve davranışların tur kalitesi üzerinde etkisi var mıdır?” Buradan hareketle araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur;

H₁- Rehberlerin tur öncesi yapmış olduğu ön bilgilendirme tur kalitesini etkiler.

H₂- Rehberlerin turda müşterilerle iletişimi tur kalitesini etkiler.

H₃- Rehberlerin turda yaptığı anlatım tarzı tur kalitesini etkiler.

H₄- Rehberlerin tura ilişkin sorumluluklarını yerine getirmesi tur kalitesini etkiler.

H₅- Rehberlerin mesleğiyle ilgili bilgi ve kültür düzeyi tur kalitesini etkiler.

H₆- Rehberlerin turlardaki liderlik özellikleri tur kalitesini etkiler.

H₇- Rehberlerin turlardaki hal, hareket ve tavırları tur kalitesini etkiler.

YÖNTEM

Yapılan bu çalışmada profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu özellik ve davranışların tur kalitesi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma var olan bir durumun ortaya koyulması açısından tümdengelim bir araştırma yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir.

Bu doğrultuda çalışmada daha çok nicel araştırma yöntemlerinde tercih edilen yüz yüze görüşme yoluyla anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmada izlenen yol kısaca şu şekilde özetlenebilir:

- Profesyonel turist rehberliği tanımı, turist rehberlerinin özellikleri ve tur kalitesi alanında literatür taraması gerçekleştirilmiştir.
- Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi tercih edilmiştir,
- Ana kitleyi İstanbul çıkışlı kültür turlarına katılan turistler oluşturmuştur,
- Veri toplama sonucunda elde edilen veriler SPSS 22 programı ile çözümlenerek bulgular yorumlanmış ve öneriler aktarılmıştır.

Araştırma Ölçeği

Araştırma ölçeği Black ve Ham (2005), Demir, Demir ve Nield (2013), Lopez (1980) ve Mak, Wong ve Chang (2011)'in çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçek tur kalitesini ölçmeye yönelik 5'li Likert türünde (1) “Kesinlikle Katılmıyorum”, (2) “Katılmıyorum”, (3) “Kararsızım”, (4) “Katılıyorum” ve (5) “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 68 maddeden oluşmaktadır. Öncelikle 40 kişi üzerinde bir pilot çalışma yapılmış olup eksik yazılmış, anlaşılmayan, birbirinin tekrarı olabilecek bazı değişkenler ankettan çıkarılmıştır. Yeniden oluşturulan anket 45 kişi ile pilot çalışma yapılarak güvenilirlik ve geçerlik testine tabi tutulmuştur. Elde edilen verilere göre Cronbach Alpha=,95 ve p=.001 düzeyinde gerçekleşmiş ve bu sonuçlardan sonra anket uygulanmıştır.

Veri Toplama

Araştırma evrenini İstanbul çıkışlı kültür turları alan turistler oluşturmaktadır. Ancak evren hakkında kesin bir veriye ulaşılamamıştır. Araştırma verileri İstanbul'dan paket turlara katılan 443 turistten yüz yüze görüşme yapılarak anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Katılımcıların tamamını Türk turistler oluşturmaktadır.

Veri Analizi

Verilerin analizinde sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 22 istatistik paket programı kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde önce güvenilirlik ve geçerlik testi yapılmıştır. İkinci

olarak Kaiser- Mayer- Olkin (KMO) analizi ile verilerin anlamlılık ve faktör analizine uygunluğu ölçülmüştür. Üçüncü olarak veriler varimax rotasyonlu faktör analizine tabi tutularak faktörlerin oluşumu ve dağılımı incelenmiştir. Dördüncü analiz işlemi veriler korelasyon

analizine alınmıştır faktör boyutlarının bağımlı değişken ile ilişki içinde olup olmadığı araştırılmıştır. Son olarak veriler regresyon analizine tabi tutularak bağımsız değişkenlerin oluşturduğu boyutların bağımlı değişken üzerindeki etkisi belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Meslek	Frekans (n)	Yüzde (%)	Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)
Öğrenci	51	11.5	15-24	64	14.6
Devlet Memuru	100	22.6	25-34	164	37.0
Özel Sektör	157	35.4	35-44	87	19.6
Serbest Meslek	88	19.9	45-54	64	14.4
Emekli	47	10.6	55 ve üstü	64	14.4
Toplam	443	100.0	Toplam	443	100.0
Cinsiyet			Eğitim durumu		
Kadın	254	57.3	İlköğretim	15	3.4
Erkek	189	42.7	Lise	66	14.9
Toplam	443	100.0	Üniversite	283	63.9
			Lisansüstü	79	17.8
			Toplam	443	100.0
Medeni durum			Çocuk sayısı		
Evli	185	41.8	Yok	276	62.4
Bekâr	230	51.9	1	71	16.0
Dul/Boşanmış	28	6.3	2	78	17.6
Toplam	443	100.0	3 ve üzeri	18	4.1
			Toplam	443	100.0
Tura kiminle katıldınız			Turu satın aldığınız yer		
Yalnız	82	18.5	Seyahat Acentası	270	60.9
Aile	179	40.4	İnternet	173	39.1
Arkadaş	145	32.7	Toplam	443	100.0
Akraba	25	5.6			
Diğer	12	2.7			
Toplam	443	100.0			
Gelir durumunuz (Aylık TL)			Bu tur için ayırdığınız bütçe (Kişi Başı TL)		
3000 ve altı	125	28.2	3000 ve altı	357	80.6
3001-4000	121	27.3	3001-4000	59	13.3
4001-5000	64	14.4	4001-5000	15	3.4
5001 ve üzeri	133	30.1	5001 ve üzeri	12	2.7
Toplam	443	100.0	Toplam	443	100.0
En son katıldığınız turun süresi					
Günübirlik	66	14.9			
Hafta sonu	128	28.9			
1 Haftalık	179	40.4			
1 Haftadan uzun	70	15.8			
Toplam	443	100.0			

Tablo 1’de katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Katılımcıların %35,4’ünü özel sektör çalışanları oluşturmaktadır. Yaş grupları açısından %37’sinin 25-34 yaş aralığında ve %57,3’ünün kadındır. Belirlenen örneklem üzerinden bir değerlendirme yapılacak

olursa, kadınların erkelere göre daha fazla kültür turlarına katıldığını göstermektedir. Bunu destekleyecek bir başka demografik özellik eğitim durumudur. Katılımcıların %63,9’unu üniversite mezunları oluşturmaktadır. Bu oran lisansüstü mezunlarla birlikte %81,7’dir. Katılımcıların

%51,9'unun bekâr, %62,3'ünün çocuk sahibi olmadığı, %40,4'ünün ailesiyle birlikte tura katıldığı, %60,9'unun seyahat acentasından tur satın aldığı, %30,1'inin 5001 TL üzeri gelire sahip olduğu, %80,6'sının 3000 TL ve altı miktarı tura ayırdığı ve %40,4'ünün 1 haftalık turlara katılanlardan oluştuğu görülmektedir.

BULGULAR

Araştırma verilerinin çözümlenmesi sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analiziyle elde edilen bulgular ayrı ayrı tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2. KMO ve Barlett Küresellik Testi Bulguları

Kaiser-Meyer-Olkin Örnek Uyum Ölçüsü		,973
	X ²	21608.052
	Sd	1176
Barlett Küresellik Testi	P	,000
P<0,001		

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testinin uygulanması ile araştırmacılar elde edilen verilerin açımlayıcı faktör analizine uygun olup olmadığı anlaşılabilir (Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008). Field (2000) KMO testi için alt sınır değerinin 0.50 olması gerektiğini, bu değer altında olması durumunda verilerin açımlayıcı faktör analizine

uygun olmayacağını belirtmiştir. Bu durumda Tablo 2'de bilgileri verilen KMO testi oranı 0,973 ve anlamlılık seviyesinin p=0,000 olması verilerin açımlayıcı faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 3. Bağımsız Faktörlere İlişkin Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

	Faktör Yüğü	Ölüm Değerleri
Faktör 1 – Ön Bilgilendirme		
Tura başlamadan önce genel olarak bilgi verdi	,779	Özdeğer = 15,99
Tura başlamadan önce uyulması gereken kurallar hakkında bilgi verdi	,764	AVO (%) = 18,90
Tura başlamadan önce ziyaret edeceğimiz yerler hakkında bilgi verdi	,715	Standart Sapma = 2,96
Tura başlamadan önce bu turun özelliği hakkında bilgi verdi	,679	Ortalama = 4,37
		α= ,85
		p= ,035
Faktör 2- İletişim		
Müşterilerle seviyeli ilişki içerisinde ve saygılıydı	,745	Özdeğer = 13,76
Herkesle seviyeli bir ilişki içindeydi	,744	AVO (%) = 14,71
Bizi sabırla dinliyordu	,735	Standart Sapma = 4,76
Beden dilini etkin kullanıyordu	,699	Ortalama = 4,37
Müşterilerle iyi bir iletişim sağladı	,697	α= ,92
Aynı soru tekrar tekrar sorulduğunda bile sinirlenmiyordu	,659	p= ,001
Bizimle iyi anlaşlıyordu	,535	
Faktör 3- Anlatım		
Tur programı ve içeriğini sıkıcı hale getirdi	,809	Özdeğer = 7,93
İyi hitabet yeteneğine sahipti	,567	AVO (%) = 10,15
Tarihi eser ve yerlerin anlatımında detaylara yer verdi	,552	Standart Sapma = 3,04
Etkileyici bir şekilde anlatıyordu	,540	Ortalama = 3,61
Dili etkin kullanıyordu	,530	α= ,82
Sorularına tatmin edici cevap verebildi	,522	p= ,001
Anlatımında zaman zaman şüphe oluşturuyordu (T)	,433	

Faktör 4- Sorumluluk			
Ayrımcılık yapmıyor herkese eşit yaklaşıyordu	,736	Özdeğer =	5,44
Tur boyunca dürüst davrandığını gösterdi.	,680	AVO (%) =	9,48
Her konuda yardımcı olmaya çalışıyordu	,670	Standart Sapma =	4,24
Sorumluluğunu iyi biliyordu	,647	Ortalama =	4,38
Müşteri istek ve beklentilerini biliyor ve anlıyordu	,614	α =	,92
Tur grubundaki herkesle ilgilendi	,597	p=	,001
Faktör 5- Bilgi ve Kültür			
Tarihler ve olaylar arası bağlantıları iyi kurabiliyordu	,763	Özdeğer =	3,19
Tarih, sanat ve arkeoloji bilgisi tatmin ediciydi	,749	AVO (%) =	8,16
Tarihi yerlerin geçmiş kültürlerini biliyordu	,733	Standart Sapma =	3,95
Yöre hakkında güncel bilgilere sahipti	,695	Ortalama =	4,30
Yüksek düzeyde genel kültüre sahipti	,662	α =	,93
		p=	,001
Faktör 6- Liderlik			
Hoşgörüsü yüksek, anlayışlıydı	,699	Özdeğer =	1,96
Hızlı karar verebiliyordu	,647	AVO (%) =	5,22
Farklı kişilerin isteklerini birleştirerek çözüm buluyordu	,603	Standart Sapma =	5,89
Tura ayrılan zamanı iyi kullandı	,568	Ortalama =	4,34
Programa uyma konusunda titizdi	,564	α =	,93
Olayları yorumlama becerisi yüksekti	,563	p=	,001
Dikkatimizi toplama özelliği güçlüydü	,557		
Tur için belirlenen kurallara ve düzene uydu	,516		
Faktör 7- Tavır			
Kendini beğenmiş birisiydi (T)	,846	Özdeğer =	1,84
Nazik ve kibardı	,738	AVO (%) =	4,51
Güler yüzlü ve samimiydi	,735	Standart Sapma =	2,85
Güvenilir bir kişiliğe sahipti	,701	Ortalama =	3,67
Beyefendi/hanımfendi birisiydi	,673	α =	,85
Seyahat acentası ve kendi itibarına uygun davranışlar gösterdi	,636	p=	,001
Şımarık ve laubali davranışlar sergiliyordu (T)	,578		
Faktör 8 – Tur kalitesi			
Tur rehberimiz tura ödemiş olduğum paranın boşa gitmediğini göstermiştir	,926	Özdeğer =	1,78
Tur rehberimiz tura ayırmış olduğum zamanın boşa gitmediğini göstermiştir	,923	AVO (%) =	4,24
Tur rehberimiz tur ile ilgili beklentilerimi karşılamıştır	,909	Standart Sapma =	4,13
Tur rehberimiz kendisinin rehberliğinde başka bir turu tekrar satın alabilecek düzeyde memnuniyet oluşturmuştur	,908	Ortalama =	4,28
Tur rehberimiz turu başkasına tavsiye edecek kadar memnuniyet oluşturmuştur	,843	α =	,95
		p=	,001
Genel α = 0,95 KMO Ölçümü=0,973; Bartlett's Test of Sphericity= 21608.052; p<.001; Açıklanan Varyans Oranı (AVO)=75.37; Genel ortalama=4.16			

KMO ve Barlett Küresellik testi sonuçları, verilerin açımlayıcı faktör analizine (AFA) uygun olduğunu göstermektedir. Varimax rotasyonlu AFA uygulanan verilerden 13 madde değişkeni oluşan boyutlarda genel yapıyı bozması ve diğer değişken faktör yükü düzeylerini düşürmesi nedeniyle kapsam dışı tutulmuştur. Yapılan AFA

sonucunda 8 farklı boyutun olduğu ve her boyutta yer alan maddelerin boyutlar içinde anlamlılık derecelerinin uygun ve kabul edilebilir düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucunda boyutlar içinde yer alan gruplar literatüre ve araştırmacının profesyonel turist rehberliği deneyimine dayandırılarak, içerdiği

anlamları üzerinden isimlendirilmiştir. Tablo 3'te oluşan boyutlar, içeriklerinin anlamlılık değerleri, boyut içindeki açıklama oranları, özdeğerleri, standart sapmaları, F ve p değerleri ile birlikte gösterilmiştir.

Ön bilgilendirme faktör boyutunu oluşturan maddeler, genel itibarıyla rehberlerin tur öncesi tur kuralları ve programı ile alakalı anlatım yapıp yapmadığını ölçmeyi içeren ifadelerden oluşmaktadır. Boyutu oluşturan maddelerin ortak anlamlarına bakıldığında profesyonel bir turist rehberinin tura başlamadan önce neler yapması gerektiği ile ilgili görüşleri değerlendirmektedir. Bu ortak anlamdan yola çıkarak faktör boyutunun adı ön bilgilendirme boyutu olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %18,90 $\alpha=0,85$ ve $p=0,035$ olarak gerçekleşmiştir.

İletişim faktörü boyutunu oluşturan maddeler turist rehberlerinin, tur esnasında kurmuş oldukları iletişim şekillerinin ve biçimlerinin ölçülmesini amaçlayan ifadelerden oluşmaktadır. Boyutu oluşturan ifadelerin ortak anlamlarına bakıldığında profesyonel bir turist rehberinin tur sürecinde misafirleri ile nasıl bir iletişim kurması gerektiği ve kurulan iletişimin çerçevesini belirlemeye yönelik görüşleri değerlendirmektedir. Boyut içinde yer alan maddelerin ortak-anlamı profesyonel bir turist rehberinin sahip olduğu iletişim becerilerini değerlendirmesinden dolayı oluşan bu faktöre “iletişim” adı verilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %14,71 $\alpha=0,92$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Anlatım faktörü boyutunu oluşturan maddeler genel kapsamda turist rehberlerinin anlatım yeteneklerini ve tarzlarını ölçmeye yönelik ifadeleri içermektedir. Anlatım boyutunu oluşturan ifadelerin ortak anlamı incelendiğinde profesyonel bir turist rehberinin müze ve örenyerlerinde bilgi aktarışı, tarihi eserleri yorumlama becerisi ve sahip olduğu hitabet ve dil yeterliğinin nasıl olduğunu değerlendirmeye yöneliktir. Boyut içinde yer alan maddelerin ortak anlamı dil, hitabet ve yorumlama becerilerini kapsadığı için bu faktör “anlatım” olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %10,15 $\alpha=0,82$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Sorumluluk turist rehberliğinin önemli unsurlarından birisidir. Bu faktörü oluşturan

maddeler turist rehberlerinin tur esnasında turist grubuna ve işine karşı sahip olması gereken sorumluluk kavramının ölçülmesine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Sorumluluk boyutu içerisinde yer alan değişkenler incelendiğinde genel anlam olarak profesyonel bir turist rehberinin turda misafirlerine karşı yapmakla görevli ne gibi mesleki yükümlülüklerinin ve sorumluluklarının olduğunu göstermektedir. Faktörü oluşturan maddelerin genel anlamı profesyonel bir turist rehberinin mesleki yükümlülükleri ve sorumluluğu olduğu için bu faktör “sorumluluk” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %9,48 $\alpha=92$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Bilgi ve kültür boyutunu oluşturan maddeler turist rehberlerinin bilgi, kültür ve donanımlarının ölçülmesini sağlayan ifadelerden oluşmaktadır. Bilgi ve kültür boyutunu oluşturan 5 madde genel olarak verdiği anlam yönüyle, profesyonel turist rehberinin sahip olması gereken tarihi ve yöresel bilgiler, sanat bilgisi ve yorumlama becerilerini değerlendirmektedir. Boyutu oluşturan maddelerin genel anlamı profesyonel turist rehberinin bilgi ve donanımını değerlendirdiği için bu faktöre “bilgi ve kültür” boyutu adı verilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %8,16 $\alpha=0,93$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Liderlik boyutunu oluşturan maddeler genel anlamda rehberlerde olması gereken liderlik özelliklerini barındırmakta ve turist rehberlerinde bu özelliklerin önemini ölçülmesini sağlayan ifadelerden oluşmaktadır. Liderlik boyutunu oluşturan maddeler profesyonel turist rehberinin genel olarak sahip olması gereken liderlik ve yönetim becerilerini ortaya koymaktadır. Boyutun maddelerinden ortaya çıkan profesyonel turist rehberlerinin sahip olması gereken vasıfları değerlendirdiğinden dolayı bu faktör “liderlik” boyutu olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %5,22 $\alpha=0,93$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Tavır boyutunu oluşturan maddeler turist rehberlerinin turist grubuna karşı göstermesi gereken tutum ve davranışların tavır şeklini ölçmeyi amaçlayan ifadelerle yer verilmiştir. Tavır boyutunu oluşturan maddeler genel olarak profesyonel turist rehberinin tur süresince misafirlerine karşı gösterdiği davranışları

değerlendirmektedir. Boyutu oluşturan madde içeriklerinin genel anlamı olarak profesyonel turist rehberlerinin misafirlerine karşı göstermesi gereken davranış ve tutum özelliklerini değerlendirdiğinden dolayı bu faktör “tavır” olarak isimlendirilmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %4,51 $\alpha=0,85$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Tur kalitesi boyutunu oluşturan maddeler turistlerde kalite kavramının oluşup oluşmadığına yönelik algılarını ölçmeyi amaçlayan ifadeler yer

verilmiştir. Kalite boyutunu oluşturan maddeler içerikleri açısından genel anlamlarını yorumlama üzerine incelendiğinde profesyonel turist rehberlerinin sahip olduğu özelliklerin ve gösterdikleri davranışların tur misafirlerini nasıl etkilediği ve tur deneyiminin nasıl olduğunu değerlendirmeye yöneliktir. Boyut içinde yer alan maddelerin ortaya koyduğu bu genel anlam üzerine faktörün ismi “tur kalitesi” olarak belirlenmiştir. Bu faktörün genel yapıyı açıklama oranı %4,24 $\alpha=0,95$ ve $p=0,001$ olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4. Araştırma Faktörlerine İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları (N=443)

	Ort	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8
1 – Ön Bilgilendirme	4,37	2,96	1							
2 - İletişim	4,37	4,76	,709**	1						
3 - Anlatım	3,61	3,04	,724**	,823**	1					
4 – Sorumluluk	4,38	4,24	,734**	,887**	,794**	1				
5 – Bilgi ve Kültür	4,30	3,95	,675**	,772**	,850**	,758**	1			
6 – Liderlik	4,34	5,89	,743**	,895**	,879	,842**	,830**	1		
7 – Tavır	3,67	2,85	,645**	,842**	,723**	,813**	,687**	,778**	1	
8 – Tur kalitesi	4,28	4,13	,651**	,709**	,680**	,817**	,699**	,701**	,623**	1

Pearson korelasyonu (iki yönlü), ** $p<0,01$, * $p<0,05$ Bağımlı Değişken: Tur kalitesi

Faktör analizi sonucunda oluşan bağımlı ve bağımsız değişken gruplarının arasındaki ilişkinin varlığını belirlemek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonuçları tablo 4’te gösterilmiş ve gruplar arasındaki ilişkiler boyutlar bazında açıklanmıştır.

“Ön bilgilendirme” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,651$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberinin tura başlarken ön bilgilendirme yapması grubun tur programının nasıl gerçekleştirileceği, gezilecek yerler, programa dâhil olan hizmetler, tur kuralları ve düzeni gibi konularda önceden yapacak olduğu bilgilendirme ile merak edilenleri, belirsizlikleri ve sorunları önceden giderebilecektir.

“İletişim” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,709$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberliği mesleğinin insan ilişkilerine dayalı, her yaşta bireylerle nasıl konuşulması gerektiğinin bilinmesi, topluluk önünde nasıl konuşulması gerektiği, heyecanın nasıl yenilebileceği, anlatım ve grup ilişkileri

sırasında göz temasının nasıl kurulması gerektiği ve vücut hareketleri ve mimiklerin nasıl olması gerektiği gibi konuları içeren sosyal beceri alanında yetenekleri kuvvetli bireyler tarafından yapılması gereken bir meslek olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır.

“Anlatım” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,680$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberliğini icra eden kişilerin iyi birer anlatıcı, tarihi ve kültürel olaylar arasında köprü oluşturan iyi bir aktarıcı ve yorumcu olması gerekir.

“Sorumluluk” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,817$; $p<0,01$). Profesyonel bir turist rehberinin sorumluluklarını bilmesi ve buna göre davranması önemlidir. Acenta ile turist grubu arasında bir köprü vazifesi kuran kişiler olan rehberlerin turist grubuna adaletli ve eşit haklarda bir hizmet uygulaması aynı zamanda acentasına karşı vazifesini bilen ve sahiplenilen kişiler olarak tur programını etkilemesi kaçınılmazdır.

“Bilgi ve kültür” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,699$; $p<0,01$). Turist rehberliği mesleğinin icra edilebilmesi için sahip olunması gereken en önemli özelliklerin başında rehberlerin mesleki bilgi ve sosyo-kültürel açıdan donanımlı olması beklenir.

“Liderlik” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, yüksek düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,701$; $p<0,01$). Turist rehberliği mesleği icra eden kişilerde görülmesi gereken önemli özelliklerden birisi de turist rehberinin liderlik vasıflarının olmasıdır. Liderlik genel anlamıyla planlanmış bir amaç ya da eylem için insanları toplayabilen ya da kendiliğinden grupları bir arada tutup hedefleri doğrultusunda yönetebilmek ve yönlendirebilmektir.

“Tavır” ile “tur kalitesi” faktörü arasında pozitif ve doğrusal yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ($r=0,623$; $p<0,01$). Profesyonel turist rehberliği sosyal ilişkilerin önem arz ettiği bir meslek olmasından dolayı mesleği

icra eden kişilerin iletişim, düzgün diksiyon, anlatım, bilgi ve benzeri konularda yetenekli ve donanımlı olmaları gerekmektedir. Ancak bunlar tek başına yeterli değildir. Tur sürecinin başladığı ve bittiği ana kadar tur grubu ile kurulacak ilişkilerde turist rehberinin gösterecek olduğu tavır ve yaklaşım en önemli noktalardan biri olarak görülmektedir. Çünkü kaliteli bir turizm hizmeti sunulurken turist grubuna tarihi, coğrafi ve mitolojik bilgileri aktarmanın dışında bu bilgilerin onlara nasıl bir tavır ve üslup ile sunulduğunun da önemi bulunmaktadır.

Korelasyon analizinde tur kalitesi ile bağımsız değişken faktörlerinin arasında pozitif bir ilişkin olduğu bulgusu ortaya çıkmıştır. Ancak bağımsız değişkenlerin oluşturduğu faktörlerin araştırmada bağımlı değişken olarak belirlenen “tur kalitesi” faktörünün üzerindeki etkisini belirlemek için regresyon analizinin de yapılması gerekir. Bu nedenle tur kalitesi üzerinde bağımlı değişken faktörlerinin etkisini belirlemek için regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5. Araştırma Faktörlerine İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

Faktörler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p
	B	Standart Hata	β		
Sabit	1,132	,132		8,592	,000**
Ön Bilgilendirme	,080	,035	,096	2,289	,036*
İletişim	,102	,037	,145	2,657	,036*
Anlatım	,217	,039	,166	2,969	,017*
Sorumluluk	,763	,059	,815	12,872	,000**
Bilgi ve Kültür	,191	,042	,245	4,565	,000**
Liderlik	,495	,051	,283	3,744	,000**
Tavır	,162	,062	,134	2,624	,009*

Bağımlı faktör: Tur Kalitesi

$R=0,835$; $R^2=0,698$; Düzeltilmiş $R^2=0,693$; $F=142,824$; $p=0,000$ ** $p<0,01$, * $p<0,05$

Turist rehberlerinin turistlere yapmış olduğu ön bilgilendirme tur kalitesini etkilediği regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır ($\beta=0,096$, $t=2,289$ ve $p=0,36$). Bu kapsamda profesyonel turist rehberlerinin tur başlangıçlarında turist grubuna tur hakkında genel bilgilendirmeler yapması, tur işleyişi hakkında gerekli kuralları anlatması, gezilecek yerler hakkında bilgiler verilmesi ve turun özelliği hakkında bilgiler vermesi turistlerin beklentilerini ve düşüncelerini oluşturmada etkili olacaktır.

Turist rehberlerinin turistler ile etkili ve düzgün bir iletişim kurmasının tur kalitesini etkilediği regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır ($\beta=0,145$, $t=2,657$, $p=0,36$). Bu kapsamda profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında turist grubu ile olan ilişkilerinde saygılı, seviyeli, sabırlı, beden dilini etkin kullanması ve tekrar tekrar gelen sorulara karşılık sakın ve aynı şekilde cevaplar vererek kuracak olduğu etkili ve verimli bir iletişim biçimi müşteri gözünde turist rehberinin sahip olduğu özellikler ve davranışlarıyla tura

ayırmiş oldukları zamanın boşa gitmediği düşüncesini oluşturacaktır.

Turist rehberlerinin turda programda yer alan bölgeler ve müzeler hakkında iyi bir anlatım yapması tur kalitesinin oluşmasında etkili olduğu regresyon analizi sonuçlarından anlaşılmaktadır ($\beta=,166$, $t=2,969$, $p=0,17$). Bu kapsamda turist rehberinin anlatımıyla tur programını eğlenceli ve ilgi çekici hale getirmesi önemlidir. Çünkü bölge ve tarihi anlatımların yer yer uzun sürmesi normaldir bu yüzden uzun süren anlatımlarda rehberin anlatımı hikayeler, espriler ve mizahi yönlerle anlatımı çeşitlendirmesi ile turistlerin dikkatlerini toplamalarına yardımcı olması önemli bir noktadır.

Turist rehberlerinin yapmış olduğu işin ve sorumluluğunun bilincinde olması ve bunu turistlere yansıtması tur kalitesi üzerinde etkili olduğu regresyon analizi sonucundan anlaşılmaktadır ($\beta=,815$, $t=12,872$ ve $t=,000$). Turist rehberliği mesleği mesleki geliri yüksek bir meslek olarak algılanmamalı ve mesleği icra eden kişiler tarafından mesleğin sorumluluğu iyi anlaşılmalıdır. Çünkü profesyonel turist rehberinin görevi ya da işlevi sadece anlatım yapmak değildir. Rehber kendisine emanet edilen turist grubunun gerek sağlık gerek yolculuk esnasında can güvenliği gibi oluşabilecek her türlü sıkıntının önlemine almakla yükümlüdür.

Turist rehberlerinin sahip olduğu bilgi, kültür ve yöresel donanımlarının tur kalitesi üzerinde etkili olduğu regresyon analizi sonuçlarıyla ortaya konulmuştur ($\beta=,245$, $t=4,565$ ve $t=,000$). Turist rehberlerinin sahip olduğu bilgi, kültür ve donanımlarının yüksek ve yeterli olması müşteri

memnuniyeti ve tur kalitesi açısından son derece önemlidir. Tarihi yerlerin, müzelerin, yöresel kültürlerin ve coğrafi bilgilerin aktarılması esnasında turist rehberinin olaylar arası iyi bağlantılar kurabilmesi önemlidir.

Turist rehberlerinin sahip olduğu liderlik özelliklerinin tur kalitesi üzerinde etkili olduğunu regresyon analizi sonuçları göstermektedir ($\beta=,283$, $t=3,744$ ve $t=,000$). Tur ile yapılan toplu gezilerde turistlerin bir arada bir amaç ve düzen içerisinde tutulması yapılması ve uygulanması gereken en temel görev olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü profesyonel bir turist rehberinin farklı beklentiler ve düşünceler içerisinde kültür turuna katılmış turistleri bu turun düzen ve kurallar içinde gerçekleşmesi amacıyla bir arada tutması gerekir. Bu düzen ve sistemin oluşturmasında profesyonel turist rehberlerinde liderlik vasfı ve özellikleri olmazsa olmaz bir durumdur.

Turist rehberlerinin turist gruplarına karşı göstermiş olduğu tavrın tur kalitesini etkilediği yapılan regresyon analiziyle ortaya konulmuştur ($\beta=,134$, $t=2,624$ ve $p=,009$). Profesyonel turist rehberinin turistlere karşı gösterecek olduğu tavır biçimleri müşteri memnuniyeti ve tur kalitesi üzerinde oldukça önemlidir. Çünkü çalışma hayatlarında biriken stresten uzaklaşıp boş vakitlerinde kültürel bir etkinliğe katılan turist grupları rehberlerinden saygı, ilgi ve kibarlık beklemektedirler. Rehberlerin her bir tur üyesine karşı nazik, kibar ve güler yüzlü olması tur üyelerinin moral ve motivasyonlarını arttırabilmektedir.

Tablo 6. Hipotez Sonuçları

Hipotezler		t	p	Sonuç
H ₁	Rehberlerin tur öncesi yapmış olduğu ön bilgilendirme tur kalitesini etkiler	2,289	,036	Kabul
H ₂	Rehberlerin turda müşterilerle iletişimi tur kalitesini etkiler	2,657	,036	Kabul
H ₃	Rehberlerin turda yaptığı anlatım tarzı tur kalitesini etkiler	2,969	,017	Kabul
H ₄	Rehberlerin tura ilişkin sorumluluklarını yerine getirmesi tur kalitesini etkiler	12,872	,000	Kabul
H ₅	Rehberlerin mesleğiyle ilgili bilgi ve kültür düzeyi tur kalitesini etkiler	4,565	,000	Kabul
H ₆	Rehberlerin turlardaki liderlik özellikleri tur kalitesini etkiler	3,744	,000	Kabul
H ₇	Rehberlerin turlardaki hal, hareket ve tavırları tur kalitesini etkiler	2,624	,009	Kabul

Araştırmanın temel problemlerinden yola çıkılarak literatür sonucunda oluşturulan hipotezler, yapılan veri analizleri sonucunda hipotezlerin tur kalitesi kavramı ile doğru orantılı ve olumlu yönde ilişki **SONUÇ ve TARTIŞMA**

Araştırma bulguları ilginç sonuçları ortaya çıkarmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerine göre kültür turlarına katılanların daha genç yaş grubunda olması en dikkat çekici sonuçlardan birisidir. Beklenen sonuç ise eğitim düzeyi yüksek kişilerin kültür turlarına katılması yönündeydi. Araştırma bulguları bunu doğrulamıştır. Buna karşın kültür turlarına yapılan harcama ya da ayrılan bütçenin 1 haftalık tur programı için düşük düzeyde olması diğer bir ilginç sonucu ortaya koymuştur. Bu konuda katılımcıların gerçek harcama bilgilerini belirtmemiş olma ihtimalini de göz ardı etmemek gerekir. Araştırmanın temel amacı ve hipotezleri tutum ölçeğinde yer alan değişkenler üzerine kurgulanmıştır. Bu nedenle katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili analiz, bulgu ve sonuçlara yer verilmemiştir.

Profesyonel turist rehberinin görevini eksiksiz yerine getirebilmesi kadar ülke/bölge tanıtımında ve hizmet kalitesindeki rolünün etkinliği için tur grubu ile tanıştığında sağlanacak etkileşim ve ilk izlenim açısından çok önemlidir. Tur başlangıçlarında yapılacak ön bilgilendirmede tur kuralları hakkında genel bilgi, turun işleyişi, ziyaret edilecek bölgeler/yerler ve turun özelliği hakkında genel bilgilerin aktarılması rehberin işini kolaylaştırmaktadır. Öyle ki bu ön bilgilendirme ile turist grubunda yanlış ya da farklı beklenti ve isteklerin oluşması başlangıç aşamasında önlenmiş olur. Turun işleyişi, kuralları ve programını belirli bir düzende gruba aktaran rehber hem onların güvenini kazanır hem de tura daha yüksek istek ve arzulu katılımını sağlar. Turist rehberleri tur öncesi gruba yaptığı bilgilendirme ile onların akıllarındaki bazı soruları da cevaplamış olmakla (Nyahunzvi ve Njerekai, 2013; Poudel ve Nyaupane, 2013) kendileri ile empati yaptığı algısını güçlendirebilmektedir (Demir ve Demir, 2009). Tura katılacakların bir kısmı tur programı ve gezilecek yerler hakkında bilgi sahibi olsa da büyük çoğunluk tur hakkında detaylı bilgilere ancak rehberle ilk karşılaştığında ulaşır (Tsaur ve Teng, 2017). Rehberin ön bilgilendirme yapmasıyla misafirlerde tur öncesi oluşan hayali

içinde olduğu ve tur kalitesi kavramını doğrudan etkilediği yapılan korelasyon ve regresyon analizleri sonuçlarına göre kabul edilmiştir.

beklentilerin daha net ve gerçekçi olması sağlanmış olur. Bu durumda rehber misafirlerde tur öncesi oluşan farklı beklentilerin önüne geçerek ve memnuniyetin oluşmasına alt yapı hazırlamış olacaktır. Araştırma bulgularında da ön bilgilendirme ile tur kalitesi arasında pozitif ve doğrusal yönde bir ilişkinin ortaya çıkması rehberin tur başlangıcında yapacak olduğu ön bilgilendirmenin ne anlama geldiği ve bahsedilecek konuların önemini ve gerekliliğini göstermektedir. Böylelikle turist grubuna verilecek olan ön bilgilendirme ile turist grubunda doğru beklenti ve isteklerin oluşması tur sonunda turistlerde memnuniyet kavramının oluşmasını sağlayacaktır.

İyi ve etkili iletişim kurabilen bir rehber, tur esnasında karşılaşılabilecek bütün sorunların da önüne geçebilir. Rehberlerin turist grupları ile etkili bir iletişim kurması tur kalitesinin oluşmasında etkin bir rol oynamaktadır. Rehberin gerek grup üyeleri gerekse tur programında diğer hizmet sağlayıcılarla iletişiminin güçlü ve yapıcı olması sorunların henüz oluşmadan ya da büyümeden çözülmesini sağlar (Demir, 2016). Her bir turist, rehberin kendisiyle ilgilenmesini ve vakit ayırmasını bekler. Ancak rehberin tur gruplarındaki her bir kişi ile ayrı ayrı ilgilenmesi pek mümkün olmamakla birlikte genel olarak ortak konuları grup düzeyinde iletişim kurarak çözer. Tur kalitesi için misafirlerin memnuniyetinin oluşturulabilmesi için etkin bir iletişim sağlaması önemlidir. Çünkü rehber misafirler ile ne kadar ilgilenirse olumlu görüş ve memnuniyet derecesi de o yönde artacaktır. Gerek literatürde (Ap ve Wong, 2001; Weiler ve Black, 2015) gerekse bu araştırma bulgularında tur kalitesinin oluşmasında rehberlerin sahip olduğu iletişim becerilerinin etkili olduğu açıkça görülmektedir. Dolayısıyla profesyonel turist rehberlerinin iletişim becerileri tur kalitesinin artmasında etkin rol oynadığını ifade etmek mümkündür.

Profesyonel turist rehberliği mesleğinin icra edilmesinde rehberlerin sahip olduğu bilgileri aktarım şekli ayrı bir önem arz eder. Turistlerin rehber eşliğinde tura katılmak istemelerinin temel

amacı, gezilecek bölge/yerlerin tarihini, kültürünü ve hikayelerini öğrenmek ve bu bilgilerin kendilerine etkili bir şekilde anlatılmasıdır. Bu sebeple profesyonel turist rehberlerinin anlatım becerileri tura katılanların memnuniyet düzeyine doğrudan etki eder. Mancini (2001:23) turistlerin rehber eşliğinde tura katılma tercihlerindeki en önemli gerekçeyi birçok gezi ve öğren yerlerinde teknolojik cihazlar olmasına rağmen rehberlerin canlı anlatımlarının daha fazla motivasyon sağladığını öne sürmektedir. Bu nedenle turist rehberi eşliğinde tura katılanların rehberlerden etkili ve hayal dünyalarında anlatılanların canlanmasını sağlayacak şekilde bir anlatım beklemesi rehberlerin tur kalitesine olan etkisinin de bir göstergesidir.

Turist rehberlerinin tarihi bir yerin, müzelerin, eserlerin ve yöreye özgü kişilerin hakkında bilgiler aktarırken bu kavramları önce kendi içinde özümseyerek turist grubuna içten bir şekilde anlatması turistlerin anlatılan konuları daha kolay kavramasına yardımcı olacaktır. Örneğin; antik şehirlerde yapılan geziler sırasında tarihi bir eserin anlatımında profesyonel bir turist rehberinin o eser hakkında sadece fiziksel öğelerinden ve bilgilerinden bahsetmesi turistler açısından çok fazla ilgi çekici olmayacaktır. Çünkü turistlerin bir eserin sadece genel olarak bilgilerini dinlemek ve öğrenmek için değil rehberin o eser hakkında sahip olduğu ilgi çekici mitolojik hikayeleri ve yorumlarını dinlemek için geldiğini söylemek mümkündür. Rehberin eser hakkında yaptığı genel bilgilendirmeyi tarihi ve mitolojik hikayelerle harmanlayıp yorumlaması turist grubu üzerinde daha etkili ve verimli bir gezinin yaşanmasına olanak sağlayacaktır. Böylelikle turistlerin beklediği tarihi eser anlatımlarında rehberin sahip olduğu bilgi ve yorumunun dinlenmesi meraklarını gidermiş olacaktır. Düzgün bir diksiyon ile birlikte sadece sabit bilgilerden oluşmayan rehberin etkili ve esprili bir anlatım ile kaliteli bir turun yaşanmasının sağlanabilmesi mümkündür. Diğer bir ifadeyle, rehberlerin etkili anlatımları sayesinde turistlerin yapmış oldukları geziyi bir deneyime dönüştürmesi ve oluşan memnuniyet, aynı zamanda tur kalitesinin sağlanmasına da yardımcı olacaktır. Rehberin sahip olduğu anlatım yeteneklerinin tur kalitesinin oluşmasında ve

artmasında etkili bir rol oynadığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Rehberin anlatım esnasında kullandığı kelimeler ve turist grubuna sesleniş biçimi iyi bir hitabet yeteneğinin olduğunu gösterir ve turist grubunun dikkatini ve ilgisini çekmeye yarar (Lin, Lin ve Chen, 2017; Wong ve Wang, 2009). Anlatımında detaylara ve özel noktalara değinmesi rehberin mesleğini severek yaptığına dair fikirler oluşmasını sağlar. Bu anlatımı etkin bir dil çeşitlendirerek yapan ve aynı zamanda gruptan gelen sorulara tatmin edici cevaplar verebilen rehberin bilgi ve kültür yönünden donanımlı olduğu açıkça görülecektir. Bu durumda turistlerin rehberden beklentileri karşılanmış ve tur rehberinin sahip olduğu özellikler ve davranışları itibariyle ödemiş oldukları paranın boşa gitmediğinin bir göstergesi şeklinde algılanması tur kalitesinin sağlanması için değerli bir göstergedir.

Rehberlerin mesleki sorumlulukları gereği görevli olduğu turların ön hazırlığını eksiksiz bir şekilde yapması tur kalitesi açısından önemlidir. Tur öncesinde iyi bir hazırlık ve plan yaparak hazırlanan rehberin kendine güven ve çalışma isteği oluşturması turun başarılı bir şekilde tamamlanmasına katkı sağlar (Snell ve Carpenter 1992). Böylelikle rehber tur esnasında grubuna nasıl davranması ve yaklaşması gerektiğini bilecektir. Dahası rehber grubuna her şart altında dürüst davranmak ve yardımcı olmak zorundadır. Turist rehberinin güvenilir ve yardımsever olduğunu turist grubuna yansıtması turun karşılıklı güven ve saygı çerçevesinde daha kolay gerçekleşmesine ve tur grubundaki herkesin turun gerçekleşmesi için belirlenen kurallara uymasında istekli olmasını sağlayacaktır. Rehberin tura katılan turist grubunun cinsiyet, yaş, ırk ve sosyal statü gibi demografik özelliklerinden kaynaklı hiçbir ayrımcılık ve özel ilgi göstermemeli ve tüm grubuna sahip olduğu özellikleri ne olursa olsun eşit ve adaletli davranmalıdır. Çünkü tüm turistler aynı amaç ve hizmet doğrultusunda bir satın alma gerçekleştirmiş ve herkes aynı standartta bir hizmet beklemektedir. Bu bağlamda rehber ayrımcılık yapmadan herkese eşit yaklaşması hem meslek etiğini korumuş hem de bağlı olduğu seyahat acentasına yakışır bir şekilde sorumluluğunu yerine getirmiş olacaktır. Rehberin sorumluluğu öncelikle kendisine ve mesleğine karşı olması

gerekir. Bununla birlikte hem bağılı olduğu seyahat acentası hem de tura katılan tüm misafirlere karşı sorumluluğunu yerine getirmesi önemlidir (Cruz, 1999; Hughes ve Ballantyne, 2001). Rehberin taşıdığı sorumluluğun tur paydaşlarında yaratacağı olumlu etkiler tur kalitesinin oluşmasında da belirleyici olabilmektedir.

Genel olarak turistler satın aldığı tur programındaki bölge/yerlerin tarihini, özelliklerini, özel bilgilerini ve mitolojik hikayelerini aktaracak birisini araması nedeniyle rehberli turları tercih etmektedir. Bu nedenle rehberin ziyaret edilen ülkenin coğrafyasını, tarihini, kültürünü, gelenek ve göreneklerini aynı zamanda ekonomik, siyasi, hukuk ve sosyo-kültürel yapısı gibi birçok konuya hakim olması gerekir (Yenen, 2002: 57). Bu şekilde rehberin yapacağı tatmin edici anlatımlar turist grubunun merak ettiği birçok konunun giderilmesine ve dolayısıyla tur kalitesinin oluşmasına etki edecektir. Rehberlerin sahip olması gereken tarihi, kültürel, siyasi, ekonomik ve coğrafi bilgiler dışında tur esnasında yaşanabilecek kaza olaylarında gerekli müdahale ve yardımda bulunabilmesi için ilk yardım bilgisine de sahip olması beklenir. Çünkü rehber tur esnasında tüm misafirlerin sorumluluğunu taşımaktadır. Mesleki anlamda yeterli bilgi ve donanıma sahip rehberler tarafından sunulan tur hizmetlerinde kalitenin sağlanması mümkün olacaktır. Genel kültürü yüksek rehberin çeşitli mizahi ve mitolojik bilgilerle yapacağı anlatım tur kalitesinin sağlanmasında doğrudan etkili olmaktadır. Bu durum rehberin sahip olduğu özellikleri ile tutum ve davranışlarının tur kalitesine yansması olarak değerlendirilir. Turist grubu üzerinde rehberin bilgisi ve kültürel düzeyi ile yarattığı etkinin tur kalitesinin de belirleyicilerinden birisi olması literatürdeki (Howard, Thwaites ve Smith, 2001; Tsaur ve Teng, 2017; Yu, Weiler ve Ham, 2004) bilgileri destekleyecek şekilde araştırma bulgularıyla da ortaya konulmuştur.

Rehberlik mesleğini icra eden bu kişilerin liderliğin gerektirdiği etkili iletişim, grubu bir arada tutma, bir amaç ya da hedef doğrultusunda yöneltebilme ve koordinasyonu sağlayabilme gibi özelliklerinin olması gerekir. Rehberler taşıdığı sorumluluk ve yerine getirdiği görevi gereği farklı amaç ve beklenti içindeki insanları bir hedefe yöneltebilmesi, onları sevk ve idare edebilmesi ve

başladığı bir turu yüksek misafir memnuniyeti ile tamamlayabilmesi için sadece mesleki bilgi ve beceriye değil aynı zamanda liderlik özelliklerine de sahip olmalıdır (Black, Weiler ve Chen, 2019; Tai, 2014; Weiler ve Ham, 2001). Bu özellikle rehberin tur kalitesinin oluşmasında sahip olduğu liderlik özelliklerinin etkisini göz ardı etmek mümkün olamaz. Rehber doğru ve hızlı kararlar vererek grubun turdan sağlayacağı memnuniyeti üst düzeye çıkarmak için onların beklentilerini de karşılamak zorundadır. Ancak her bir kişinin beklentisinin aynı olması düşünülemez. Bu beklentileri ortak bir paydada toplayarak herkeste memnuniyet yaratabilmek için rehberin güçlü bir tur grubu liderliğine sahip olması gerekir. Rehberin grubunda yarattığı memnuniyet düzeyinin yüksekliği tur kalitesinin de bir göstergesi olacaktır.

Turist rehberlerinin sadece bilgi, donanım, kültürel, coğrafi, ekonomik ve siyasi bilgileri aynı zamanda liderlik vasıfları ile birlikte gösterecek olduğu ve tavır ve davranışlar da önemlidir. Diğer yandan rehberler sakin, soğuk kanlı aynı zamanda hoşgörülü ve nezaket kurallarına uygun tavır göstermelidir. Tura katılan kişilerin tatil deneyimi ve tatmini elde etmesi kadar sağlıklı bir şekilde turun tamamlanması da önemli ölçüde rehberle bağlıdır. Grup içi çatışmalar, fikir ayrılıkları, şüpheler, art niyetli ve sapkın davranışlar engellenmeli ve tura yansımamalıdır. Turun başlangıcından bitişine kadar olan süreçte rehberin tur grubu ile ilişkisi, hal, hareket ve tavırı önemlidir. Çünkü kaliteli bir turizm hizmeti sunulurken turist grubuna tarihi, coğrafi ve mitolojik bilgileri aktarmanın dışında bu bilgilerin onlara nasıl bir tavır ve üslup ile sunulduğu da önemlidir.

Turistler rehberlerinden sadece düz bilgi aktarımı yapmalarından ziyade bu bilgilerin onlara eğlenceli, esprili bazen de ciddi bir tavır ile aktarılmasını beklerler. Yaşanmış kötü olaylardan bahsedilirken ciddi bir tavır ve davranış sergilenmesi gerektiği gibi mizahi olaylardan bahsedilirken de güler yüzlü bir tavır ve yaklaşım sergilenmesi gerekmektedir. Rehber aktarım yapacağı konunun ciddiyeti, önemi ve çeşitliliğine göre grubuna farklı ve uygun bir tavır sergilemesi gerekmektedir. Rehber için sadece anlatım esnasında ya da tur esnasında gösterecek olduğu

tavrı bilmesi yeterli değildir, anlatım yapması grubu kontrol altına alması ve grup sorumluluğunu üstlenmesi zaten asli görevlerindedir. Bunlarla birlikte bazen turizm tedarikçileri, turizm işletmeleri yahut kendi işletmesinden kaynaklanabilecek bir sıkıntı durumunda gösterecek olduğu tavrı grubun rehberine olan saygısı için önemlidir. Genel olarak rehberin tur grubuna, ziyaret yerlerindeki kişilere, çevresine, ilişkide bulunduğu kişi ve işletmelere karşı tavrı tur kalitesini de olumlu bir şekilde etkileyebilmektedir.

Turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken aşağıda belirtilen önerileri kaliteli bir hizmet sunumu için dikkate almalarında fayda vardır.

- Profesyonel turist rehberlerinin tur öncesinde gidilecek olan ülke yahut bölgeler hakkında aynı zamanda tur programı içinde yer alan destinasyonlar hakkında sahip olduğu bilgileri gözden geçirmesi gerekmektedir. Tur başlamadan yapılacak olan bu hazırlıklar ile birlikte rehberin özgüveni ve turu gerçekleştirme isteği artacaktır.
- Profesyonel turist rehberlerinin tur başlangıcında tur özelliği, programı, turun işleyişi ve program hakkında turist grubuna ne satın aldıkları ile ilgili ön bilgilendirme yapması önemlidir. Turist rehberi bu sayede turist grubunda doğru istek ve beklentilerin oluşmasını sağlayacaktır.
- Profesyonel turist rehberleri tur grupları ile etkili bir iletişim kurmaları ve misafirlerinin düşünce ve isteklerini anlayabilmeleri için kendilerini aynı onlar gibi öğrenme dürtüleri ile tatile çıktığını düşünerek grubu ile empati yapmalıdır. Bu sayede müşteri istek ve beklentilerini anlayarak onlara bu çerçevede saygılı ve düşünceli bir biçimde yaklaşması ile kurulacak olan iletişim güçlenecektir.
- Profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında yapacak olduğu anlatım tarzına dikkat etmelidir. Anlatımı gerçekleştirilen konuların içeriğine göre ciddi veya güler yüzlü bazen de esprili bir tavrı sergileyebilmelidir ki anlatımının sıkıcı bir hal almasının önüne geçebilsin. Etkili ve verimli bir anlatım için bilgilerini gözden geçirmeli, diksiyon, ses tonu ve mimiklerinin kullanımına dikkat etmelidir.
- Profesyonel turist rehberleri turlarında sadece anlatım yapmakla görevli olmadıklarının

aynı zamanda grubunun sağlık ve güvenliği ile ilgili de sorumluluklarının bulunduğunu bilmesi gerekmektedir. Meslek yarasını ve acentasının hizmet politikasından yola çıkarak tur boyunca ne gibi sorumluluklarının olduğunu bilmeli ve buna göre hareket etmelidir.

- Profesyonel turist rehberleri mesleki anlamda ülke, bölge ve lisans belgesinde yer alan görev alabileceği bölgeler konusunda gerekli bilgi ve donanımı edinmekle yükümlüdür. Turist rehberi kendisini ve bilgilerini geliştirmeli ve güncel tutmalıdır. Bu bağlamda kayıtlı bulunduğu rehber odasının uzmanlaştırma programları ve bilgilendirme seminerlerine gitmesinde aynı zamanda güncel kitapları takip etmesi gerekmektedir.

- Profesyonel turist rehberlerinin hal, hareket ve tavırlarına dikkat etmesi önem arz etmektedir. Bu nedenle turist grubunu anlaması için onlarla empati yapması, güler yüzlü ve anlayışlı olması kendisinin tavrı davranışlarını olumlu yönde geliştirmesine yardımcı olacaktır.

Araştırmanın ana kütesinin İstanbul çıkışlı paket tur satın alan yerli katılımcılar ile sınırlandırılmış olması ve araştırma örnekleminin 443 kişiden oluşması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tur kalitesini etkileyen faktörlerin daha net anlaşılabilmesi ve genelleme yapılabilmesi için gelecek araştırmalarda ana kütle ve örneklem sayılarının genişletilmesi alana yapılan katkının artmasını sağlayabilir. Gelecek araştırmalarda profesyonel turist rehberlerinin tur kalitesini etkileyecek tutum ve davranışlarının belirlenmesinde farklı bölge ve şehirlerde tura katılan yabancı turistlere uygulanması ve elde edilecek sonuçların karşılaştırılması uygulamada turist rehberliğine ve literatürde bu alanda çalışma yapacak olan araştırmacılara kaynak olarak katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, H.S. (2001). Turizmde Rehberlik. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aloudat, A. S. (2017). Undergraduate Students' Perceptions of a Tour-Guiding Career. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 17(4), 333-344.
- Altınel, G. (2009). Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir

- Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism management*, 22(5), 551-563.
- Black, R., & Ham, S. (2005). Improving The Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178-195.
- Black, R., Weiler, B., & Chen, H. (2019). Exploring Theoretical Engagement in Empirical Tour Guiding Research and Scholarship 1980–2016: A Critical Review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 95-113.
- 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.
- Christie, M. F., & Mason, P. A. (2003). Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides To Be Critically Reflective Practitioners. *Journal of Ecotourism*, 2(1), 1-16.
- Cohen, E.H., Ifergan, M. & Cohen, E. (2002). A New Paradigm in Guiding The Madrich As A Role Model. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 919-932.
- Cruz, Z. (1999). Principles and Ethics of Tour Guiding. Manila, Philippines: Rex Bookstore, Inc..
- Demir, M. (2017). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Ş.Ş., Demir, M., & Nield, K. (2013). The Effects of Customer-Focused Selling on Destination Choice and Decision of Purchasing: An Empirical Study on British Tourists Traveling to Turkey. *Journal of Human Sciences*, 10(2), 443-461.
- Demir, Ş.Ş. (2012). Avrupa Müşteri Memnuniyet Endeksi Modeli: Uluslararası Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9(1), 672-695.
- Demir, Ş. Ş. (2016). Turizm İşletmelerinde Halkla İlişkiler ve İletişim. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, Ş. Ş., & Demir, M. (2009). Örgütsel İletişimde Duygusal Zekânın Rolü: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(1), 67-77.
- Doswell, R. (1979). Further Case Studies in Tourism University of Strathclyde, 5. *Tourism Services and Tourist Guides* by Thierry Quintrie Lamothe, London.
- Duygun, A. (2007). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Bir Pilot Araştırma. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*. London. Thousand Oaks, Sage Publications, New Delhi.
- Howard, J., Thwaites, R., & Smith, B. (2001). Investigating The Roles of The Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32-39.
- Hu, W., & Wall, G. (2013). Tour Guide Management in Hainan, China: Problems, Implications and Solutions. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(3), 205-219.
- Hughes, K., & Ballantyne, R. (2001). Interpretation in Ecotourism Settings: Investigating Tour Guides' Perceptions of Their role, Responsibilities and Training Needs. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 2.
- Karagöz, Y. ve Kösterelioglu, İ. (2008). İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21, 81-98.
- Koroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Lin, Y. C., Lin, M. L., & Chen, Y. C. (2017). How Tour Guides' Professional Competencies Influence on Service Quality of Tour Guiding and Tourist Satisfaction: An Exploratory Research. *International Journal of Human Resource Studies*, 7(1), 1-19.
- Lopez, E. M. (1980). The Effect of Leadership Style on Satisfaction Levels of Tour Quality. *Journal of Travel Research*, 18(4), 20-23.
- Lugosi, P., & Bray, J. (2008). Tour Guiding, Organisational Culture and Learning: Lessons from An Entrepreneurial Company. *International Journal of Tourism Research*, 10(5), 467-479.

- Mak, A. H., Wong, K. K., & Chang, R. C. (2011). Critical Issues Affecting The Service Quality and Professionalism of The Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442-1452.
- Mancini, M. (2001). *Conducting Tours: A Practical Guide 3*. Baskı, Delmar: Amerika.
- Nyahunzvi, D. K., & Njerekai, C. (2013). Tour Guiding in Zimbabwe: Key Issues and Challenges. *Tourism Management Perspectives*, 6, 3-7.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L. (1990). Delivering Quality Service- Balancing Customer Perceptions and Expectations, The Free Press, New York, s.20-28.
- Pond, K. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhol, s.191.
- Poudel, S., & Nyaupane, G. P. (2013). The Role of Interpretative Tour Guiding in Sustainable Destination Management: A Comparison Between Guided and Nonguided Tourists. *Journal of Travel Research*, 52(5), 659-672.
- Snell, S. ve Carpenter, J. (1992). *Commucitaions in Travel and Tourism Practical Guide- Lines and Assignments for Students of Travel and Tourism*. Hodder&Stoughton, London Sydney Auckland, Toronto.
- Tai, F. M. (2014). Explore Characteristics of Leadership and Apply to Tour Leader. *Journal of Global Business Management*, 10(2), 76-93.
- Tsaur, S. H., & Teng, H. Y. (2017). Exploring Tour Guiding styles: The Perspective of Tour Leader Roles. *Tourism Management*, 59, 438-448.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications (Vol. 62)*. Channel View Publications.
- Weiler, B., & Ham, S. (2001). Perspectives and Thoughts on Tour Guiding. *Tourism and Hospitality in The 21st Century*, 255-264.
- Weiler, B., & Kim, A. K. (2011). Tour Guides as Agents of Sustainability: Rhetoric, Reality and Implications for Research. *Tourism Recreation Research*, 36(2), 113-125.
- Wolfgang, G. (1982). *Handbuch für Studienreiseleiter Padagogischer, Psychologischer und Organisatorischer Leitfadens für Excursionen und Studienreisen Herausgegeben*. STFT Studienkreis für Tourismus e.v Starnberg, Almanya.
- Wong, J. Y., & Wang, C. H. (2009). Emotional Labor of The Tour Leaders: An Exploratory Study. *Tourism Management*, 30(2), 249-259.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yenen, Ş. (2002). Turist Rehberliği Eğitiminde, Niteliksel ve Niceliksel Planlamada Turizm Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve Meslek Kuruluşları Arasında İş Birliğinin Önemi. *Turizm Eğitimi Konferansı Workshop*, Ankara, 257-273.
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2004). Cultural Mediation in Guided Tour Experiences: A Case Study of Australian Guides of Chinese Tour Groups. *New Frontiers in Tourism Research*. DOI:10.4225/03/5938FBCB2BDA0

Etik Onay

Bu araştırma, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Etik Kurulunun 30.06.2020 tarih ve 25-2 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı

Yazarlar çalışmaya eşit katkıda bulunmuştur.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.