



Unutulmaz Gezi Deneyimleri: Turist Rehberlerinden Yansımalar

Memorable Trip/Tour Experiences: Reflections from Tourist Guides

Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN¹

¹Dr., Muğla, gunseli-8148@hotmail.com

Gönderilme Tarihi / Submitted : 15.06.2019
Düzeltilme / Resubmitted (1) : 29.07.2019
Düzeltilme / Resubmitted (2) : 08.08.2019
Kabul / Accepted : 16.08.2019

Özet

Deneyim, bir olay, ürün veya süreçle ilgili bireyin elde ettiği çıktı olarak tanımlanabilir. Mevcut literatürde deneyimlerin “unutulmaz” kısmına atfedilen anlamlara yönelik ayrıntılı bir şekilde yapılmış çalışmaların sınırlı sayıda kalması yanında “unutulmaz”a yönelik genellikle eğlenceli, keyifli gibi olumlu ifadelerin kullanılması tartışmalara açık kalmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada turist rehberlerinin unutulmaz deneyim yansımalarının ortaya çıkartılması amacıyla literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Çalışmada birincil ve ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır. Bu bağlamda literatürde yer alan ilgili çalışmalar araştırılmıştır. Toplam 12 katılımcıyla da nitel araştırma kapsamında yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara toplam 10 adet demografik ve mesleki durum sorusu ile birlikte araştırma amacına uygun bir adet soru yöneltilmiştir.

Elde edilen bulgulara betimsel analizle kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Kategorilerin belirlenmesi ve kategoriler altına ilgili kodların ve önemli ifadelerin yerleştirilmesiyle analiz tamamlanmıştır. Araştırma sonucunda Unutulmaz Gezi Deneyimleri teması altında Eğlence/Keyif (yurtdışında ilk deneyimde şans oyunundan para kazanma), Sorun Çözme Odaklılık/Becerisi (kaybolma ve gruba bunu fark ettirmeden güzergaha yönelik pratik bir şekilde yol belirleme), İşbirliği/Paylaşım/Dayanışma (Caretta Caretta kaplumbağa yavrularını gezi grubuyla

birlikte denize bırakma), Keşfetme/Öğrenme (hastanede yatan İngiliz'in ziyaretinde üzüm götürülebileceği bilgisinin öğrenilmesi), Olumlu ve Duygusal (engelli bireylere yardımcı olmanın verdiği huzur), Olumsuz ve Duygusal (gezide turistik tüketicinin vefat etmesi, tarihte yaşanan dramatik bir olayın hatırlanması karşısında rehberin üzülen grup bireyiyle ilgilenmesi/empati yapma) olmak üzere toplam altı kategori ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlar, diğer turist rehberlerine ve rehberliği adaylarına yol gösterici birtakım çıktılar sunmaktadır.

Literatürle paralel olarak turist rehberinin liderlik etme yanında yardımsever ve duygusal olma, empati yeteneğine sahip olma, anne-baba gibi sahiplenme ve ikaz etme ile pratik olarak sorun çözme şeklindeki rolünün, meslekler arasında da farklı bir öneme işaret ettiğini söylemek olanaklıdır.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberi, gezi, unutulmaz deneyim, turizm endüstrisi

Abstract

Experience can be defined as the acquired output of an individual related to an event, product or process. In the current literature, there are limited number of studies on the meanings attributed to the "memorable" part of the experiences, towards "memorable" the use of positive expressions such as funny, pleasant or usually entertaining, and enjoyable remains open to debate. Therefore, it is thought that this study will contribute to the literature with aim to reveal the memorable reflections of the tourist guides. Primary and secondary data sources were used in the study. In this context, related studies in the literature were investigated. Face-to-face interviews were conducted with a total of 12 participants within the scope of qualitative research. Participants were asked a total of 10 demographic and occupational status questions and one question suitable for the research purpose.

The findings were coded by descriptive analysis. The analysis was completed by identifying the categories and placing relevant codes and key phrases under the categories. As a result of the research, under the theme of Memorable Trip Experiences a total of six categories emerged: Fun/Pleasure (earning money from the game of chance in the first experience abroad); Problem-Solving Skill (disappearing and setting the route in a practical way to the group without noticing it); Cooperation/Sharing/Solidarity (leaving Caretta Caretta turtle cubs in the sea with the group); Exploring/Learning (information

learning that grape can be given during the visit of the hospitalized British); Positive and Emotional (peace of mind when helps disabled individuals); Negative and Emotional (the death of the touristic consumer on the trip, in the face of a dramatic event in history so the tourist guide deals with the sad individual of the group/empathy). These results provide some guidance to other tourist guides and guidance candidates.

In parallel with the literature, it is possible to say that the role of the tourist guide as being helpful and emotional, having empathy ability, possessing and warning like parents, and practically problem solving point to a different importance among professions.

Key Words: Tourist guide, trip, memorable experience, tourism industry

GİRİŞ

Turist rehberliği, ülke tanıtımı, çevrenin korunması, tarihsel, kültürel bilgi aktarımı, kültürel farklılık yönetimi ve zaman yönetimi gibi farklı yönleri bir arada barındıran bir meslektir. Bu mesleği sürdüren turist rehberinin yeterli bilgiye ve iletişim yetkinliğine sahip olması yanında sorunlara kolay ve hızlı bir şekilde çözüm üretme gibi birtakım özellikler taşıması turizm endüstrisinde hizmetin aksamaması ve dolayısıyla turistik tüketici memnuniyetine yönelik ayrı bir önem göstermektedir.

Turistik tüketicilerin unutulmaz deneyiminin bir parçası olarak işaret edilen yerel rehberlerin algılanan profesyonelliği faktörü, Chandralal & Valenzuela'nın (2013; 2015) ölçek geliştirme çalışmasında da yer almaktadır. Çalışanların bakış açısından konu ele alındığı taktirde ise günümüzde, “*Çalışan deneyimi aslında nedir? Bu deneyim yapay uygulamalarla neden ortaya çıkmaz? Çalışan ne hisseder? Geribildirim (Feedback) yerine gerihissedim (feelback) vermeyi başarabilsek ne elde ederiz? Bir topluluğun toplam deneyimi bize ne anlatır?*” gibi sorular özellikle uygulayıcılar tarafından gündeme getirilmektedir (HRdergi, 2019). Bu bakımdan genellikle profesyonel anlayışa sahip işletmelerin çalışan deneyimine odaklandığı anlaşılmaktadır. Buradan hareketle çalışanların unutulmaz deneyimlerinin aslında kendileri, işletme ve diğer çalışanlar için farklı bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Bu hususta özellikle turist rehberlerinin mesai kavramı ve diğer iş koşulları göz önünde tutulursa unutulmaz deneyimlerini aktarmaları, bu mesleği yapanlara veya yapacak adaylar için kişisel gelişimleri önünde “öğrenmenin” başka bir yönünü oluşturmaktadır.

Turist rehberlerinin turun başlamasından bitimine kadar karşılaştığı ve onları etkileyen olayların meydana gelmesi ihtimal dahilindedir. Ancak bu olaylardan hangilerinin turist rehberi tarafından daha iyi hatırlandığı, başka bir ifadeyle unutulmaz deneyim olarak gösterilebileceği bir soru işareti olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda turist rehberleriyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek bu soruya yanıt aranmıştır. Böylece turist rehberlerinin deneyimlerinde yer alan unutulmaz olayların onlar hakkında başka neleri ifade ettiği, neden bu olayların unutulmadığı, bunların daha çok olumlu olaylardan mı yoksa olumsuz olaylardan mı kaynaklandığı ve mesleki rolleriyle ilgili birtakım sonuçların elde edilmesi amaçlanmıştır. Bu bakımdan çalışmanın önemli olduğu ve literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Deneyim, tüketicinin satın aldığı ürün ve hizmet ile çevrenin birleşimi sonucu ürünle ilgili duygusal, duygusal ve düşsel öğeler barındıran tüm çıktıdır (Hirschman & Holbrook, 1982; Lewis & Chambers, 2000). Başka bir ifadeyle deneyim, pek çok unsurun birleşmesi sonucu tüketiciyi duygusal, fiziksel ve ruhsal olarak olumlu veya olumsuz şekilde etkileyen, meşgul eden unutulmaz bir buluşma veya karşılaşmadır (Mossberg, 2007; Oh, Fiore & Jeoung, 2007; Titz, 2008; Pine II & Gilmore, 2017). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere literatürde genellikle tüketici deneyimi temelinde açıklamaların yer aldığı gözlenmektedir.

Unutulmaz deneyim için “hatırlamayı” da açıklamak gerekir. Bu noktada bellek devreye girmektedir. Bellek, bilincin bir bölümüdür. Bilgi işleme sürecinde kodlama ve depolama sürecinin bellek işlevlerini oluşturmasından dolayı önem gösterir. Yaşantı, deneyim, öğrenilenler burada tutulur ve gerektiğinde hatırlanır. Bellek, zamana göre kısa ve uzun süreli, içeriğe göre ise açık ve örtük bellek olarak ikiye ayrılır. İki temel ayrımı da ilgilendiren bu deneyimlerin hatırlanmasında belleğin işlevi bulunmaktadır (Mesulam, 2000; Cüceloğlu, 2012). Bu bilgilere göre unutulmaz deneyim kavramına yönelik yaklaşımlar deneyimle birlikte ele alınmaktadır ve deneyime dayandırılmaktadır. Turizmin bir deneyim olduğu dikkate alınırsa deneyimin unutulmaz kılınmasının özellikle turistik tüketici deneyimlerinin daha iyi anlaşılmasına olanak verdiğinin ve satın alma sonrası davranışsal niyetler bakımından da farklı bir öneme sahip olduğunun altı çizilebilir (Chen, Prebensen & Uysal, 2018; Demir, 2018). Diğer taraftan turizm deneyimi

ve turistik tüketici deneyiminin ise farklı kavramlar (Zátori, 2013) olarak açıklandığı da anlaşılmaktadır.

Bu bilgilerden yola çıkarak turist rehberi deneyimi ise turistik mal ve hizmet sağlanırken ve turist rehberinin mesleki faaliyeti sırasında, özellikle tura katılan grup bireyleri, çevre ve diğer unsurlar bir aradayken farklı bir olayın meydana gelmesi ve bunun birey üzerinde duygusal, fiziksel ve ruhsal bakımdan bir etki yaratması olarak ifade edilebilir. Unutulmaz deneyim ise farklı veya özel olarak değerlendirilen ve etki eden olayın kişi tarafından hatırlanması olarak açıklanabilir.

Rehberli turistik geziler, birçok turistik tüketicinin paket turlar kapsamında veya varış yerlerinde ilgi gösterdiği boş zaman faaliyetleri veya başlı başına tatile çıkma amacı veya planı içerisinde değerlendirilebilir. Bu faaliyetlerde yer alan turist rehberleri turistik tüketicilere gezinin başlangıcından bitimine kadar gezilen yerler hakkında bilgi sağlayan, geziyi yöneten, bireyleri yönlendiren ve onların hoş zaman geçirmelerine elçilik eden kişilerdir.

Rehberli turistik gezilerde bir tarafta grup bireyleri yer alırken, diğer tarafta tur aracını süren görevli ve turist rehberi bulunmaktadır. Turist rehberi grupla tur süresince iletişim kuran, gruba liderlik yapan ve kişiler arası aracılık rolü bulunan ve bu performansı ile bütünsel tur deneyimine de etki eden kişidir (Güzel ve Köroğlu, 2014).

Diğer taraftan turist rehberleri, birer kültür elçisi olarak nitelendirilmektedir ve bu yönüyle kültürel değerlerin korunmasına, tanıtımına ve farklı kültürlerle etkileşime katkı sunması söz konusudur (Aslan ve Çokal, 2016). Turist rehberleri, liderlik rolleri yanında belirli bir donanıma sahip, aynı zamanda kaynakları yönetebilen ve yorumcu özellikler de taşımaktadır (Köroğlu, 2013). Bu verilen bilgilerin bir kısmı turistik tüketici gözünden onları anlamlandırmaktadır. Ancak turist rehberlerinin unutulmaz deneyimlerinden yola çıkarak onların rollerini açıklayan çalışma ile karşılaşmamıştır. Bu, çalışmayı mevcut çalışmalardan ayıran önemli bir faktör olarak gösterilebilir. Öte yandan literatürde yapılan çalışmalar incelenirse genellikle turistik tüketiciler üzerinde deneysel pazarlamaya (Williams, 2006), deneyimlere (Mendes, Valle, Guerreiro & Silva, 2010), anılara (Bendix, 2002) ve unutulmaz turizm deneyimlerine (Ali, Hussain & Ragavan, 2014; Akkuş, 2017) yönelik yapılan çalışmaların ağırlıkta olduğu göze çarpmaktadır. Performans ve rehberlik deneyimini ele alan bir çalışmada da rehberlerin mesleki

deneyiminin arttıkça performanslarının da arttığı belirlenmiştir. Mesleki performansları için turist rehberlerinin, uzun yıllar geçirmesi, farklı tecrübelerle sahip olmaları ve bunun sonucunda bilgi ve becerilerinin de artması önemli görülmektedir (Koroğlu ve Avcıkurt, 2014). Bu çalışmada ise unutulmaz gezi deneyimlerinin ele alınması çalışmayı farklı kılan diğer bir faktördür.

YÖNTEM

“Unutulmaz Turizm Deneyimi”ne yönelik geliştirilmiş birkaç ölçeğin (Kim, Ritchie & McCormick, 2012; Chandralal & Valenzuela, 2013; Chandralal & Valenzuela, 2015) literatürde yer aldığı görülmektedir. Turist rehberlerinin bakış açısından turlarda turistler tarafından algılanan hizmet kalitesinin belirlenmesinde memnun edici olaylar ve memnuniyetsizlik yaratıcı olaylar bakımından ele alınan bir başka çalışma (Ardıç Yetiş, 2018) daha literatürde yer almaktadır. Buna karşın turist rehberlerinin deneyimlerinden yola çıkarak hafızalarında iz bırakan olaylar, başka bir ifadeyle “unutulmaz” olarak nitelendirilebilecek deneyimler kapsamında araştırmalarla ise karşılaşmamıştır. Dolayısıyla turizm endüstrisinde turist rehberleri özelinde unutulmaz deneyimlerin göz ardı edildiği anlaşılmaktadır. Ancak turist rehberlerinin mesleki faaliyetleri sırasında unutulmaz deneyimlerinin turist rehberlerini açıklamada birtakım bilgiler sağlayacağı tahmin edilmektedir. Bu, çalışma problemini ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda unutulmaz deneyimlerin turist rehberleri tarafından mesleki rolleri hakkında ipuçları vermesi de mümkün görünmektedir. Bu bilgiler ise araştırmaya yön vermiştir. Bu bağlamda çalışmada:

-“Turist rehberlerinin unutulmaz gezi deneyimleri nelerdir? ve neden bu deneyimler turist rehberini etkilemiştir?”

-“Turist rehberlerinin unutulmaz deneyimleri, meslekleri ve rolleri hakkında nasıl bilgiler sağlar? sorularına yanıt aranmaktadır.

Çalışmanın amacı, turist rehberlerinin unutulmaz gezi deneyimlerini ortaya çıkarmak ve buna göre turist rehberliği mesleği ile mesleki rollerini birlikte irdelemektir. Bu doğrultuda çalışmanın sonuçlarının, turist rehberliği mesleğini yapacak adaylara, turizm öğrenimi gören öğrencilere, ilgili kurum ve kuruluşlara faydalı bilgiler sunması ve unutulmaz gezi deneyimlerinin ele alınmasıyla literatürdeki boşluğu doldurması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma keşifsel ve betimsel tasarımla uygulamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Durum çalışması yapılmıştır. Anakütle Türkiye’de faaliyet gösteren turist rehberleridir. Anakütlenin hepsine ulaşmanın güç olmasından dolayı örneklem seçme işlemi yapılmıştır. Nitel araştırma yoluyla amaçlı örnekleme yöntemlerinden uygun/kolay ulaşılabilir durum örnekleme (Marshall, 1996; Özen ve Gül, 2007; Yıldırım ve Şimşek, 2016) kullanılmıştır. Nitel araştırmanın temel alınmasındaki amaç, öncelikle turist rehberlerinin mesleki bağlamda kendilerini daha rahat ifade edebilecekleri yöntemlerden birinin görüşme yöntemi olmasıdır. Aynı zamanda durum çalışmalarında neden ve nasıl gibi sorulara yanıt aranırken daha esnek bir şekilde derinlemesine bilgi elde edilebilmesi diğer önemli bir husustur. Ayrıca görüşme yapılan rehberlerden çalışma konusu hakkında olumlu geribildirim sağlanmıştır. Görüşme yöntemi, nicel araştırma yöntemleriyle birlikte veya öncesinde de uygulanabilmektedir. Bunun nedeni, görüşme ile elde edilen verilerin ölçek maddelerinin oluşturulmasına bir temel sağlamasıdır. Tüm bu bilgiler doğrultusunda çalışma amacına en uygun yöntemin görüşme yöntemi olduğu belirtilebilir.

Turist rehberliği mesleğini sürdüren toplam 12 katılımcıyla yüz yüze ve görüntülü görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme öncesinde kendilerinden randevu alınmıştır. Soru formu araştırmacı tarafından oluşturulmuştur ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Soru formunda toplam 10 adet demografik ve mesleki durum sorusu ile birlikte araştırma amacına uygun bir adet soru yer almıştır. Sorular iki araştırmacı tarafından incelenmiştir. Katılımcılarla görüşmeler 14-18 Aralık 2018 tarihlerinde yaklaşık 30 dk. sürmüştür. Görüşmeler anında kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler, belirlenen Unutulmaz Gezi Deneyimi teması için kodlama yapılması ve bu kodların ortaya çıkarılan kategorilere göre yerleştirilmesi yoluyla analiz edilmiştir (Miles & Huberman, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Geçerlik ve güvenilirlik sağlanması açısından görüşme sürecinde aynı sorular, aynı sözcüklerle yöneltilmiştir. Gözlem yapılması sonucunda olumlu izlenimlerin elde edilmesi, katılımcıların istekli olması ve görüşme sonrası iki araştırmacı tarafından verilerin incelenmesi geçerlik ve güvenilirlik sağlayan diğer etkenlerdir.

BULGULAR ve YORUM

Çalışma bulguları, demografik ve mesleki durum bilgilerini içerecek şekilde ve turist rehberlerinin unutulmaz gezi deneyimlerine yönelik elde edilen bulgular olmak üzere aşağıda yer almaktadır.

Demografik Bulgular ve Mesleki Durum Bilgileri

Katılımcıların dördü kadın sekizi erkek, yaşları 31 ile 61 yaş arasında, altısı lisans ve altısı lisansüstü eğitim düzeyinde, beşi evli ve çocuk sahibi, altısı bekar ve aralarından biri çocuk sahibi olmakla beraber bir katılımcı eşinden ayrılmış ve çocuk sahibidir. Hepsisi eylemli (aktif) çalışma kartına sahip ve ülkesel alanda İngilizce diliyle hizmet vermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bulguları ve Mesleki Durum Bilgileri

Ad	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Medeni Durum	Çocuk Sahipliği	Çalışma Kartı Durumu	Çalışma Kartı Alanı	Yab. Dil
Katılımcı 1	E	40	Lisans	Bekar	-	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 2	E	38	Lisans	Bekar	1	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 3	E	50	Lisans	Diğer	2	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 4	E	39	Lisans	Bekar	-	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 5	E	33	Lisans	Evli	1	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 6	E	61	Lisans	Evli	2	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 7	E	46	L.Ü.	Evli	1	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 8	E	39	L.Ü.	Evli	-	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 9	K	33	L.Ü.	Evli	1	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 10	K	31	L.Ü.	Bekar	-	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 11	K	39	L.Ü.	Bekar	-	Aktif	Ülkesel	İng.
Katılımcı 12	K	32	L.Ü.	Bekar	-	Aktif	Ülkesel	İng.

Katılımcı dağılımına bakılırsa en az lisans mezuniyeti şartını taşıyan, aktif olarak turist rehberliği mesleğini yürüten, hem evli hem de bekar olan katılımcıların bulunduğu ve 31-61 yaş aralığında bir dağılımın yer aldığını söylemek mümkündür. Burada ortaya çıkan önemli bir bilgi, bölgesel turist rehberliği yapan katılımcılarla karşılaşılması ve turist rehberlerinin İngilizce diliyle faaliyet göstermesinin öne çıkmasıdır. Bunun nedenini, İngilizce'nin dünyada geçerli bir dil olması, öğrenim faaliyetlerinde öncelikle İngilizce'nin öğretilmesi ve Türkiye'nin yıllardır çektiği turistik tüketicilerin ortak konuştuğu bir dil olmasından kaynaklandığı ileri sürülebilir.

Turist Rehberlerinin Unutulmaz Gezi Deneyimlerine Yönelik Bulgular

Elde edilen ham verilerin kodlanmasına göre ‘‘Unutulmaz Gezi Deneyimleri’’ teması altında ortaya çıkarılan toplam altı adet kategori Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Turist Rehberlerinin Unutulmaz Gezi Deneyimlerine Yönelik Bulgular

Toplam altı adet kategorinin ortaya çıkarılmasında etkisi olan unutulmaz deneyimler ve bunlara ait ifadeler aşağıdaki gibidir. Katılımcıların bazı ifadeleri ve ortaya çıkan kodlar birden fazla kategori içerisinde yer alabilmektedir. Örnek vermek gerekirse, Eğlence/Keyif kategorisinde yer alan tura çıkılan bir grubun konsolos olduğunu turist rehberinin bilmemesi, tura katılan grup hakkında bazen bilgilerin gizli tutulabildiğini ve turist rehberinin bunu, mesleğin ilk yıllarında deneyimlemesi sonucu öğrendiğine işaret etmektedir. Bu bakımdan neden-sonuç ilişkisi kurulmasıyla Keşfetme/Öğrenme kategorisini de içeren çift kategorize bir yapı belirmektedir.

Eğlence/Keyif: Yurtdışında ilk deneyimde gruba ücretin ortak ödendiği şans oyunundan para kazanma ve bu parayı turistik tüketici grubuyla birlikte yemek yeme amaçlı harcama, rehberin tur grubunu oluşturan aileden biri gibi kendini hissederek keyif alması, üst düzey yetkili kişileri gezdirmenin verdiği haz.

Katılımcı 8: ‘‘Türk grubuyla gittiğimiz Monte Carlo, Monaco’da grup olarak para topladık ve kumarhanede ruleten 1000 Euro’dan fazla para kazandık. Aslında hiçbirimiz bilmiyoruz. Monte Carlo’da evi olan Türk birine nasıl oynanacağını sordum. Sonra marka verdiler. Oynadık şansına. Kazanınca gruptan herkese 100 Euro dağıtıp paylaştık. Çıkışta da hep beraber harcadı. Yemek yendi’’.

Katılımcı 10: “Bir Amerikalı misafirim vardı. Hala görüşüyoruz. Dostluk yakaladık. Beni de kızları gibi gördüler. Tur bir günlük olmasına rağmen keyif aldılar, aldık...”, “Tura çıkacağım bir grubun konsolos olduğunu bilmiyorum. Efes-Meryem Ana’ya gitmiştik. Tur sonunda bayrak vermişlerdi. Meslekte ilk yıllarımdı. Üst düzey yetkili birilerini gezdirmek beni iyi hissettirdi. Memnun ayrıldık”.

Eğlence/Keyif kategorisini ortaya çıkaran, turist rehberinin tur grubuyla birlikte eğlenebilmesi, farklı deneyimleri tur grubuyla birlikte yaşaması sonucu aldığı haz; tur grubunun turist rehberine yaptığı küçük jestleri ve rehberin üst düzey mesleki statüde yer alan kişilere bilgi aktarmasının, onları gezdirmesinin rehber mesleki tatmin boyutunda kazanımlar sağlaması sonucu hissedilen mutluluk “Unutulmaz Gezi Deneyimini” açıklamaktadır.

Sorun Çözme Odaklılık: Yürüyüş güzergahında kaybolma ve gruba bunu fark ettirmeden onlara fotoğraf çekmek için boş zaman vererek o sırada doğru yolu belirleme, gezi programında zamanlamanın aksayacağını öngörüp bu durumdan ötürü sorun çıkmamasına yönelik çözüm üretme.

Katılımcı 12: “Mesleğe yeni başladığım dönemdi. Pratiğim olmasa da 15 günlük bir tur almıştım. Yürüyüş (walking) turuydu. Tura başladım. Farklı bir rotayı izledim. Müşteri grubu size güveniyor. Annenize güvenmek durumunda olduğu gibi. Yürüyüş yolunda kaybolduk. Müşteriye bu hissi vermemek gerekiyor. Fotoğraf çekilecek bir yer buldum. Boş zaman verdim. Ben kendim hangi yolu izleyerek ana yola çıkacağımızı düşündüm. Bu benim için baya stresli bir atmosfer yarattı. Ama müşteriler mutlu oldu. Bunu müşteriye hissettirmeden, o hissi yaşatmadan kıvrak bir zekayla sağladım. Fotoğraf için boş zaman vermem benim için işin içinden çıkacağım bir yoldu”.

Katılımcı 7: “Çanakkale gezisi var. Gezide şoför ile grup lideri arasında tartışma oldu. Şoför Aliğa’da mola verdiğimiz tesiste valizlerle bizi bırakıp gitti. İzmir’den başka otobüs bekledik. Planlanan zamanı aşmamız demek sorun demek. Önceden feribot ayarladım. Otelde tartışma yaşadım. Çanakkale’de 18 Mart zamanı ve Nisan ayı en yoğun dönem. Nisan’da bu olay oldu. Eğer önceden feribot ayarlayıp otele geçmeseydik daha büyük sorunlar yaşayacaktık. İşe yeni başlamıştım. İçgüdüsel olarak davrandım”.

Katılımcı 11: “Gruptan müşteriyi attım. Marmaris’ten Efes’e gitmiştik. Efes turunda sarhoş olan müşteriler vardı. Efes antik kentine gelmediler. Kayboldular. Grupta 45

kişiydi ve kalabalık olunca bunu fark etmedim. Ayrıca iki günlük bir turdu ve akışı bozdukları için onları taksiyle geri göndermişim”.

Turist rehberlerinin tur programının belirlenen zaman içerisinde turu tamamlama görevini etkileyen turist-turist rehberi, turist rehberi-şoför, şoför-turist, şoför-tur lideri, tur lideri-turist, turist rehberi-tur lideri, turist rehberi-turizm işletmesi arasında ve turistin veya turist rehberinin karşılaştığı diğer sorunlar şeklinde birtakım sorunların ortaya çıkması olasıdır. Bu sorunların en az etki yaratması veya tur programını ve geziyi aksatmaması, pratik bir şekilde çözüme kavuşturulmasına bağlıdır. Turist rehberinin Unutulmaz Gezi Deneyimleri temasına yönelik yukarıdaki ifadeleri “Sorun Çözme Odaklılık” kategorisinin oluşmasında önemlidir.

İş Birliği/Paylaşım/Dayanışma: Bulunan Caretta Caretta kaplumbağa yavrularını gezi grubuyla birlikte denize bırakma, turda ayakkabısının tekini akarsuyun götürmesinden dolayı turistik tüketiciye rehberin ayakkabısının tekini vermesi.

Katılımcı 4: *“Dalyan turunda Türk misafirler ağırlıklıydı. Kaplumbağalarla ilgili de bilgi verdim. Gurbetçi bir aile vardı. Kaplumbağa yavrusu bulmuşlar. Caretta Caretta Kaplumbağası Hastanesi’ni aradık, gelmediler. Bırakın dediler. Grupla hep beraber denize bıraktık. İlk defa da yakından gördük”, “Saklıkent’te su hızlı akıyor. Sudan karşı tarafa geçerken bir turistin ayakkabısının teki çıktı ve su alıp götürdü. Ben de kendi ayakkabımın tekini O’na verdim. Mutlu oldu. Ben de mutluydum. Turu tek ayakkabıyla tamamladım...”.*

Tur grubu, tur aracında ve gezilen yerlerde belirli bir süre bir araya gelerek birlikte zaman geçiren insanların oluşturduğu bir gruptur. Tur grubundaki bireyler, gruba ait olma, sosyalleşme ve birlikte hareket etme gibi duygu, düşünce ve davranışlar sonucu paylaşma, iş birliği ve dayanışma gibi topluluklara özgü bazı çıktılar sunarlar. Bu açıdan katılımcının deneyimlerini unutulmaz kılan önemli nokta, gezide birlikte hareket etmenin verdiği haz ile paylaşmanın sonucunda hissettiği mutluluktur.

Keşfetme/Öğrenme: Turda rahatsızlanan ve hastaneye yatan İngiliz’in ziyaret edilmesinde üzüm götürülebileceği bilgisinin öğrenilmesi ve bunun üzerine hasta ziyareti sırasında turiste üzüm verilmesi, grupta yer alan arkeoloğun da (özellikle Yunan arkeologların ören yerlerinde yer alan tarihi eserlere yönelik bilgisinin daha fazla olması) gezide yer alması ve tamamlayıcı bilgi vermesi, Yunan kökeninden olan grup bireyinin

ören yerinde hüzünlenmesi, bunun nedeninin zamanında büyük annelerinin oradan göç etmiş olması (Fethiye-Kayaköy) ve meydana tarihî çeşme üzerindeki yazıyı tercüme etmesi, yol üzerinde arızalanan araç yerine başka araç beklerken çevrenin gezilmesi ve daha önceden rehberin de görmediği farklı doğal güzelliklerin ve tarihî varlıkların keşfedilmesi, festival etkinliğinde festivali düzenleyenler tarafından önceden anlatılan ve sunulacak hizmetlerden (tuvalet, yiyecek, su gibi temel gereksinimlerin karşılanamaması) hiçbirinin etkinlikte yer almaması ve dolayısıyla daha sonraki etkinlikler için daha temkinli yaklaşılması, Yedi Kilise turunda ayarlanan papazın gelmemesi üzerine rehberin kiliselerde İncil'den ilgili bölümleri aktarması.

Katılımcı 1: “Amerikalı iki aile ile Yedi Kilise turu için İzmir'den yola çıktık. Turu gerçekleştirmek için yanlarında bir papaz ayarlamışlardı. Papaz bir şekilde gelemedi. Acenta beni yönlendirdi. Gittiğimiz yerlerde İncil'den bölümler okudum. Bu şekilde olması onları da duygulandırdı. Sonuçta rehberiz, her türlü esnek olup durumu kurtarmamız gerekiyor. Belki papaz gelse o kadar önemli bir deneyim olmayabilirdi. İlk iki-üç kilise için bilgileri çalışmıştım. Ezbere anlattım. Bu, onları oldukça etkiledi. Onlar da ilk defa geliyorlardı Müslüman bir ülkeye. Diplomat birinin bakış açısını değiştirmesi önemli. Giderken Türkiye'nin ve Müslümanların imajı aslında onlar için değişti. Lobicilikle bu yapılmaz, deneyimle bu yapılır...”.

Katılımcı 4: “Günübirlik olarak Pamukkale'deyiz. Rehber bir arkadaşla oturuyoruz. Gruba boş zaman vermişiz. Ambulans sesi geldi. Bizimle ilgisi yoktur diye düşündük. Güvenlik görevlisi, bizim masaya doğru bu bayanın eşi düştü diye bilgi verdi. Misafir 70 yaşında ve uyarmama rağmen düşmüş. Doktor baktı ve el bileğinde kırık var dedi. İdareten doktor yardımcı oldu. Misafir ses çıkartmadı. Turu tamamlamamız lazım. Fethiye'ye döndük. Hastaneye gittik. Ameliyat yapıldı, platin takıldı. Vicdanen hastanede yalnız bırakmak istemedim. Panik haldeler ve sağlık bilgilerini bilmiyorlar. Misafirin eşi otele gideceğim dedi. Şaşırdım. Adamın yanında refakatçi kaldım. Diğer gün de tur var. Tura giderken hastaneden aldılar beni. Tur bitiminde yine hastaneye gittim. Turda hasta ziyaretinde ne götürüleceğini öğrendim. Üzüm götürülürmüş. Üzüm götürdüm. Eşi de oradaydı. El bileği kırılan misafir duygulandı ve ağladı. Para uzattı, almadım. Bunu para için yapmadım dedim. Hala görüşürüz. Unutmam”.

Katılımcı 3: “Yayla turu düzenlenecek. Yörükler tanıtılacak. Tabela yaptık. Turu sattık. Festival sırasında festival düzenleyicilerin vaat ettikleri hiçbir şey yoktu. At yarışı, cirit oyunu, yağlı güreş, yöresel yemek Höşmerim gibi sözler verilmişti. Sadece insanlar toplanmış ve kendi aralarında davul çalıp oynuyorlardı. Tuvalet yoktu, su yoktu. Toplam dört minibüs gitmiştik yaklaşık 50 kişilik gruptuk. İyi ki aracın birinde su vardı. Herkes parasını geri istedi. Bir daha da bu tür festivallere tur düzenlemekten çekindim ve temkinli davrandım”.

Bir turist rehberinin kendisini geliştirmeye açık olması önemlidir. Bu süreç, beklenmedik bir zamanda ve yerde ya da istemli ve planlı bir şekilde gelişebilir. Nitekim bireyler, yaşanan olaylar/deneyimler sonucu keşfeder ve öğrenir. Katılımcıların, keşfettiği ve öğrendiği kültürler arası farklılıklar, inanç, gelenek ve görenek gibi toplulukları ayırt edici özellikler hem mesleki hem de genel kültür kapsamında donanımını artırır. Tur öncesinde varsayılmayan ancak tur sürecinde yaşanan sorunlar ise öğrenmenin eğlenceli olmayan yönünün de söz konusu olabileceğini gözler önüne sermektedir. Tüm bunlar, turist rehberlerinin Unutulmaz Gezi Deneyimleri temasında Keşfetme/Öğrenme kategorisinin belirlenmesine ışık tutmuştur.

Olumlu ve Duygusal: Engelli bireylere yardımcı olmanın verdiği huzur, rahatsız olan grup bireyelerine sağlık yardımı alırken eşlik etme veya sağlık kurumunda yanında arkadaşı veya akrabası kalmaz (İngiliz kültüründe) iken rehberin refakatçi kalmasıyla bu davranış karşılığında turistin de duygusal anlar yaşaması, Meryem Ana gezisinde hamile rehberin Hz. İsa ve Meryem Ana hakkında bilgi vermesi ve rehberin adının grup üyesinin annesinin adına benzemesi karşısında bu turistik tüketicinin tüm bu durumları bir arada değerlendirerek duygulanıp ağlaması.

Katılımcı 9: “Aslında her tur kendi başına unutulmaz. Meryem Ana’ya bir grup götürmüştüm. Hikâyeyi anlatırken hüngür hüngür ağlayan bir kadın olmuştu. Ben hamileydim. Kadın turistin annesinin ismi benim ismime benziyordu. Hz. İsa, kadın turistin annesinin adının benim adıma benzemesi ve benim hamile olmam kadını çok etkilemişti. Hepsini bir arada düşününce etkilenmesi normaldi. Bu olay beni de etkiledi”, “...Bir tur grubu karşılamamda bir kadın ve bir adam çıktı... Önce tekerlekli sandalyesini gördüm. Efes’te tekerlekli sandalyeye uygun nerelerden gideceğimi bilmiyordum. İyi niyetle bu güzel insanlara güzel vakit geçirtelim diye düşündüm.

Tekerlekli sandalyeyi de ben sürdüm. Bir de hastaydım ve tura katılan kişileri alırken 40 derece ateşle iki saat beklemek zorunda kalmıştım. Acenta bekle diyor sonuçta. Günün sonunda ise bir zarfın içinde beklemediğim bir miktar para vardı”.

Olumlu olaylar turist rehberlerinin deneyimleri arasında yer alabilmektedir. Ancak unutulmaz kavramına atfedilen anlam burada olumlu ve duygusal yönüyle belirlenmiştir. Katılımcı turist rehberi tura katılanları toplarken uzun süre bekleyerek karşıladığı tur katılımcılarının grup yerine iki kişi ve bir kişinin yürüme engelli olduğunu görmesi sonucu aklına ilk gelen Efes Antik Kenti’ni tekerlekli sandalye ile nasıl gezdirebileceğidir. Erişilebilir turizm açısından bu nokta önemlidir. Turist rehberi önceden yürüme engeli olan kişi veya kişilerle böyle bir deneyim yaşamamıştır. Bu doğrultuda yalnız yürüme engelli kişilere değil, aynı zamanda farklı erişim gereksinimi olan kişilere yönelik önceden turist rehberlerinin kendilerini geliştirmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Ancak asıl önemli olan nokta rehberin fedakârlık yaparak tekerlekli sandalyenin hareket etmesinde hasta olmasına rağmen kendisinin yardımcı olması ve bunun karşılığında tur katılımcılarının tur sonunda memnun ayrılmasıdır. Turist rehberinin ailesinde erişim gereksinimi olan bireyin bulunması da bu kategori için ışık tutmuştur. Keşfetme/Öğrenme kategorisine de giren yürüme engelli bireylerin Efes Antik Kenti’nin nasıl gezdirileceği deneyim sonucu unutulmaz olmuştur. Ayrıca Meryem Ana, inanç turizminde unutulmaz gezi deneyimlerinin açığa çıkarılmasında önemli bir destinasyondur. Meryem Ana anlatımındaki kişilerin, adların ve hamilelik durumunun turist tarafından rehberle özdeşleştirilmesi rehber için unutulmaz bir gezi deneyimidir. Nitekim inanç turizmi destinasyonlarında duygusal anlar olabilmektedir. Bu bakımdan turistin düşünceleri ve algılamaları sonucu yaşadıkları, turist rehberini de olumlu ve duygusal bakımdan etkilemiştir ve bu kategoriyi ortaya çıkarmıştır.

Olumsuz ve Duygusal: Meryem Ana gezisinde geziye yalnız katılan turistik tüketicinin vefat etmesi, rehberin işlemler için yardımcı olması ve ilk yurtdışı deneyimi olarak özellikle bu yere gelmek istemesinin daha sonra eşinden öğrenilmesi, turistik tüketicinin turlarda düşüp bir yerinde kırık meydana gelmesi, tarihte yaşanan doğal afetle (deprem) ilgili rehberin o olayda can kaybının azaltılmasında etkisi olan üst düzey yetkilinin de adını söyleyerek bilgi aktarması sırasında gruptaki bir turistin ağlaması, bayılması ve bu kişinin rehberin anlatımında adı geçen kişinin eşinin olduğunun ortaya çıkması, bunun üzerine rehberin grup bireyiyle ilgilenmesi/empati yapmasıdır.

Bu çalışma 2. Ulusal Turizm Rehberliği Kongresi’nde bildiri olarak sunulmuştur.

Katılımcı 2: “İstanbul’da grubu karşıladım. Turistin kocası evde kalmış. Eşi hayatında ilk defa yurtdışına çıkıyor, Türkiye’ye geliyor. Meryem Ana’ya hacı olmak amaçlı geldiğini belirtti. Öğleden sonra vaftiz alanında bilgi verdim. Diğer bir rehber arkadaş var ve arkadaş, ‘kadın toprağa bakıyor, yüzü kırmızı bir renk almış’ dedi. Heyecanlıydı. Kötü görünüyordu. Sonra boş vakit vermiştim. Kadın yere düştü. O sırada rahip, rahibeler, ambulans ve jandarma geldi. İlk yardım uygulandığı halde kadın vefat etti. Turistin kocası, eşinin yurtdışına gitmek istemesi ve bu ilk gideceği yerin orası olmasını sanki toprak çekti diye yorumlaması beni çok etkiledi. Vefat eden turistin yanında gelen arkadaşı da vardı. Tabi ben her şeyle ilgilendim. Eşi ilgilendiğim için teşekkür etti”.

Katılımcı 6: “Ankara’dan gelen yerli bir tur grubunu karşıladım. Bir gün otelde konaklama ve öğleden sonra şehir turu (Fethiye) vardı. Otobüs yavaş hareket ediyor ve ben bilgi aktarıyordum. Deprem evlerinin bulunduğu 1. Karagözler Mahallesi’nden geçerken 1957’de gerçekleşen Fethiye Depremini anlattım. O dönemin kaymakamı basiretli davranışıyla Ramazan döneminde davulları çaldırarak 7.2 civarında olan depremin şiddetine göre can kaybı daha yüksek sayıları gösterebilecekken az bir kayıpla atlattığını belirtti. Otobüsün arka koltuklarından bir çığlık geldi. Gruptan bir kadın ağlamış ve düşüp bayıldı. Kadın, rahmetli kaymakamın eşiymiş. Kadın, rahmetli eşinin görev yaptığı yerleri gezmek istemiş. Daha sonra konuştuk. Anlatımından dolayı çok gururlandı. Çok enteresandı. Sonra acentaya sordum kişiyi biliyor muydunuz diye ve bilmiyorlardı”.

Katılımcı 5: “Turdayken gruptan biri ayağını kırmıştı, soğukkanlı davrandım. İlk yardım yapıldı. Turu tamamlamak gerekiyordu. Kişiyi hastaneye gönderdim. Merkeze yakın bir antik kenti gezdiriyordum. Tekrar konuştuğumuzda duygusal bir ortam oldu”.

Turist rehberleri tur sürecinde tarihsel bilgiler aktarırlar ve bunlar arasında savaşlar, depremler, göçler gibi ölümleri de içeren olaylar yer alabilmektedir. Bu doğrultuda önemli olayları rehber anlatırken aklından tur aracında döneme ait olaylara tanıklık etmiş veya bir şekilde bağı olan kişilerin araçta olabileceği pek düşünülmez. Böyle durumlarla karşılaşan rehberin davranışının önemli olması kadar karşı tarafın da yaşadıklarının rehberi etkilemesi sonucu unutulmamaktadır. Diğer taraftan turlarda gerekli uyarılara karşın turistlerin kazalara maruz kalmaları tur programını aksatabilecek iken Sorun Çözme Odaklılık kategorisini de içeren davranışlar sergilendiği belirlenmiştir.

Bu gibi olumsuz olayların madalyonun bir yüzü ve duygusal bakımdan yaşanan üzüntü ve stresin ise paranın diğer yüzü şeklinde açığa çıktığı ifade edilebilir. Turda karşılaşılan rahatsızlıklar, kazalar veya hastalanmalar rehberi de üzmektedir ve diğer tur katılımcılarının gezi deneyimlerinin olumsuz etkilenmemesi için gerçekleştirilen çabaları da beraberinde getirmektedir. Böylece rehberin sorumluluğunda olan turist grubuyla ilgili ortaya çıkan olumsuzluklar duygusal yönüyle turist rehberinin gezi deneyimindeki “unutulmaz” yerini meydana getirmektedir.

Çalışmada en sık belirtilen unutulmaz deneyimler ise turistik tüketicinin düşmesi sonucu bir yerinde kırık meydana gelmesi ve gezide Yunan kökeninden turistlerin tamamlayıcı bilgi vermeleri şeklinde ortaya çıkmıştır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Turist rehberliği bir meslek olarak belirli bir bilgi birikimi ve belge kıstaslarının sağlanması sonucu yapılmaktadır. Bu meslek, kimi turist rehberine göre yorucu, çalışma zamanının değişiklik gösterdiği, kimine göre keyifli ve çalışma karşılığında alınan ücretin tatmin edici olduğu gibi açıklamalara konu olan bir meslektir. Bu çalışmada turist rehberlerinin unutulmaz gezi deneyimlerini ve buradan hareketle turist rehberlerinin mesleki rollerini belirlemek amaçlanmıştır. “Unutulmaz” kavramına yönelik hem olumlu deneyimlere göre olumsuz deneyimlerin öncelikle açıklanması hem de olumsuzlukların daha fazla sayıda anlatılması araştırmada ulaşılan önemli bir sonuçtur. Çalışma sonuçları arasında Eğlence/Keyif, Sorun Çözme Odaklılık, İş birliği/Paylaşım/Dayanışma, Keşfetme/Öğrenme, Olumlu Duygusal ve Olumsuz Duygusal olmak üzere tespit edilen altı kategori birlikte değerlendirilirse turist rehberlerinin liderlik etme ve bilgi verme (danışmanlık), yardımsever ve duygusal olma, empati yeteneğine sahip olma, özverili, güvenilir ve sabırlı olma, anne-baba gibi sahiplenme ve ikaz etme ile birlikte pratik olarak sorun çözme şeklindeki rollerinin, meslekler arasında da farklı bir öneme işaret ettiğini söylemek olanaklıdır. Ayrıca turist rehberlerinin unutulmaz gezi deneyimlerinden yola çıkılırsa turistik tüketicinin turizm deneyimi üzerinde de önemli bir işleve sahip olduğu söylenebilir. Nitekim katılımcıların unutulmaz gezi deneyimlerinin diğer taraftaki turistik tüketici ile belirli bir süre veya halen görüştükleri bildirilmiştir.

Bu çalışma sonuçları, Cohen'in (1985) turist rehberleri için altını çizdiği sosyal, etkileşimsel, araçsal ve iletişimsel bileşenlerle örtüşürken Prakash, Chowdhary & Sunayana'nın (2010) popüler tüketim için metalaştırılmış bir turizm ürününü turist rehberinin nasıl zenginleştirdiği veya özgün hale getirdiği, turistin performansını nasıl etkilediği, turist rehberlerinin yetkinlikleri geliştirilirken nelere dikkat edilmesi gerektiğine yönelik yer alan sorularına da bir yanıt olarak verilebilir. Diğer taraftan aynı yazarların literatüre dayalı birçok çalışmadan derlediği ve Öter ve Sarıbaş'ın (2018) da ele aldığı turist rehberinin aracı rolü, liderlik rolü, danışmanlık rolü, temsil rolü, yürütme rolü, yönlendirme rolü, kültür temsilcisi olma rolü, arabuluculuk rolü ve tanıtma rolü ile bu çalışma sonuçları tutarlılık göstermektedir. Ayrıca turistik tüketiciye yönelik geliştirilen unutulmaz turizm deneyimi ölçek faktörleri arasından hedonizm, bilgi, anlamlılık faktörlerinin (Kim, Ritchie & McCormick, 2012) turist rehberleri örnekleminde elde edilen sonuçlarla benzer olduğu söylenebilir. Turist rehberlerinin turlarda algıladıkları hizmet kalitesini belirlemeye yönelik yapılmış bir çalışma sonucunda belirlenen empati, güvenirlilik, özel istek ve ihtiyaçların karşılanması ile aksaklıkların giderilmesi (Ardıç Yetiş, 2018) alt kategorilerinin bu çalışma sonucuyla paralellik gösterdiği de anlaşılmaktadır.

Bu kapsamda çalışma sonuçları, turist rehberlerine ve rehber adaylarına yol gösterici birtakım çıktılar sunmaktadır. Bu çalışmanın kısıtlılıkları, örneklemin turist rehberlerinden oluşması ve uygulanan yöntem olarak gösterilebilir. Dolayısıyla kullanılan çalışma yöntemi, genelleme yapmaya olanak vermemektedir. Buna karşın ölçek geliştirmede ise fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bakımdan diğer araştırmacılara yaşadığımız çağın deneyime uzanan yolculuğunda turizm endüstrisinde farklı iş kollarında ve karma araştırma yöntemleriyle "unutulmaz" kavramını içeren çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilir. Çalışanlar kapsamında unutulmaz deneyime yönelik bir ölçme aracı geliştirilmesi önemlidir. Nitekim unutulmaz deneyimlerden çıkarılacak sonuçlar farklı fikirlerin ortaya çıkmasını sağlayabilir. Sözgelimi otel işletmesindeki insan kaynağının unutulmaz deneyimlerinin iş performanslarına olan etkisinin olup olmadığı veya çalışanların kademelerine, çalışanların tüketiciyle yüz yüze iletişim içeren bölümlere, kıdemlerine göre incelenmesi farklı kategoriler sunabilir. Dolayısıyla insan kaynağının eğitimi, iletişim ve turizm endüstrisinde çalışanların rolleri konularında unutulmaz deneyimlerin saptanması, birtakım ipuçları verecektir.

KAYNAKÇA

Akkuş, G. (2017). Kış Turizmi Destinasyonunda Yaşanan Unutulmaz Turizm Deneyimleri: Kültürlerarası Karşılaştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3): 223-236.

Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, A. N. (2014). Memorable customer experience: examining the effects of customers experience on memories and loyalty in Malaysian resort hotels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 144:273-279.

Ardıç Yetiş, Ş. (2018). Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Bölgesel Turlarda Algılanan Hizmet Kalitesinin Kritik Olaylar Tekniği (KOT) ile Ölçülmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3): 777-799.

Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1): 53-69.

Bendix, R. (2002). Capitalizing on memories past, present, and future. *Anthropological Theory*, 2(4): 469-487.

Chandralal, L., & Valenzuela F.-R. (2013). Exploring Memorable Tourism Experiences: Antecedents and Behavioural Outcomes, *Journal of Economics, Business and Management*, 1(2): 177-181.

Chandralal, L., & Valenzuela, F.-R. (2015). Memorable Tourism Experiences: Scale Development. *Contemporary Management Research*, 11(3): 291-310.

Chen, J. S., Prebensen, N. K., & Uysal, M. (2018). Dynamic Drivers of Tourist Experiences, In: N. K. Prebensen, J. S. Chen and M. S. Uysal (Der.), *Creating Experience Value in Tourism*, Second Edition, UK: CABI Int, ss: 11-21

Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structures and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1): 5-29.

Cüceloğlu, D. (2012). *İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları*. (25. Basım), İstanbul: Remzi Kitabevi.

Demir, S. (2018). Kuşaklar Açısından Unutulmaz Turizm Deneyimleri Algısının Satın Alma Sonrası Davranışlar Üzerindeki Etkisi, (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*),

Bu çalışma 2. Ulusal Turizm Rehberliği Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Edirne.

Güzel, F. Ö. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turist Rehberlerinin Liderlik ve Aracılık Rollerinin Tur Deneyimine Etkisi. Doğa Turları Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(4): 939-960.

Hirschman, C. E., & Holbrook, B. M. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts. Methods and Propositions. *Journal of Marketing*, Summer, 46(3): 92-101.

HRdergi. İnsan Kaynakları ve Yönetim Dergisi. (2019). *Tüm Yönleri ile Çalışan Deneyimi*, Alınma Tarihi: 29.07.2019, Web Sitesi: <http://www.hrdergi.com/tr/dergi-haber/2019/3-Mart/3008/tum-yonleri-ile-calisan-deneyimi->

Kim, H.-J., Ritchie, B. R. J., & McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1): 12-25.

Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16: 91-112.

Köroğlu, Ö. ve Avcıkurt, C. (2014). Turist Rehberlerinin Motivasyonu ile Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39: 45-60.

Lewis, R. C., & Chambers, R. E. (2000). *Marketing Leadership in Hospitality, Foundations and Practices*. 3rd Ed. New York: Wiley.

Marshall, N. M. (1996). Sampling for Qualitative Research, *Family Practice*, 13(6): 522-525.

Mendes, C. da J., Valle, do O. P., Guerreiro, M. M., & Silva, A. J. (2010). The tourist experience: Exploring the relationship between tourist satisfaction and destination loyalty. *TOURISM*, Original Scientific Paper, 58(2): 111-126.

Mesulam, M. M. (2000). *Principles of Behavioral and Cognitive Neurology*. Oxford University Press: Oxford, New York.

Miles, B., M., & Huberman, A., M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. (2. Ed.). London: Sage Pub.

Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1): 59-74.

Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46: 119-132.

Öter, Z. ve Sarıbaş, Ö. (2018). Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rollerini. İçinde: Editörler: S. Eser, S. Şahin ve C. Çakıcı (Der.), *Turist Rehberliği*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss: 101-116.

Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15: 394-422.

Pine II, J., & Gilmore, J. (2017). Distinctive Experiences. *Journal of Shopper Research*, 1(1): 60-65.

Prakash, M., Chowdhary, N., & Sunayana (2010), Tour guides-roles, challenges and desired competencies: A review of literature. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 3(1): 1-12.

Titz, K. (2008). Experiential Consumption: Affect-Emotions-Hedonism, İçinde: Oh, H. and Pizam (Der.), *A Handbook of Hospitality Marketing Management*, First Edition, UK: Elsevier, ss: 324-328.

Williams, A. (2006). Tourism and Hospitality Marketing: Fantasy, Feeling and Fun. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(6): 482-495.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınları.

Zátori, A. (2013). Tourism Experience Creation From A Business Perspective, (*Unpublished PH. D. Thesis*), Corvinus University of Budapest, Budapest.