

# Ülkesel Profesyonel Turist Rehberi Gereksiniminin Tahmini İçin Bir Model Önerisi

Dr. Suavi Ahipaşaoğlu

Başkent Üniversitesi Yönetim Bilimleri Meslek Yüksekokulu  
(yarız zamanlı öğretim üyesi)

## ÖZET

*Bu makalede, Türkiye'ye özgü olmakla birlikte "incoming turizmi" olan bütün ülkeler için profesyonel turizm rehberi gereksiniminin nedenlerinden yola çıkılarak bir model geliştirilmiştir. Makalede rehber gereksiniminin saptanmasında etkili olan değişkenler olarak "ülkeye gelen yabancı turist sayısı", "konuşulacak yabancı dil", "ortalama grup büyüklükleri", "mevsimlik yoğunlaşma", "rehberlik hizmetlerinden yararlanma oranı", "rehberlik hizmetlerinden ortalama yararlanma süresi", "rehberin çalışma süresi" olarak tesbit edilmiştir. Bu değişkenleri içeren bir modelin oluşturulması aşamalarının açıklanması, makalenin ana konusunu oluşturmaktadır.*

**Anahtar sözcükler:** Türkiye turizmi, seyahat işletmeciliği, tur yönetimi, turizm rehberleri

## GİRİŞ

Dünya üzerinde çok az örneği kalmış olmakla birlikte Türkiye, İsrail, Mısır gibi kimi ülkeler, yabancı turist gruplarının turları sırasında ulusal ya da bölgesel, ulusal turizm organizasyonlarından lisanslı rehberler tarafından gezdirilmesini yasal olarak zorunlu kılmaktadırlar. Bu zorunluluk kamuya gerekli rehberleri yetiştirme görevini de yüklemektedir. Son yıllarda yapılan yönetmelik değişiklikleriyle Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bakanlığı bu yükü kendi üzerinden üniversitelere aktarma yoluna girmiştir. Ancak bunun da üniversiteleri çılgın bir şekilde rehberlik programı açmaya yönelttiği gözlemlenmektedir. Bu alandaki sınırsız yarış sonuç olarak bir çok alanda olduğu gibi bir işsizler ordusunun oluşmasına yol açacaktır. Ülkede profesyonel rehber sayısının gereksinimin çok üzerine çıkmasının diğer mesleklerde olmayan bir sakıncası vardır. Diğer meslek gruplarında sayısal çokluğun iş bulma açısından rekabete ve dolayısıyla bilgi ve beceri düzeylerinin giderek yükselmesine yol açması beklenir. Halbuki turizm rehberleri en az bir yabancı dili çok ileri düzeyde bilen, genel kültür açısından hayli yüksek düzeylere ulaşmış insanlardır. Bunların sürekli ve tatminkar bir gelir düzeyine sahip olamamaları; nitelikli olup başka iş bulma olanağına sahip olanların daha güvenli gelir arayışları içerisinde başka iş

alanlarına yönelmelerine neden olacaktır. Çünkü rehberlik mesleğinin icrasında diğer mesleklere göre büyük farklılıklar gösteren noktalar vardır.

## REHBERLİK MESLEĞİNİN AYIRICI ÖZELLİKLERİ

Rehberlik mesleğinin ayırıcı özellikleri; "fizik güce dayalı olması, iş güvencesinin olmaması, dışsal faktörlere bağımlı olması, sürekli kendini yenileme zorunluluğu olması şeklinde sıralanabilir.

### Rehberliğin Fiziki Güce Dayalı Olması

Kültürel turlarda, ki bir profesyonel rehber en çok gereksinim duyulan tur çeşididir, yer alan ören yerlerinin bir çoğu sarp yamaçlar üzerine kuruludur: Buna Meksika'daki Aztek Tapınaklarını, Mođolistan'daki Buda Mabetleri ya da Anadolu'daki Nemrut Tümölüsü'nü veya Sumela Manastırını ve daha birçoklarını örnek gösterebiliriz. Dolayısıyla bir rehber ancak kendi yaş grubuna rehberlik etmek veya ileri yaşlarda bile deyim yerinde ise gençlere taş çıkartmak zorundadır.

### Rehberliğin Mevsimlik Bir İş Olması

Her ülkenin kimi zaman mevsim, kimi zaman kültürel ya da sosyal etkinlikler gibi farklı nedenlerle daha yoğun olarak

talep edildiği yüksek sezonları vardır. Seyahat acentelerinin rehber gereksinimleri de tur olduğu zaman ortaya çıkar. Sezonun yoğunluk derecesi yükseldikçe toplam rehber talebi de yükselecektir. Ölü sezonlarda da turlar yapılıyorsa da bunların yaratacakları talebe göre rehber yetiştirilse yüksek sezon talebi karşılanamayacaktır. Bu nedenle rehber gereksinimi planlaması yapılırken daima yüksek sezon verileri esas alınır. Sezon dışı zamanlarda ise rehberlerin önemli bir bölümü işsiz kalmaktadırlar. Bunun doğal sonucu olarak rehberler yılın bir bölümündeki kazançları ile tüm yıllık giderlerini karşılamak durumunda olan insanlardır.

Seyahat acenteleri ölü mevsimlerde, bir sonraki sezonda kendileri ile çalışıp çalışmayacağını veya hizmetine gerek duyup duymayacaklarını bilmedikleri kişilere para ödemek istemezler. Bu durum da rehberlere iş güvencesi kadar gelirlerinin sürekliliği ve güvencesi konusunda da sorun oluşturmaktadır.

### **Rehberliğin İş Güvencesinin Olmaması**

Turları düzenleyenler seyahat acenteleri, yani ticari, kar amacı güden kuruluşlardır. Bunlar doğal olarak çalıştırdıkları elemanlara boş yere bedel ödemek için sürekli ve geçici personel istihdam ederler. Rehberler de geçici personel içerisinde yer alırlar. Yani bir iş garantileri yoktur. Sistem son derece atomize ve rekabete açık olduğu için sürekli kendilerini yenilemek ve iyi olmak zorundadırlar. Öte yandan tur operatörleri neredeyse iki yıla yaklaşan bir sürecin sonunda oluşturdukları grubu emanet edecekleri kişilere son derece güvenmek isterler. Bu nedenle rehberlik için başvuran adayları mutlak mülakata alırlar veya çok güvendikleri birinin referansını ararlar. Bu da özellikle mesleğe yeni atılanlar için önemli bir handikap oluşturur. Eski ve güvenilir rehberlerden birinin hakkında beyan edeceği olumsuz görüş adayın meslek yaşamını daha başlamadan sona erdirecektir. İş bulamaması durumunda ise, eğer başka bir mesleği de yoksa, kamu olanaklarından yararlanması da söz konusu değildir.

Bunlardan çok daha önemlisi çalışırken bir kaza geçirirse ve daha sonraki tarihler için bağlantısını kurmuş olduğu işlere gidemezse, hiçbir gelir elde edemeyecektir. İşin ilginç tarafı birçok rehberin prim ödemeye hazır olmasına rağmen, özel sigorta şirketleri turizm rehberleri için iş güvenliği sigortası uygulamasını başlatmamışlardır.

### **Rehberliğin Dışsal Faktörlere Bağımlı Olması**

Turizm rehberleri kendileri ne kadar bilgili, yetenekli olurlarsa olsunlar bir turun gerçekleşmesi sırasında çıkabilecek kimi aksaklıklara mani olabilmeleri mümkün değildir. Otobüsteki bir arıza nedeniyle gezilemeyecek bir müze katılımcıların canını sıkacak, fatura rehberine çıkacaktır. Ülkede bir yönetim krizi doğacak olur ve turist gelmez ise, rehber işsiz kalacaktır.

### **Rehberlerin Sürekli Kendilerini Yenileme Zorunluluğu**

Daha önce de belirtildiği gibi turizm rehberliği birçok disiplin ile iç içe çalışmayı gerektiren bir işkoludur. Gerek sosyal yapıda, gerek ekonomik alanda ve gerekse arkeoloji gibi teknik bilgi alanlarında sürekli gelişmeler olmaktadır. Rehber bunları sürekli olarak izlemek, yenilikleri turistlere aktarırken bir yandan da bunların temellerini ve gelişimlerini etkileyen faktörleri analiz edebilmek durumundadır. Bütün bu işlevleri eksiksiz yerine getirebilmesi için de hem aktüaliteyi ve hem de bilimsel gelişmeleri takip etmek, kendisini ve bilgilerini sürekli yenilemek zorundadır. Geride kalan bir rehber kolay iş bulamayacak, balsa bile yabancı konukların beklentilerine yanıt veremeyecektir. Diğer iş-kollarında belirli bir alt disiplinde uzmanlaşan kişi, yalnızca kendi alanındaki gelişmeleri izlemekle yetinebilirken, rehberin ilgi alanının genişliği meslek içi gelişmeler açısından bir başka güçlük anlamına gelmektedir.”

### **REHBER SAYISININ KISITLANMASI GEREĞİ**

Yukarıda anılan nedenlerle rehberlik, iş ya da işsizlik risk unsuru yüksek meslek gruplarından birini oluşturmaktadır. Bu nedenle de daha çok genç kuşak arasında geçici, biraz macera dolu bir iş olarak algılanmaktadır. Halbuki bir rehber, özellikle Türkiye gibi dış dünyada imaj sorunu olan, kendisi hakkındaki önyargılı düşünceler ve tepkilerle mücadele eden bir ülkede stratejik bir öneme sahiptir. *“Turistin gözünde rehber; ülkeyi temsil eden bir kişi, bir bilge, bir örnek, bir büyükelçidir.”* Böylesine hassas bir işi yapan kişilerin gerek yetiştirilmelerinde ve gerekse çalışma koşullarının düzenlenmesinde oldukça itinalı davranılması gerekmektedir. Rehberler bir anlamda kamu görevi görmektedirler; Ancak değil kamu, özel sektörde bile iş garantileri yoktur. İyi rehberlerin yetişmeleri ve meslekte kalıcı olmalarının tek yolu bunların rehberlik mesleğini icra ederek geçimlerini sağlayabileceklerinden emin olabilecekleri iş ortamını yaratmaktan geçer. Bunun temel yöntemi ise taksit hizmetlerinde olduğu gibi sayı kısıtlamasına yönelmektir. Bu yaklaşıma birçokları şiddetle karşı çıkacaklar, serbest rekabetten, rekabetin kaliteyi getireceğinden dem vuracaklardır. Halbuki piyasanın koşulları acımasızdır. İşveren konumunda olan seyahat acenteleri, rekabetçi liberal ekonominin kuralları çerçevesinde, en iyi rehber olarak kendilerine en çok ekstra satış yapan, yan gelir temin eden rehberleri görmektedirler. Müşteri tatmini ne yazık ki ikinci planda kalmaktadır. Sayısal kısıtlamanın rekabeti engelleyeceği ve kalitenin düşmesine yol açacağı yönündeki endişeler ise yersizdir. Çünkü turizmin mevsimlik dalgalanmaları gereği her zaman için rehber sayısı talebin en yüksek olduğu döneme göre saptanacaktır. Bu ise Türkiye gibi ülkelerde genellikle 80 gün civarındadır. Dolayısıyla diğer zamanlarda da iş bulabilmek için rehberlerin birbirleriyle rekabetmeleri zorunludur.

Sürecin ileri aşamalarında ise rehberler, birçok batı ülkesinde olduğu gibi adeta robotlaşmakta, sürekli aynı

şeyleri yinelemekte, kalıpların dışına çıkamaz hale gelmektedirler. Bu durum ise sektörün gerektirdiği esneklik ve yaratıcılığı yok etmektedir. Dolayısıyla iyi rehberlerin piyasayı terk etmelerini önleyebilmek açısından rehber sayısının belirli bir düzeyde tutulması zorunludur. Bu sayısal kısıtlama seyahat acentelerini diledikleri gibi serbestçe hareket olanağından yoksun bırakacak, nitelikli rehberlerin de acentelerin mutlak egemenliği altına girmeden mesleklerini icra edebilmelerine olanak sağlayacaktır.

## REHBER GEREKSİNİMİNİN SAPTANMASINDA KISITLAYICI FAKTÖRLER

Bir ülkenin ulusal düzeyde rehber gereksiniminin belirlenmesinde göz önüne alınması gereken temel kısıtlar şöyle sıralanabilir:

- GTS : Gelen Yabancı Turist Sayısı
- KYD : Konuşulacak Yabancı Dil
- OGB : Ortalama Grup Büyüklükleri
- MTY : Mevsimlik Talep Yoğunlaşması
- RİO : Rehberlik Hizmetlerinden Yararlanma Oranı
- RYS : Rehberlik Hizmetlerinden Ortalama Yararlanma Süresi
- RÇS : Rehberin Çalışma Süresi

### Gelen Yabancı Turist Sayısı

Bir ülkeye gelen yabancı turist sayısı ne kadar artarsa gerek dinence turizmi için gelenlerin çevre gezileri, gerekse kültürel turlar ile ülkeyi gezmeye gelenlerin rehberlik hizmetlerine olan talepleri de o kadar artacaktır. Hatta rehberliğin bir meslek olarak ortaya çıkabilmesi için bir ülke ya da yöreye belirli bir minimum sayıda turist gelmesi gereklidir de denilebilir. Bu sayıya ulaşıncaya kadar gelen turistlere de elbette bazı kişiler tarafından bilgi verilecek, yol gösterilecek, belki bunun karşılığında bir ücret geliri de elde edilecektir. Ancak bu hizmetler profesyonel olarak üretilmeyeceği gibi elde edilecek gelir de, elde eden kişinin temel geçim kaynağını oluşturmayacaktır. Aslında profesyonel turist rehberliğinin meslek olarak ortaya çıkabilmesi için gerekli olan minimum turist sayısı eşiği sanıldığı kadar yüksek değildir. Bir kişinin yıllık geçimini rehberlik geliri ile sağlayabileceği kadar birim rehberlik hizmetleri talebinin olması yeterlidir. Bu da yaklaşık 210 işgünü demektir. Doğal olarak gelen yabancı turist sayısı arttıkça rehberlik hizmetleri talebi de yoğunlaşacaktır.

### Konuşulacak Yabancı Dil

Ülkeye gelen yabancı turistlere mümkün olduğunca kendi anadillerinde hizmet verilmesi hem kaliteyi yükseltecek, hem de olası bazı karışıklıkları engelleyecektir. Bu nedenle rehberler tarafından konuşulacak yabancı dillerin neler olması gerektiği gelen yabancı turist sayısının turist veren ülkelere göre dağılımının bir fonksiyonudur. Hatta turist

veren ülkelerde de, Belçika, İsviçre gibi birden fazla anadili olanlar söz konusu olduğunda gelen turistlerin o ülkenin hangi yöresinden oldukları bile ayrıca önem kazanmaktadır. Diğer bir deyişle bir ülkeye gelen yabancı sayısının esas alınması ile tespit edilecek rehber gereksinimi, bu sayının ilgili yabancı diller arasında nasıl dağıtılacağı bilinmediği takdirde bir anlam taşımayacaktır. Bu dağılım dikkate alınmadığı takdirde bir dille çok sayıda rehber olabilecek ve bunların bir bölümü iş bulmakta güçlük çekebilecek iken diğer bazı dillerde rehber bulunamaması gibi durumlar ortaya çıkabilecektir.

### Ortalama Grup Büyüklükleri

Genel olarak turizmde grup deyince akla konaklama işletmelerinin uygulamaları çerçevesinde en az 10 kişiden oluşan müşteri toplulukları gelmektedir. Kitle turizmi açısından bakıldığında grup, tur boyunca kullanılacak en küçük taşıma birimi tarafından kavranabilecek maksimum kişi sayısıdır. Tur operasyonu açısından bakıldığı zaman ise, ayrı bir rezervasyon serisi, ayrı bir taşıma aracı, ayrı bir rehber ve ayrı bir bütçe gerektiren her operasyon kişi sayısı ne olursa olsun bir gruptur. Bu bağlamda seyahat işletmeciliği literatüründe bağımsız turlar olarak anılan özel turların da herbirini bir operasyon; dolayısıyla bir grup olarak ele almak gerekmektedir. Yönelim ülkesine gelen ve tur hizmetlerinden yararlanan tüm bireylerin toplamının, yapılan toplam operasyon sayısına bölünmesi ile ortalama grup boyutu ortaya çıkacaktır. Aslında eğer toplam operasyon sayısı biliniyor ise ortalama grup büyüklüğü yerine kısıt olarak bunun kullanılması daha doğrudur. Çünkü ortalama grup büyüklüklerinin saptanmasındaki amaç esas olarak operasyon sayısının tespit edilebilmesidir. Ancak operasyon sayısının tespit edilmesi tek tek işletmeler bazında ayrıntılı istatistiklerin tutulmasını ve bunların bir merkezde bir araya getirilmelerini gerektirir. Bu işlemler yapılıyor olsa bile işletmeler rekabet, bilgilerin gizliliği gibi gerekçelerle bunları herkesin kullanımına açmakta isteksiz davranabileceklerdir. Bu nedenle genel eğilim anketleri ya da müze girişlerinde tutulabilecek kayıtlarla ulaşılması daha kolay olan ortalama grup büyüklüklerinin kısıt olarak alınması daha doğru olacaktır. Burada da ortalama grup büyüklüklerinin bir ülkeden diğerine ve dolayısıyla bir yabancı dilden diğerine farklılık gösterebileceği açıktır.

### Mevsimlik Yoğunlaşma

Yönelim ülkeleri genel olarak yatak kapasitelerinin kullanımını optimize edebilmek için gelen yabancı turist sayısının yıl boyunca mümkün olduğunca dengeli bir şekilde dağılmasını arzu eder ve bunun için ellerinden geleni yaparlar. Ne var ki tüm tutundurma çabalarına, fiyat farklılaştırmalarına karşın bu dağılımın oluşumunda belirleyici olan turist veren ülkelerdeki tüketicilerin genel tatil ve satınalma eğilimleridir. Yönelim ülkesi bu eğilimler üzerinde etkili olup klasik kalıpları değiştirebilse dahi, çoğu

zaman bu eğilimlerin gerçekleşebilirlikleri iş, gelir, aile, sosyal çevre gibi fiziki olanaklar ile sınırlanmaktadır. Dolayısıyla turizmde mevsimlik dalgalanmaların olması kaçınılmazdır. Talebin doruk noktalarına ulaştığı dönemlerde de rehberlik hizmetlerinin sunumu zorunlu olduğuna göre rehber gereksinimi yordanırken hesaplamaların en yoğun döneme göre yapılması zorunluluğu vardır. Bu durumda diğer dönemlerde, o dildeki rehberlerin bir bölümünün işsiz kalacakları açıktır. İşte bu dönemlerde iş bulabilmek için rehberlerin kendi aralarında yapacakları rekabet sayısal kısıtlamalara karşın kalitenin yükselmesine katkıda bulunacak en önemli unsurdur.

### Rehberlik Hizmetlerinden Yararlanma Oranı

Günümüzde dünya üzerinde turizm etkinliklerine katılım başlıca üç şekilde ortaya çıkmaktadır: Dinlence, gezi ve ikisinin bileşimi. Bunlardan ilki genel olarak rehberlik hizmetlerinden yararlanmamaktadır. Ancak bu durumda dahi gününbirlik çevre gezileri ile bu kesim de, küçük de olsa rehber talebine bir katkıda bulunmaktadır. Tatillerinin tümünü gezi ile değerlendiren gezginler profesyonel turist rehberliği hizmetlerinin temel talebini oluştururlar. Tatillerini kısmen dinlence kısmen gezi ile değerlendiren gezginler de rehber talebine önemli katkılarda bulunurlar. Bu noktada da kesin istatistiksel verilerin elde edilmesi sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle yabancı dil gruplarından da ötc turist veren ülkelerin yordama yapmakta olan ülkeye yönelik genel tüketim kalıplarını oluşturan oranlar esas alınmalıdır. Bu oranlar daha sonra dil grupları için genelleştirilme aşamasında o dili kullanan her bir ülkenin, o dili kullanan toplam turist sayısı içerisindeki ağırlıkları esas alınarak bir tartılı ortalamaya ulaşılmalı ve bu oran hesaplamalarda yer almalıdır.

### Rehberlik Hizmetlerinden Ortalama Yararlanma Süresi

Tatile çıkan her bir grup ya da bağımsız gezginin tatil süresi ve tatil süresi içinde rehberlik hizmetlerinden yararlanma süresi birbirinden farklılık gösterecektir. Bir rehber birbirleri ile çakışmayan birden çok operasyonda görev alacağı için her operasyonel birimin rehberlik hizmetlerinden ortalama yararlanma süresi de bir rehberin kaç gruba hizmet verebileceği; dolayısıyla toplam rehber gereksinimi üzerinde etkili olacaktır.

### Rehberin Çalışma Süresi

Bir rehberin bütün bir yıl boyunca çalışması, peşpeşe tura çıkması asla mümkün değildir. Bunun başlıca nedenleri şöyle sıralanabilir.

- Mevsimlik yoğunlaşma nedeniyle tüm yıl boyunca aynı sayıda rehber gereksinimi olmayacaktır.
- Bir rehberin her turun öncesinde ve sonrasında, seyahat acentesi ile arasında yapılması gerekli işlemler vardır. Bunlar işgünü kayıplarına yol açmaktadır.

- Rehberin hastalanma, kaza gibi çalışmasına geçici sürelerle ara verme zorunluluğu doğuran etmenler ortaya çıkabilir.
- Rehber ailevi nedenler ya da aşırı yorgunluk gibi nedenlerle kimi zaman en yoğun dönemlerde bile çalışmasına ara vermek durumunda kalabilir.
- İletişim eksikliği nedeni ile kimi zamanlarda rehber iş ararken, seyahat acentesi de rehber arıyor ve bulamıyor olabilirler.
- Tüm bu faktörler bir araya toplandığında bir rehberin ortalama çalışma ya da çalışmama süresi ortaya çıkmaktadır. Bu da rehber gereksiniminin yordanması için önemli bir faktördür; çünkü talep rehberin özel durumlarından bağımsız olarak sürecektir.

### REHBERLİK TALEBİ TAHMİN MODELİ

Toplam ulusal rehber gereksinimi (RTT) temel olarak çeşitli dillerdeki rehber gereksinimlerinin basit bir toplamından ibarettir. Bu matematiksel olarak gösterilecek olursa:

$$RTT = \sum RT_i \quad (i = 1 \dots n, \text{ çeşitli yabancı diller})$$

$$RT_i = f \{ GTS_i, OGB_i, MTI_i, RIO_i, RIS_i, RÇS \}$$

Formülasyondan da anlaşıldığı gibi her bir yabancı dil grubu için olan rehber gereksinimi tüm belirleyici etkenlerin birarada etkilerinin fonksiyonudur. Ancak her bir etmenin etki yönü ve belirleme gücü farklı olacağından etmenlerin aralarındaki ilişkilerin belirlenmesi ve formüle edilmeleri gereği vardır. Bu etkilerin hesaplanmasında da her bir kısıtın öncelik sırası farklıdır. Bir rehber aynı anda birden çok gruba hizmet veremeyeceğine göre: bir dilde maksimum rehber gereksinimini belirleyen ilk kısıt, o dilde rehberlik hizmetlerinden yılın herhangi bir anında en fazla kaç birimin yararlanmak istediğidir. Burada birimden kasıt rehberlik hizmeti talebinde bulunan münferit ya da grup turistlerdir. Elbette nokta rehberlik hizmetlerinden yararlanan ve aynı gün içerisinde aynı rehberin hizmetlerinden yararlanan birey yada grupların toplamı bir birim olarak dikkate alınmalıdır.

Dünya genelinde gelen yabancı sayılarına ilişkin istatistik veriler aylık bazda tutuldukları için belirlenen dildeki toplam girişlerin en yüksek olduğu aya ait rakamlar hesaplamalara baz alınmalıdır. Bu durumda :

$$GTS_i = f \{ GTS_i, a, \max. \} \quad (a, \max.; \text{ girişin enyüksek olduğu ay}) \text{ olmaktadır.}$$

İkinci önem derecesine sahip kısıt bu dili kullanan yabancı turistlerden ne kadarının rehberlik hizmetlerinden yararlanmak istedikleridir. Bu oran belirlenip maksimum giriş olan aydaki toplam sayı ile çarpıldığında, rehberlik hiz-

metlerinden yararlanacak toplam turist sayısı (TTS) ortaya çıkacaktır.

$$TTS_i = (GTS_{i,a.max.}) (R\bar{I}O_i)$$

Bu noktada bazıları çok haklı olarak, belirli bir dili konuşan insanların en çok sayıda giriş yaptıkları aydaki genel eğilimleri turdan ziyade dinlenme turizmi olabilir ve "bu ayki giriş sayılarını almak yanıltıcı sonuçlar verebilir" diyebilirler. Bu durumda doğru olan ve yapılması gereken en yoğun tur talebi olan ayın esas alınmasıdır. Ancak hemen hiçbir ülkede bu kadar ayrıntılı bilgi verebilecek istatistik kayıtlar mevcut olmadığından, belirli bir yönelimi tercih eden turistlerin dinlenme/gezi tercihleri dağılımı genel eğilimlerinin yıl boyunca sabit olduğunun kabul edilmesi ve hesaplamalara esas alınması doğru olacaktır.

Üçüncü aşamadaki kısıt ortalama grup boyutudur. Maksimum giriş yapılan aydaki tur talebinde bulunan kişi sayısı ortalama grup sayısına bölüldüğünde rehberlik hizmetleri talebinde bulunacak birim sayısı (BRT) ortaya çıkacaktır.

$$BRT_i = (GTS_{i,a.max.}) (R\bar{I}O_i) / OGB_i$$

Dördüncü aşamadaki belirleyici, her birimin rehberlik hizmetlerinden yararlanma süresidir. Rehberlik hizmetleri talebinde bulunacak birim sayısının, hizmetten ortalama yararlanma gün sayısı ile çarpımı o ay içerisinde o dilde toplam kaç günlük rehberlik hizmetleri talebi ( TRH) olacağını verecektir.

$$TRH_i = \{ (GTS_{i,a.max.}) (R\bar{I}O_i) / OGB_i \} (R\bar{I}S_i)$$

Tabii ki bir rehberin bir turu bitirip akabinde yeni bir tura başlayacağını her zaman için düşünmek mümkün değildir. Kitle turizminin ardışık operasyonlarında kimi zaman bu gibi durumlarla karşılaşılabilir bile genel olarak rehberlerin dosya teslimi ve yenisinin alınması, tarihlerin uymaması, yorgunluk, hastalık vb.. nedenlerle en yoğun ayda bile tüm günler çalışabilmeleri mümkün değildir. Dolayısıyla en yoğun aydaki rehberlik hizmetleri talebi gün sayısının rehberin bir aydaki çalışabileceği gün sayısına bölünmesi ile o dildeki maksimum rehber gereksinimine ulaşılmış olacaktır.

$$RT_i = \{ \{ (GTS_{i,a.max.}) (R\bar{I}O_i) / OGB_i \} (R\bar{I}S_i) \} / R\bar{C}\bar{S}_i$$

Toplam ulusal profesyonel turist rehberi sayısı da her bir dildeki rehber taleplerinin toplamı olarak ortaya çıkacaktır.

$$RTT = \sum RT_i$$

## SONUÇ

Türkiye için geliştirilmiş gibi görünen öngörü modeli, aslında incoming turizm ile yaşayan birçok ülke açısından da geçerlidir. Birçok ülkede tüm gezi boyunca rehber alınması zorunlu olmamakla birlikte kimi zaman bölge, kimi zamanda nokta rehberlik hizmetlerinden yararlanılmaktadır. Bu bölgesel ya da yerel rehberlerin gereksinimlerinin hesaplanmasında da kullanılacak yöntem ve model aynıdır. Tek farklılık olarak ulusal boyutlarda alınan toplam yabancı ziyaretçi, rehberlik hizmetlerinden ortalama yararlanma süresi gibi etkenlerin sayısal değerleri bölgesel yada yerel değerler olarak alınacaktır.

Bir ülkenin turist rehberi gereksinimi yalnızca o ülkeye gelen toplam turist sayısına değil aynı zamanda bu gelen turistlerin tatil anlayışlarına ve tüketim kalıp ve düzeylerine de bağlı olarak değişmektedir. Üstelik dıştan getirimde turist veren ülkeler ve onların anaadilleri de önem kazanmakta, rehber gereksinimi her bir dilde rehber gereksinimlerinin basit toplamı haline dönüşmektedir. Bunu matematiksel olarak formüle etmek, etkin faktörlerin etki yönlerini belirlemek çok zor bir iş değildir. Asıl zorluk istatistik verilerin bulunmaması nedeniyle geliştirilen modelin uygulaması aşamasında ortaya çıkacaktır.

## KAYNAKÇA

- AHİPAŞAOĞLU, Suavi (1997). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması - Yönetimi ve Rehberliğin Meslek Olarak Seçilmesinin Nedenleri Üzerine Bir Uygulama*. Ankara: Varol Matbaası.
- AHİPAŞAOĞLU, Suavi (1995). Türkiye'de Turizm Rehberliğinin Üniversiteler Kapsam İçerisine Alınması Üzerine Düşünceler. *Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Seminerleri I : Dört Yıllık Turizm Yüksekokullarında Eğitim - Öğretim Sorunları ve Çözüm Yolları 19-21 Eylül 1995*, Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Yayınları.
- ÇİMRİN, Hüseyin (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si*, Antalya: Akdeniz Kitabevi.
- FAY, Betsy (1992). *Essentials of Tour Management*. New Jersey: Printice Hall.
- HACIOĞLU, Necdet (1989). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- İÇÖZ, Orhan (1996). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Anatolia Yayıncılık.
- İSTANBULLU, Fusun (1991). *Yabancı Tur Operatörleri ve Türk Turizmi*. İstanbul: Çift Ay Matbaası.
- KARN, Clark (1984). *The Company Tour Escort Manual*. Tampa.
- PORRATH, S., Curran P. J. T. (1985). *Principles and Procedures of Tour Management*. Massachusetts: CBI Publishing Company.
- REILLY, Robert T. (1982). *Handbook of Professional Tour Management*. New York: Delmar Publishers Inc.
- SARUHAN, Şadi Can (1989). *Tercüman Rehberlik Mesleği Ders Notları*. İstanbul: Türsab yayını.
- T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI (1983). *Tur Yönetiminin İlke ve Süreçleri*. Ankara: Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- ERCENK, Giray (1992). Turist Rehberliği Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Anatolia Dergisi*, 3(25-26): 14-16.