



TURİST REHBERLİĞİ DERGİSİ

Cilt: 8, Sayı: 1, Haziran-2025

TURED

İÇİNDEKİLER

1. Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü
2. Turizm Rehberliği Bölümünün Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği
3. Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutumlarının Kariyer Beklentilerine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği
4. Akreditasyon Süreçlerine İlişkin Öğretim Elemanlarının Bakış Açıları: Akreditasyon Alan Turizm Programları Üzerinde Bir Araştırma
5. Turist Rehberliğinde Mesleki Sorunlar: Afyonkarahisar Örneği



e-ISSN: 2651-4869

JOURNAL OF TOUR GUIDING

Volume: 8, Issue: 1, June-2025

JOTOG

CONTENTS

1. *The Role of Tourist Guides in Determining Gastronomy Routes*
2. *Factors Influencing the Selection of the Tourism Guidance Department: The Case of Afyon Kocatepe University*
3. *The Effect of Attitudes Towards Foreign Language Learning on Career Expectations of Tourism Guidance Students: The Case of Afyon Kocatepe University*
4. *Academician Perspectives on Accreditation Processes: A Study on Accredited Tourism Programs*
5. *Professional Problems in Tourist Guidance: Afyonkarahisar Case*

	Turist Rehberliği Dergisi (TURED) Cilt:8, Sayı: 1, Haziran-2025 Journal of Tour Guiding (JOTOG) Volume:8, Issue: 1, June-2025	
e-ISSN: 2651-4869		

Baş Editör/Editor-in-Chief

Dr. Elbeyi PELİT

Eş Editörler/Associate Editors:

Dr. Yasin KELEŞ

Editör Yardımcıları/Assistant Editors

Dr. Ali KABAKULAK

Dil Editörleri/Editors-Language

Dr. Bircan ERGÜN (İngilizce/English)

Dr. Esra KATIRCIOĞLU (İngilizce/English)

Öğr. Gör. Hatice ŞEN (Almanca/German)

Dr. Sülün GÜÇER (Fransızca/French)

Fatih DEMİRCİ (Çince/Chinese)

Meriç TOPÇU (Çince/Chinese)

İstatistik Editörü/Editor-Statistics

Dr. İbrahim KILIÇ

Yazı ve Yayın İşleri Sorumluları/Managing and Publishing Board

Dr. Melisa ATEŞ

Bilgi İşlem ve Web Sorumlusu/IT (Web) Manager

Dr. Melisa ATEŞ



Yayın Kurulu Üyeleri / Editorial Board*

- Dr. Abdullah KARAMAN
Selçuk Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Selcuk University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. Alaattin BAŞODA
Aksaray Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Aksaray University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. Anukrati SHARMA
University of Kota, Faculty of Commerce and Management, India
- Dr. Canan TANRISEVER
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Kastamonu University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. Cihan ÇOBANOĞLU
University of South Florida Sarasota-Manatee (USFSM), USA
- Dr. Elbeyi PELİT
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. Erdoğan H. EKİZ
King Abdulaziz University, Faculty of Tourism, Travel and Tourism Department, SA
- Dr. Esra GÜL
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. F. Doğanay ERGEN
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Isparta University of Applied Sciences, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. Fevzi OKUMUŞ
University of Central Florida, Rosen College of Hospitality Management, USA
- Dr. Gökçe YÜKSEK
Anadolu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Anadolu University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. Gül ERKOL BAYRAM
Sinop Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Sinop University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. İsa BAYHAN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Bolu Abant İzzet Baysal University, Department of Tourism Guiding, Turkey
- Dr. C. Michael HALL
University of Canterbury, Department of Management, New Zealand
- Dr. Muharrem TUNA
Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER) Yönetim Kurulu Başkanı, Türkiye
Chairman of the Board of Tourism Academicians Association (TUADER), Turkey
- Dr. Necibe ŞEN
Erzincan Üniversitesi, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Türkiye
Erzincan University, Department of Travel-Tourism and Entertainment Services, Turkey



Dr. Nihat ÇEŞMECİ

Erciyes Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Erciyes University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Orhan İÇÖZ

Yaşar Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Yaşar University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Onur AKGÜL

Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Mardin Artuklu University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Özlem GÜZEL

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Akdeniz University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Özlem KÖROĞLU

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Balıkesir University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Seda ŞAHİN

Balıkesir Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Balıkesir University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Serap ÖZDÖL KUTLU

Ege Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Ege University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Serhat HARMAN

Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Mardin Artuklu University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Sevda BİRDİR

Mersin Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Mersin University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Zonguldak Bülent Ecevit University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Uğur AKDU

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Gümüşhane University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Yalçın ARSLANTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Ankara Hacı Bayram Veli University, Department of Travel Management and Tour Guiding, Turkey

Dr. Yasin KELEŞ

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Ondokuz Mayıs University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Zeynep ÇOKAL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Department of Tourism Guiding, Turkey

*: Yayın kurulundaki isimler, ada göre alfabetik sıralamaya uygun olarak düzenlenmiştir/sıralanmıştır.
(Names in Publishing Board are in alphabetic order).



Danışma Kurulu Üyeleri / Advisory Board*

Dr. Ahmet BAYTOK

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey

Dr. Burhanettin ZENGİN

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Turkey

Dr. Doğan GÜRSOY

Washington State University, School of Hospitality Business Management, USA

Dr. H. Hüseyin SOYBALI

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tourism Management, Turkey

Dr. Mehmet UMUR

Erciyes Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Erciyes University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Meral DURSUN KÜÇÜKOğLU

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Department of Travel-Tourism and Entertainment Services, Turkey

Dr. Naci POLAT

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Pamukkale University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Oktay EMİR

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Anadolu University, Faculty of Tourism, Turkey

Dr. Serap AKDU

Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Gümüşhane University, Department of Tourism Guiding, Turkey

Dr. Zafer ÖTER

İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
İzmir Kâtip Çelebi University, Department of Tour Guiding, Turkey.

*: Danışma kurulundaki isimler, ada göre alfabetik sıralamaya uygun olarak düzenlenmiştir/sıralanmıştır. (Names in Advisory Board are in alphabetic order).



Turist Rehberliği Dergisi'nin Yer Aldığı/Tarandığı Dizin-Indexler/Indexing:



- **Bilgindex**
- **DRJI (Directory of Research Journals Indexing)**
- **Eurasian Scientific Journal Index**
- **Google Scholar**
- **ISI (International Scientific Index)**
- **ResearchBib (Academic Resource Index)**
- **Root Indexing (Journal Abstracting and Indexing Service)**
- **Sobiad**
- **Türkiye Turizm Dizinini**



CC BY-NC-ND

Bu dergideki tüm yayınlar, Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Journal of Tour Guiding adopts the principles published as open access by Committee on Publication Ethics (COPE).



Amaç-Kapsam ve Etik İlkeler **About Journal-Focus and Ethical Principles**



Turist Rehberliği Dergisi (TURED), turist rehberliği alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde akademik-bilimsel niteliklere sahip çalışmalarını yayınlamak, turist rehberliği alanının bilgi birikimine ve gelişimine katkıda bulunmayı amaçlayan hakemli bir dergidir. Turist Rehberliği Dergisi, turist rehberliği ile ilgili çalışmalara odaklanma özelliği ile turizm alanındaki dergiler arasında bir uzmanlaşma yönelimini de başlatmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte dergiye; turist rehberliği ile ilgili olarak turizm politikalarının geliştirilmesi ve turist rehberliği ile doğrudan ve dolaylı ilişkisi olan diğer alanlardan da makale kabul edilmektedir. Bu doğrultuda, Turist Rehberliği Dergisi, turist rehberliği alanındaki eğilimler ve yeni gelişmelere odaklanan ve disiplinlerarası özelliğinden dolayı diğer alanlardaki gelişmelerin, turist rehberliği alanına yönelik güncel ve gelecek etkilerini tartışan çalışmalara da yer vermektedir. Tüm bunlara ek olarak, Turist Rehberliği Dergisi, alanındaki uygulamalı ve kuramsal çalışmalar içinde güncellik kavramını ön plana çıkaran bir yayın politikası izlemeyi hedeflemektedir. Ayrıca dergide, gerekli görülmesi halinde turizm sektörü temsilcilerinin görüşleri ve turist rehberliği ile ilgili inceleme çalışmaları da yayımlanır. Turist Rehberliği Dergisinde yayımlanan/yayımlanacak çalışmaların, bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından uygunluğuyla ilgili dergi web sayfasında (<http://dergipark.gov.tr/tured/page/3802>) belirtilen hususların yanı sıra “Yükseköğretim Kurulu Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” (<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/mevzuat/bilimsel-arastirma-ve-etik-yonetmeligi.aspx>) hükümleri ve buna ek olarak yayın etiği etik görev ve sorumluluklarda açık erişim olarak “Committee on Publication Ethics (COPE)” tarafından ilan edilen ilkeler benimsenmiştir. Yılda iki sayı (Haziran-Aralık) olarak elektronik ortamda yayın yapan Turist Rehberliği Dergisi açık erişimli (Open Access) olarak Tübitak Dergi-Park-Akademik sistemi aracılığıyla yayımlanmaktadır. Yayın Kurulu ve Editör kararı ile mevcut sayılara ek olarak özel sayı da yayımlanabilmektedir. Turist Rehberliği Dergisi, açık erişim kapsamında, “Tübitak Dergi-Park-Akademik Açık Erişim Sistemi” ve bu kapsamda “Budapeşte Açık Erişim Hareketi” (<http://www.budapestopenaccessinitiative.org/>) ilkelerini benimsenmektedir. Bu ilkelere göre; “hakem değerlendirmesinden geçmiş bilimsel çalışmaların internet aracılığıyla; finansal, yasal ve teknik engeller olmaksızın, serbestçe erişilebilir, okunabilir, indirilebilir, kopyalanabilir, dağıtılabilir, basılabilir, taranabilir, tam metinlere bağlantı verilebilir, dizinlenebilir, yazılıma veri olarak aktarılabilir ve her türlü yasal amaç için kullanılabilir olmasıdır. Yazarlar ve telif hakkı sahipleri bütün kullanıcıların ücretsiz olarak erişim olanağına sahip olduğunu kabul ederler”. Makaleleri kabul edilen yazarlar telif hakkının korunması ve “Creative Commons Attribution License” altında bulunan derginin haklarının korunması için çalışmalarında yer alan bilgilerin referans gösterilerek paylaşılmasını kabul etmiş sayılırlar. Bu doğrultuda Turist Rehberliği Dergisi, yayımlayacağı bütün makaleleri için “[Atıf-Gayri Ticari-Türetilemez 4.0 Uluslararası Kamu Lisansı'nı \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)” uygulamaktadır. **Turist Rehberliği Dergisi'ne makale kabul süreci (amaç, kapsam, odak, yazım ve yayım kuralları vb.) ile ilgili tüm ayrıntılar için lütfen dergi web sitesine bakınız. (<http://dergipark.gov.tr/tured>)**

Journal of Tour Guiding (JOTOG) is a peer-reviewed journal that aims to contribute to knowledge and development of tour guiding field by publishing studies with academic and scientific qualities in the field of tour guiding. Journal of Tour Guiding (JOTOG) also aims to initiate a specialization among tourism journals with focusing solely on tour guiding studies. Besides, JOTOG accepts articles on tourism policy developments on tour guiding and other fields which have inter-disciplinary contributions. In this respect, the journal also includes studies on trends in tour guiding and discussions of current and future influences on tour guiding, focusing on new developments and developments in other fields thanks to its interdisciplinary nature. Additionally, JOTOG aims to follow a publishing policy (<https://dergipark.org.tr/en/pub/tured/page/3802>) that prioritizes the concept of up-to-date in the field of applied and theoretical studies. Furthermore, the journal also takes reviews of tourism representatives on tour guiding into consideration for publication. Council of Higher Education Scientific Research (YOK) and Publication Ethics Guideline” (<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Kurumsal/mevzuat/bilimsel-arastirma-ve-etik-yonetmeligi.aspx>) is taken into consideration for all other terms and conditions not mentioned in journal web site (<http://dergipark.gov.tr/tured/page/3802>) regarding the appropriateness of the study in terms of scientific research and publication ethics and additionally, principles published as open access by Committee on Publication Ethics (COPE) are adapted by the journal. Journal of Tour Guiding which publishes in electronic format two times a year (June-December), is published as “Open Access through Tübitak Dergi-Park-Academic System”. Journal of Tour Guiding adopts the principles of open access, Tübitak Dergi-Park academic open access system and “Budapest Open Access Movement” (<http://www.budapestopenaccessinitiative.org/>) principles. According to these principles; “articles passed referee evaluation is available for free on the public internet, permitting any users to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of these articles, crawl them for indexing, pass them as data to software, or use them for any other lawful purpose, without financial, legal, or technical barriers other than those inseparable from gaining access to the internet itself. Authors and copyright owners accept all users have free access to sources”. Authors whose articles have been accepted for publishing are deemed consent that the information covered by the article can be shared by others on condition that reference citation for copyright protection and protection journal rights under the “[Creative Commons Attribution License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). In this sense, Journal of Tour Guiding uses Attribution Non Commercial International 4.0 (CC By-Nc 4.0)” for all papers in publishing process. Please check the Journal’s website for article acceptance process and full details (purpose, scope- focus, writing and publication rules, etc.). (<http://dergipark.gov.tr/tured>)

Yazışma Adresi/Correspondence Address

Turist Rehberliği Dergisi (TURED)- Journal of Tour Guiding (JOTOG)
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
ANS Kampüsü, Afyonkarahisar/Türkiye
E-posta/e-mail: infojotog@gmail.com
Web: <http://dergipark.gov.tr/tured>





Bu Sayının Hakemleri / Referees of this Issue*

Sıra No	Unvan-Ad-Soyad Title-Name-Surname	Kurum Institution
1	Dr. Alaattin BAŞODA	Aksaray Üniversitesi, Türkiye <i>Aksaray University, Turkey</i>
2	Dr. Canan TANRISEVER	Kastamonu Üniversitesi, Türkiye <i>Kastamonu University, Turkey</i>
3	Dr. Evren GÜÇER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye <i>Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey</i>
4	Dr. Fatih TÜRKMEN	Karabük Üniversitesi, Türkiye <i>Karabük University, Turkey</i>
5	Dr. F. Doğanay ERGEN	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Türkiye <i>Isparta University of Applied Sciences, Turkey</i>
6	Dr. Meltem ALTINAY ÖZDEMİR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye <i>Muğla Sıtkı Koçman University, Turkey</i>
7	Dr. Meral BÜYÜKKURU	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye <i>Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turkey</i>
8	Dr. Murat BAYRAM	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye <i>Pamukkale University, Turkey</i>
9	Dr. Necibe ŞEN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Türkiye <i>Erzincan Binali Yıldırım University, Turkey</i>
10	Dr. Nermin AYAZ DÖNMEZ	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye <i>Muğla Sıtkı Koçman University, Turkey</i>
11	Dr. Serap AKDU	Gümüşhane Üniversitesi, Türkiye <i>Gümüşhane University, Turkey</i>
12	Dr. Tolga Fahri ÇAKMAK	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Türkiye <i>Zonguldak Bülent Ecevit University, Turkey</i>
13	Dr. Tolga GÜL	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Türkiye <i>Alanya Alaaddin Keykubat University, Turkey</i>
14	Dr. Uğur AKDU	Gümüşhane Üniversitesi, Türkiye <i>Gümüşhane University, Turkey</i>
15	Dr. Yalçın ARSLANTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye <i>Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey</i>



*: Hakem listesindeki isimler, ada göre alfabetik sıralamaya uygun olarak düzenlenmiştir/sıralanmıştır. / *Names in referees list are in alphabetic order.*



İçindekiler / Contents*			
Makale Başlığı <i>Paper Tittle</i>	Yazar(lar) <i>Author(s)</i>	Sayfa <i>Page</i>	Makale Türü <i>Paper Type</i>
Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü <i>The Role of Tourist Guides in Determining Gastronomy Routes</i>	Öğr. Gör. Dr. Havva ÜREKLİ, Doç. Dr. Sabri ÇELİK	1-28	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Turizm Rehberliği Bölümünün Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği <i>Factors Influencing the Selection of the Tourism Guidance Department: The Case of Afyon Kocatepe University</i>	Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Rabia ALTINTOP	29-46	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutumlarının Kariyer Beklentilerine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği <i>The Effect of Attitudes Towards Foreign Language Learning on Career Expectations of Tourism Guidance Students: The Case of Afyon Kocatepe University</i>	Dr. Osman PELİT, Soner DURĞUT	47-67	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Akreditasyon Süreçlerine İlişkin Öğretim Elemanlarının Bakış Açıları: Akreditasyon Alan Turizm Programları Üzerinde Bir Araştırma <i>Academician Perspectives on Accreditation Processes: A Study on Accredited Tourism Programs</i>	Sengül EKER, Arş. Gör. Dr. Melisa ATEŞ	68-80	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Turist Rehberliğinde Mesleki Sorunlar: Afyonkarahisar Örneği <i>Professional Problems in Tourist Guidance: Afyonkarahisar Case</i>	Harun ÖZBEY, Prof. Dr. Özcan ZORLU	81-95	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>

* Dergide yayımlanan yazıların her türlü bilimsel, imlâ, etik ve hukukî sorumlulukları yazarlarına aittir.

All scientific, spelling, ethics and legal responsibilities of the articles published in the journal belong to the authors.

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 22.05.2025
Revizyon Tarihi (Revised) : 20.06.2025
Kabul Tarihi (Accepted) : 28.06.2025

TURED
JOTOG



Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü*

The Role of Tourist Guides in Determining Gastronomy Routes

Öğr. Gör. Dr. Havva ÜREKLİ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sandıklı Meslek Yüksekokulu, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Sandıklı Vocational School, Turkey
E-Mail: havvauzun@aku.edu.tr

Doç. Dr. Sabri ÇELİK

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: scelik@aku.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Bu çalışma, turist rehberlerinin gastronomi alanındaki bilgi düzeyleri ile gastronomi turizmine ilişkin algılarının, destinasyonlarda gastronomi rotalarının geliştirilmesine olan etkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma, turist rehberlerinin gastronomi rotalarını şekillendirme konusundaki rollerini bütüncül bir yaklaşımla ele alması bakımından önem taşımaktadır. Gastronomi turizminin giderek artan önemi doğrultusunda, bu alanda görev yapan rehberlerin bilgi ve algılarının, destinasyonlarda özgün ve sürdürülebilir gastronomi rotalarının oluşturulmasına önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir.

Yöntem: Araştırmada, nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye genelinde 13 farklı turist rehberliği meslek odasına kayıtlı ve eylemli olarak görev yapan turist rehberleri oluşturmaktadır. Olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak, hedeflenen rehber grubuna çevrimiçi anketler gönderilmiştir. Anketler, katılımcılara e-posta ve sosyal medya grupları üzerinden iletilmiş ve toplamda 432 geçerli yanıt alınmıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları, turist rehberlerinin gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Rehberlerin gastronomi bilgisinin ve turizme yönelik algılarının, destinasyon bazlı gastronomi rotalarının gelişimine katkı sağladığı belirlenmiştir.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Bu çalışma, gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin etkisini inceleyen ilk kapsamlı araştırmalardan biridir. Rehberlerin bilgi düzeyleri ve algılarının, gastronomi rotalarının belirlenmesindeki rolünü ortaya koyarak literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca, elde edilen bulgular, gastronomi turizmi stratejilerinin geliştirilmesine yönelik pratik öneriler sunmaktadır.

Sınırlılıklar: Bu araştırma, yalnızca Türkiye'de gastronomi temalı turlarda görev yapan eylemli turist rehberleriyle yapılmış olup, eylemsiz rehberler çalışmaya dahil edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi rotaları, turist rehberliği, gastronomi rehberliği.

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: This study aims to investigate the effects of tourist guides' knowledge levels in the field of gastronomy and their perceptions of gastronomy tourism on the development of gastronomy routes in destinations. The research is important in that it examines the role of tourist guides in shaping gastronomy routes with a holistic approach. In line with the increasing importance of gastronomy tourism, it is thought that

Atf için (for cited): Ürekli, H. ve Çelik, S. (2025). Turist gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rolü, *Turist Rehberliği Dergisi*, 8(1), 1-28.

* Bu çalışma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında "Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Genel Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Değerlendirilmesi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.



the knowledge and perceptions of guides working in this field can make significant contributions to the creation of original and sustainable gastronomy routes in destinations.

Methodology: In the research, a quantitative research method was used, and the survey technique was preferred as the data collection tool. The population of the research consists of tourist guides who are registered and actively working in 13 different tourist guide professional chambers across Türkiye. Using the purposive sampling technique, one of the non-probability sampling methods, online surveys were sent to the targeted guide group. The surveys were sent to the participants via e-mail and social media groups, and a total of 432 valid responses were received.

Findings: Research findings revealed that tourist guides have a significant impact on the creation of gastronomy routes. It has been determined that the gastronomy knowledge of tour guides and their perceptions of gastronomy tourism contribute to the development of destination-based gastronomy routes.

Originality/Value: This study is one of the first comprehensive studies examining the effect of tourist guides on the creation of gastronomy routes. It is expected to contribute to the literature by revealing the role of the knowledge levels and perceptions of guides in determining gastronomy routes. In addition, the findings provide practical suggestions for the development of gastronomy tourism strategies.

Limitations: This research was conducted only with active tourist guides working on gastronomy-themed tours in Türkiye, and inactive guides were not included in the study

Keywords: Gastronomy routes, tourist guiding, gastronomy guidance.

Paper Type: Research article

Giriş

Günümüzde turizm anlayışı, sadece görsel ve tarihi unsurların ötesine geçerek daha özgün ve yerel deneyimlere yönelmiştir. Bu bağlamda gastronomi turizmi, turistlerin gittikleri destinasyonlarda yerel mutfak kültürünü tanıma, deneyimleme ve bu kültürel unsurları anlamlandırma arzusuyla ön plana çıkan bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. Gastronomi turizmi deneyimlerinin başarılı bir şekilde sunulabilmesinde, turist rehberleri önemli bir aracı aktör konumundadır. Rehberlerin gastronomi bilgisi ve bu alana ilişkin algıları, turistlerin deneyimini şekillendirerek gastronomi turizminin kalitesi ve sürdürülebilirliği üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, gastronomi turizmine yönelik destinasyon bazlı planlamalarda, özellikle gastronomi rotalarının oluşturulmasında rehberlerin bilgi ve algı düzeylerinin ne ölçüde etkili olduğu konusunda literatürde sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu durum, konunun daha derinlemesine incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışma turist rehberlerinin gastronomi alanındaki bilgi düzeyleri ile gastronomi turizmine yönelik algılarının, destinasyonlarda gastronomi rotalarının oluşturulmasına olan etkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışma, hem gastronomi turizmi alanına teorik katkı sunmayı hem de uygulayıcılara rehberlik edebilecek bulgular sağlamayı hedeflemektedir. Bu yönüyle araştırma, gastronomi turizmi ve turist rehberliği disiplinlerini bir araya getirerek disiplinlerarası bir bakış açısı sunmaktadır.

1. Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi kavramı, köklü medeniyetlere dayanan bir geçmişe sahip olmasına rağmen, konaklama ve turizm sektöründe görece yeni bir çalışma alanı olarak öne çıkmıştır (Kivela & Crotts, 2006). Gastronomi; yemek kültürü kapsamında yiyecek ve içeceklerin lezzetini, hazırlanış süreçlerini, sunum biçimlerini, sofrada adabını ve tüm bu unsurlar arasındaki ilişkiyi inceleyen, lezzetli tatların araştırılmasına odaklanan ve bu süreci sanat olarak görenlerce estetik bir uğraş kabul edilen bir disiplindir (Şengül & Türkay, 2016).

Gastronomi sözcüğü, köken olarak Yunanca’da “mide” anlamına gelen “gastros” ve “bilgi” ya da “kural” anlamındaki “gnomos” kelimelerinden türetilmiştir. Buna karşılık, yemek ve mutfakla ilişkili bir terim olan “culinaria”, bir ülkenin ya da bölgenin özgün yemek çeşitlerini, pişirme tekniklerini ve genel mutfak kültürünü tanımlamak için gastronomi bağlamında sıkça başvurulan bir ifadedir (Kivela & Crotts, 2006).

Gastronomi kavramı, çok disiplinli bir yapıya sahip olması nedeniyle yeme eylemini farklı bilim alanlarıyla ilişkilendirerek çok boyutlu bir hale getirmektedir. Yemek ve kültür öğelerini bir araya getiren bu alan, aynı zamanda yeni bir turizm türünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Türkiye ise, sahip olduğu iklimsel ve coğrafi çeşitlilik ile birçok kültürü bünyesinde barındırmasından kaynaklı olarak zengin ve çeşitli bir yemek kültürü geliştirmiştir (Aksoy & Sezgi, 2015).

Gastronomi turizmi, alternatif turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Gastronomi turizmi, turistlerin farklı destinasyonlara ait yerel yemekleri tatma, yapılaşlarını görme ve hatta kendileri de deneyim kazanmak için kendi bölgelerinden farklı bir yere seyahat etmeleri şeklinde de ifade edilebilir (Keskin vd., 2020). Gastronomi turizmi, yerel mutfak kültürünü tanıma, bölgeye özgü tatları deneme, coğrafi özelliklere uygun ürünlerin üretim ve hasat süreçlerini gözlemleme, mutfakla ilgili geleneksel ve folklorik öğeleri deneyimleme ile ünlü restoranlarda yemek yeme amacı taşıyan bir turizm çeşidi olarak tanımlanabilir (Şengül & Türkay, 2016).

Gastronomi turizminde yiyecek, turistlerin bir destinasyonu tercih etmelerinde başlıca motivasyon kaynaklarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu turizm türü; restoranlar, şarap üretim tesisleri ve gastronomi temalı festivaller gibi unsurlarla doğrudan bağlantılıdır. Turistlerin yemeklerin hazırlanış süreçlerine tanıklık etme, görsel açıdan özenle sunulmuş lezzetleri tatma ve farklı kültürlerle ait egzotik yemekleri deneme isteği, gastronomi turizminin temel dinamiklerini oluşturmaktadır (Putra, 2021).

Gastronomi turizmi, bireylerin yeni ve özgün yemek ve içecek deneyimleri yaşama amacıyla gerçekleştirdikleri bir turizm türüdür. Son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte geleneksel gıdalara erişim zorlaşmış, aynı zamanda kültürel değerlerin kaybolma riski artmıştır. Bu durum, yöresel yiyecek-içeceklerin, sunum biçimlerinin ve özel günlere ait törenlerin korunarak gelecek nesillere aktarılmasının önemini ortaya koymuştur. Kültürel mirasın önemli bir parçası olarak kabul edilen bu unsurlar, dünya genelinde giderek daha fazla ilgi görmekte ve gastronomi turizminin gelişimini desteklemektedir. Nitekim bazı ülkeler, gastronomi turizmini kültürel kimliklerinin temel bir unsuru olarak benimsemeye başlamıştır (Küçükkömürler vd., 2018). Gastronomi turizmi, yalnızca yemek hazırlama sürecini değil; yerel ürünlerin özgün nitelikleriyle farklı teknikler, araçlar ve ortamlarda hazırlanarak turistlere sunulmasını kapsayan çok yönlü bir yapıya sahiptir. Bu süreçte amaç, turistlerin beklentilerini karşılayacak şekilde estetik ve kültürel bir deneyim sunmaktır. Sadece gastronomik deneyimler yaşamak için seyahat eden turist sayısındaki artış, gastronomi turizmini küresel turizm endüstrisinin önemli bir parçası haline getirmiştir (Akyurt & Yolaşmazoğlu, 2023).

Gastronomi turizmi, her geçen gün artan ilgiyle büyüyerek kültür turlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmektedir. Bu sebeple, kültür turları artık sadece tarihi ve kültürel mekanların ziyaretinden ibaret kalmayıp, gidilen bölgelerde o yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin tadıldığı bir “deneyim” turuna dönüşmektedir (Bahar, 2020). Toplumun kültürel değerleri, inançları ve bireysel tercihler, yeme-içme alışkanlıkları ve beklentilerinde çeşitli farklılıklar yaratmaktadır. Yeme-içme faaliyetleri, fizyolojik ihtiyaçların ötesine geçerek, küreselleşmenin etkisiyle farklı tatlar, lezzetler ve sunumlarla tanışma arzusunu beraberinde getirmiştir. Böylece, yemek ve içmek bireyler için unutulmaz anılar yaratma sürecine dönüşmüştür. Ayrıca, yeme-içme eylemleri sıradanlıktan çıkarak bir eğlence, statü simgesi ve bireysel ifade biçimi haline gelmiş; yeni yiyecek ve içecek akımlarının

doğmasına, görselliğin ve tüketim biçimlerinin ön plana çıkmasına ve sonunda bir moda akımına dönüşmesine zemin hazırlamıştır (Bozok & Yalın, 2018).

1.1. Gastronomi Rotaları

Gastronomi bilimi, bir toplumun yiyecek ve içecek kültürüne ait tüm mirasını kapsayarak turizm faaliyetlerini şekillendirmekte ve turizmle karşılıklı etkileşim içinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu anlayış doğrultusunda hareket eden seyahat acenteleri ve tur operatörleri, farklı kesimlerden turistlere hitap eden çeşitli gastronomi rotaları hazırlamaktadır. Ayrıca, bu işletmeler sadece bölgenin doğal güzelliklerini değil, aynı zamanda yerel lezzetlerin tadılmasını da tur programlarına dahil ederek, gastronomi turları kapsamında zengin ve çeşitli deneyimler sunmaktadır (Kargiglioğlu vd., 2019).

Gastronomi turizmi, kültür ve miras unsurlarıyla doğrudan bağlantılıdır. Ziyaretçiler, gittikleri destinasyonlarda o bölgeye özgü yemekleri deneyimleyerek yerel kültürü tanıma ve anlamlandırma olanağı elde ederler. Dünyadaki çoğu büyük ülkenin, belirli bir destinasyonun özelliği olarak kabul edilen özel yiyecekleri vardır. Gıda, turizm ürününün vazgeçilmez bir parçası olup birçok ülkede pazarlama stratejilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu yüzden, yemek deneyimi turistlerin bir destinasyonu seçerken dikkate aldığı temel unsurlardan biri olarak görülmektedir. Turistlerin tattığı yiyecekler, destinasyon algısını şekillendirerek onların aynı yere tekrar gelme isteğini artırabilir. Bu bağlamda, özgün yemek turlarının ortaya çıkışı, otantik kültürel turizm deneyimlerine yönelik artan ilgi ve talebin bir yansımasıdır (Sharaf Eldean, 2020).

Gastronomi rotaları, belirli bir coğrafi bölge içinde bir veya birden fazla güzergâh üzerinden, genellikle belirli bir ürün veya yiyecek türüne odaklanan fabrikalar, restoranlar gibi üretim ve turizm alanlarını kapsayan, tematik ve kapsamlı turizm ürünleri sunan sistemlerdir. Bu rotalar, bölgedeki diğer ilgi çekici noktalar hakkında da bilgi vererek bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlar. Temel amaç, farklı turistik çekicilikleri bir araya getirip bunları bütünsel ve cazip bir paket olarak sunmaktır. Böylece turistler, sadece tek bir çekiciliğe odaklanan yerlerin aksine, bölgeyi daha uzun süre ziyaret ederler. Gastronomi rotaları, bölgenin gastronomik mirasını canlandırıp gastronomi turizmine dönüştürerek turistler için çekim merkezi oluşturabilir ve rekabette fark yaratabilirse başarılı sayılacaktır (Gheorghe vd., 2014). Gastronomi rotalarının temel amacı, turistlerin ziyaret ettikleri bölgedeki yiyecek, içecek, gastronomik ürünler ve etkinlikler hakkında tüm bilgileri tek bir kaynaktan toplayarak, bölgeye ait gastronomi deneyimlerini kapsamlı ve bütüncül şekilde yaşamalarını sağlamaktır (Çavuşoğlu & Çavuşoğlu, 2018:356). Ayrıca, gastronomi rotaları; turist rehberleri eşliğinde belirli yiyecekler, ürünler ya da yerel çiftçi pazarları, yiyecek fuarları, gastronomi alanında uzmanlaşmış fabrikalar ve restoranlar gibi çeşitli mekân ve etkinliklerin ziyaret edilmesini içermektedir (Patterson & Turaev, 2020).

Gastronomi turları ve rotaları, yöresel ürünleriyle dikkat çeken destinasyonların bu ürünleri turistik çekim unsuru haline getirmesinde önemli bir araçtır (Üzülmez & Akdağ, 2020). Yüksek gastronomi değerlerine sahip şehirlerin ve bu şehirlerdeki gezilecek rotaların belirlenmesi, ardından seyahat acenteleri ve rehberler aracılığıyla geliştirilmiş pazarlama ve dağıtım kanalları vasıtasıyla tanıtılıp sunulması beklenmektedir (Özdemir & Altınar, 2019). Ziyaretçilerin yöresel gastronomiyi deneyimlemesini sağlayan gastronomi turları, destinasyonlar için büyük önem taşır; çünkü bu turlar, ziyaretçilere bölgenin çeşitli yiyeceklerini tatma ve öğrenme imkânı sunar. Ayrıca, gastronomi turları kısa sürede destinasyonun yemek kültürü hakkında bilgi edinmeyi mümkün kılar (Seyitoğlu, 2020).

Dünyada yemek turları, gastronomi turizmi kapsamında turistlere eşsiz ve etkileyici deneyimler sunan önemli bir kavramdır. Katılımcılar, bölgenin kültürünü yemek gelenekleri, yerel mutfak ve restoranlar aracılığıyla derinlemesine keşfederler. Örneğin, Kore'deki seyahat acenteleri, Kore barbeküsü, geleneksel yemekler, tarihi saray mutfağı, sokak yemekleri, balık ve et pazarları,

barlar ve gece yemekleri gibi çeşitli yiyecek-içecek temalı turlar düzenleyerek turistlere Korelilerin geleneksel yemek kültürünü ve yaşam tarzını yakından tanıma fırsatı sunmaktadır (Ko, 2015). Dünyada farklı yemek rotaları da öne çıkmaktadır. Murgado'ya (2013) göre, İspanya'da zeytinyağı üretim bölgelerinde turizm amaçlı değerlendirilebilecek çeşitli güzergahlar bulunmaktadır. Bu turların başarısı, rotalar üzerinde turistlerin katılabileceği etkinliklerin çeşitliliğine bağlıdır; örneğin, zeytinyağı tadımları, zeytinyağıyla ilgili fuar ve festivallere katılım, zeytin ve yerel gastronomi deneyimleri, zeytin çiftlikleri ziyaretleri ve zeytin kültürüne dair konaklama imkanları, değirmen gezileri, özel mağaza ziyaretleri ve müze gezileri gibi faaliyetler bu kapsamda sayılabilir.

2. Turist Rehberliği

Turist rehberleri, ziyaretçilerin bir destinasyondaki deneyimlerini etkileyen turizm sektörünün önemli çalışanlarıdır. Rehberlik hizmeti, tur operatörlerinin sunduğu birçok tur paketinin vazgeçilmez bir parçasını oluşturur. Rehberlerin ziyaretçilere yüksek kalitede hizmet sunmaları, yalnızca bağlı bulundukları tur operatörlerinin başarısını desteklemekle kalmaz, aynı zamanda tanıtımını yaptıkları destinasyonun genel algısı üzerinde de belirleyici bir rol oynar (Huang vd., 2010).

Türkiye'de turist rehberliği, 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Meslek Yönetmeliği" ile bir meslek olarak kabul edilmiştir. İlgili kanunda turist rehberi "*Kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişi*", turist rehberliği hizmeti ise "*seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesi veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi*" şeklinde tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 2012). Uluslararası alanda turist rehberlerini temsil eden Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (WFTGA; World Federation of Tourist Guide Associations) tarafından yapılan tanıma göre, turist rehberi; ziyaretçilere kendi tercih ettikleri dilde, bulundukları bölgenin doğal ve kültürel mirasını aktaran, belirli bir yeterliliğe sahip ve yetkili kurumlarca onaylanmış kişidir (WFTGA, 2020).

Turist rehberleri, ziyaretçilerin ülkeye girişinden çıkışına kadar onlarla birlikte olan, kendi dillerinde veya tercih ettikleri dilde uzmanlık alanlarındaki bölgeler hakkında bilgi sunan, ülke veya bölgeye dair olumlu bir imaj yaratmayı ve yabancı oldukları kültürü tanıtarak ziyaretçilerde pozitif duygular oluşturmaya amaçlayan kişilerdir (Düzgün, 2020). Ayrıca, turist rehberleri; ülkenin tanıtım elçisi, seyahat acentesi ve ülkenin temsilcisi olarak, gezi grubuna tarihi, sosyal, kültürel ve turizm değerleri hakkında bilgi vererek onları yönlendiren kişilerdir (Baran, 2019).

Turist rehberleri, yerel halk ile turistler arasında bir köprü görevi üstlenerek karşılıklı etkileşimi sağlamakta ve böylece turist grubunun ziyaret edilen çevreye uyumunu kolaylaştırmaktadır. Bu sayede rehber, ziyaretçileri yeni sosyal ortamlara entegre ederken, aynı zamanda seyahat süresince hizmetlerin düzenlenmesini koordine ederek temsil görevini de yürütmektedir (Zillinger & Nilson, 2022). Ayrıca, seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin temsilcisi konumunda olan turist rehberlerinin, rehberlik görevlerini titizlikle yerine getirmeleri gerekmektedir; bu durum yalnızca ziyaretçilerin beklentilerinin karşılanması açısından değil, aynı zamanda turizmin sürdürülebilir gelişimi açısından da önem taşımaktadır (Kapa vd., 2022).

2.1. Turist Rehberliği ve Gastronomi Turizmi İlişkisi

Turist rehberleri, turizm sektöründe kültür elçileri olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Turizm alanındaki yatırımlar, yenilikler ve gelişmeler, ziyaretçi memnuniyetini artırmayı

hedeflerken; işletmelerin ve destinasyonların yeniden tercih edilmesini ve başkalarına tavsiye edilmesini sağlamaya yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu bağlamda, turizm döngüsünün her aşaması ziyaretçi memnuniyetini en üst düzeye çıkarmaya odaklanmalıdır ve turist rehberleri de bu zincirin önemli bir halkasını oluşturur. Rehberler, turlar sırasında ziyaretçilerin beklentilerine uygun hizmet sunarak hem turistik talebin devamlılığını sağlar hem de kendilerine rekabet avantajı kazandırarak tercih edilme olasılıklarını artırır (Tolga & Atay, 2016). Aynı zamanda, turist rehberleri görev yaptıkları ülkelerin kültürel temsilcileri olarak görülmekte olup, yemek kültürü genel kültürün alt bir alanı olarak kabul edildiğinde, rehberlerin yabancı gruplarla kurduğu gastronomik iletişim, büyük bir öneme sahip hale gelmektedir (Efendi & Atay, 2020).

Dünya genelinde gastronomi turizminin hızla gelişmesiyle birlikte, Türkiye'de de bu turizm türü giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Turizmin yalnızca belli mevsim ve bölgelerle sınırlı kalmaması amacıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile yerel yönetimler tarafından gastronomi turizmi çeşitli projelerle teşvik edilmektedir. Bu teşviklerin hem iç turizmde hem de dış turizmde olumlu geri dönüşler sağladığı gözlemlenmektedir. Ayrıca, ülkede artan barış ve istikrar ortamı sayesinde kültür turlarında genel olarak dikkat çekici bir artış yaşanmaktadır. Bu tür turlarda, ziyaret edilen şehirlerdeki tanınmış restoranlar ve gastronomik açıdan öne çıkan mekanlar, yeme-içme kültürüyle dikkat çekerek başlıca cazibe unsurlarından biri haline gelmektedir. Bu doğrultuda, sahada aktif olarak görev yapan eylemli rehberlerin sahip olduğu bilgi ve yetkinlikler, turistlerin genel memnuniyet düzeyini doğrudan etkileyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (Bahar, 2020).

Turistlerin güvenilir, sağlıklı ve organik gıdalarla yerel tatlılara olan ilgisinin artması, turizmde yeni eğilimlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu artan ilgi, seyahat eden bireylerin özgün ve otantik yöresel lezzetleri deneyimleme isteğini ön plana çıkarmaktadır. Bu eğilimin, turistik destinasyonların imajına olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda, yerli ürünlerin ve geleneksel yemeklerin tanıtımında etkin rol oynayabilecek, bilgili ve donanımlı turist rehberlerine duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Bu nedenle turist rehberlerinin, yerel üretim süreçleri ve yöresel mutfak hakkında doğru, detaylı ve güncel bilgilere sahip olmaları büyük önem taşımaktadır (Çorman, 2018).

Turist rehberliği, seyahat acenteleri, ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence ve hediyelik eşya işletmeleriyle yakın iş birliği gerektiren çok yönlü bir meslektir. Bu işletmelerin sunduğu hizmetler, tur süresince hem hizmet kalitesini hem de turist memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Rehberler, tur programlarının planlanması ve uygulanmasında merkezi bir role sahiptir. Özellikle konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleriyle olan iş birlikleri sayesinde, turistlerin farklı konaklama ve gastronomi deneyimlerine erişimi sağlanmakta, bu deneyimlerin kalitesi ise temiz, konforlu ve özenli hizmetlerle desteklenmektedir. Turist rehberleri, bu süreçte hem yönlendirici hem de deneyim zenginleştirici bir rol üstlenmektedir (Eser & Çakıcı, 2018). Gastronomi turizminin deneyim temelli yapısı göz önüne alındığında, turist rehberlerinin seyahat acenteleriyle birlikte çalışarak deneyim odaklı tur programlarının oluşturulmasından uygulamasına kadar her aşamada aktif bir şekilde yer alması gerekmektedir (Başoda & Varol, 2022).

Gastronomi şehirlerinin sayısındaki artış, bu şehirlerde düzenlenen festival, fuar ve workshop gibi gastronomiye odaklanan etkinliklerin de öne çıkmasına neden olmuştur. Bu tür etkinlikler, gastronomi tutkunlarının doğrudan lezzet odaklı deneyimler yaşamak amacıyla seyahat etmelerini teşvik etmektedir. Geleneksel kültürel etkinliklerin ötesine geçen bu seyahat biçimi, rehberlerin gastronomi alanında daha fazla bilgi ve uzmanlık sahibi olmalarını zorunlu hale getirmiştir. Özellikle gastronomi etkinliklerine katılmak amacıyla seyahat eden turistlere hizmet eden rehberler, onların ilgi alanlarına göre özel bilgiler sunarak, deneyimi daha anlamlı ve unutulmaz bir hale getirebilmektedir (Akmeşe, 2021).

3. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Hipotezleri

Bu araştırmanın amacı, turist rehberlerinin gastronomi turizmine ilişkin bilgi düzeyleri ve algılarının, destinasyonlarda gastronomi rotalarının oluşturulmasına olan etkilerini incelemektir. Turist rehberleri, ziyaretçilerin deneyimlerini yönlendiren ve bölgesel değerleri tanıtmada konusunda kritik bir rol üstlenen profesyonellerdir. Bu bağlamda, rehberlerin gastronomi turizmine yönelik yaklaşımları, destinasyonlarda gastronomi rotalarının belirlenmesinde önemli bir rol oynayabilir. Rehberlerin bilgi düzeyleri ve algıları, gastronomi rotalarının planlanması sürecine etki edebilecek kritik faktörlerdir. Araştırma, bu etkileşimi kapsamlı biçimde ele alarak hem akademik literatüre katkı sunmayı hem de sektöre yönelik pratik öneriler geliştirmeyi hedeflemektedir. Araştırma sonuçlarının, yerel mutfak kültürünü merkeze alan, sürdürülebilir gastronomi rotalarının oluşturulmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Günümüzde birçok kişi, yaşadığı bölgenin dışına çıkarak farklı bölgelerin mutfak kültürünü tanımak ve yerel tatları deneyimlemek amacıyla gastronomi temalı tur programlarına yönelmektedir. Bu turlarda, katılımcıların bilgi aldığı turist rehberlerinin gastronomi turizmi konusundaki bilgi düzeyleri ve bu alana ilişkin algıları, turun genel kalitesini doğrudan etkileyebilmektedir. Rehberlerin gastronomi turizmine ilişkin bilgi ve algıları, aynı zamanda gastronomi rotalarının oluşturulması sürecine de katkı sağlayabilmektedir. Bu çerçevede, çalışmada test edilmek üzere aşağıdaki hipotezler kurgulanmıştır.

H₁: Turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₂: Turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

4. Yöntem

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemi kullanılarak saha çalışması yapılmıştır. Saha çalışması kapsamında veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Toplanan veriler, istatistiksel analiz programı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Solmaz (2012); Köroğlu vd. (2007) tarafından oluşturulan ve İrigüler ve Güler (2015) tarafından geliştirilen ölçekler uyarlanarak anket formu oluşturulmuştur.

Türkiye’de faaliyet gösteren 13 turist rehberliği meslek odasına kayıtlı rehberlere ulaşmak hem yoğun sezon hem de sezon dışı dönemlerde zorluklar taşımaktadır. Özellikle yoğun sezonda rehberler farklı bölgelerde görev yaptıkları için yüz yüze anket yapmak oldukça güçleşmektedir. Bu sebeple, çalışmada veri toplama yöntemi olarak çevrimiçi anket tercih edilmiştir. Hazırlanan anket, “Google Forms” platformu kullanılarak oluşturulmuş ve ilgili rehberlere elektronik posta yoluyla gönderilmiştir.

Bu araştırmanın evrenini, Türkiye’de turizm sektöründe eylemli olarak faaliyet gösteren 8.491 turist rehberi oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile TUREB’in 2021 Haziran verilerine göre ülkede eylemli ve eylemsiz durumda olmak üzere toplam 11.380 turist rehberi bulunmaktadır. Eylemsiz turist rehberleri sektörde aktif çalışmadıklarından dolayı araştırmaya dâhil edilmemiştir. Toplamda 432 anket elde edilmiştir.

Araştırma evreni geniş bir alanı kapsamakta olup, tüm katılımcılara ulaşmak zaman, maliyet ve erişim açısından zorluklar içermektedir. Bu sebeple, evrenin tamamı yerine belirli bir örneklem üzerinden çalışma yapılmıştır. Örneklem seçimi için amaçlı-kasti örnekleme yöntemi benimsenmiş ve gastronomi temalı turlarda aktif olarak çalışan turist rehberleri anket kapsamına alınmıştır.

5. Bulgular

5.1. Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur. İncelemeler sonucunda katılımcıların %38,9’unun kadın, %61,1’inin erkek olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımında en fazla oran %39,4 ile 30-39 yaş grubuna, en az oran ise %11,1 ile 50 yaş ve üzeri gruba aittir. Eğitim durumlarına bakıldığında, katılımcıların en büyük kısmını %56,5 ile lisans mezunları oluştururken, en düşük oran %14,1 ile lisansüstü mezunlara aittir. Ayrıca, katılımcıların %67,4’ü evli, %32,6’sı ise bekârdır. Katılımcıların ruhsatname alma yollarına göre dağılımları incelendiğinde, %21,5’inin Bakanlık Kursu, %27,3’ünün Ön lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü, %44,7’sinin Lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü ve %6,5’inin Lisansüstü /Turist-Turizm Rehberliği bitirerek aldığı görülmektedir.

Katılımcıların çalışma kartlarında yer alan rehberlik dillerine göre dağılımları incelendiğinde, %66,9’unun İngilizce, %23,4’ünün Almanca, %12,5’inin Arapça, %8,8’inin İspanyolca, %14,1’inin Fransızca, %13,7’sinin Rusça ve %5,8’inin diğer diller olduğu belirlenmiştir. Çalışma kartına birden fazla dil eklenebilmesi nedeniyle “diğer” seçeneği oluşturulmuş olup, bu kategoride yer alan diller Bulgarca, Çince, Farsça, Hollandaca, İtalyanca, Japonca, Makedonca, Sırpça, Portekizce ve Yunanca’dır. Ayrıca, katılımcıların çalışma şekillerine göre dağılımları değerlendirildiğinde, %34,3’ünün bağımsız (serbest), %23,4’ünün sezonluk olarak acentede ve %42,4’ünün kadrolu şekilde acentede çalıştığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların rehberlik deneyimlerine göre dağılımında en yüksek oran %35,9 ile 1-7 yıl deneyime sahip olanlarda görülürken, en düşük oran %11,8 ile 22 yıl ve üzeri deneyime sahip olanlara aittir. Katılımcıların ruhsatname türlerine göre dağılımları incelendiğinde ise, %45,8’inin ülkesel, %54,2’sinin ise bölgesel ruhsatname sahibi olduğu tespit edilmiştir. Bölgesel ruhsatnameye sahip rehberlerin çalışma kartlarında yer alan bölgeleri belirtmeleri istenmiş olup, ruhsatnamelerde birden fazla bölge bulunabileceğinden katılımcılar birden fazla seçenek işaretleyebilmiştir. Bölgesel ruhsatnameye sahip rehberlerin bölge dağılımı incelendiğinde; %29,5’inin Marmara Bölgesi, %36,3’ünün Ege Bölgesi, %15,8’inin Akdeniz Bölgesi, %12,8’inin Karadeniz Bölgesi, %17,5’inin İç Anadolu Bölgesi, %23,5’inin Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve %9,8’inin Doğu Anadolu Bölgesi kapsamında rehberlik yaptığı görülmüştür. Katılımcıların bağlı oldukları turist rehberliği meslek odaları incelendiğinde, en fazla üyenin %15 ile İRO’ya kayıtlı olduğu, en az üyenin ise %3 ile ADRO’ya kayıtlı olduğu görülmektedir.

Gastronomi turlarına katılması gereken ideal grup büyüklüğüne ilişkin katılımcı görüşleri incelendiğinde, %24,5’i 1-7 kişi, %38’i 8-14 kişi, %29,9’u 15-21 kişi ve %7,6’sı ise 22 veya daha fazla kişi olmasını uygun bulmaktadır. Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşmanın gerekliliği konusunda ise katılımcıların %90,7’si olumlu görüş bildirirken, %9,3’ü uzmanlaşmaya gerek olmadığını ifade etmiştir. Ayrıca, planlanan gastronomi rehberliği uzmanlık eğitimine katılma niyetiyle ilgili soruya, katılımcıların %85’i ‘evet’ cevabı verirken, %15’i ‘hayır’ yanıtını vermiştir.



Tablo 1

Katılımcıların Bireysel Özellikleri

	Değişkenler	n	%		Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Kadın	168	38,9	Çalışma kartında yazan bölge	Marmara	69	29,5
	Erkek	264	61,1		Ege	85	36,3
Yaş	20-29	87	20,1		Akdeniz	37	15,8
	30-39	170	39,4		Karadeniz	30	12,8
	40-49	127	29,4		İç Anadolu	41	17,5
	50 yaş ve üzeri	48	11,1		Güneydoğu Anadolu	55	23,5
Eğitim durumu	Ön lisans	127	29,4		Doğu Anadolu	23	9,8
	Lisans	244	56,5		ADRO	13	3,0
	Lisansüstü	61	14,1		ANRO	26	6,0
Medeni durum	Evli	291	67,4	Kayıtlı olduğu rehber odası	ARO	28	6,5
	Bekâr	141	32,6		ATRO	19	4,4
Ruhsatname alma şekli	Bakanlık Kursu	93	21,5		BURO	23	5,3
	Ön lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	118	27,3		ÇARO	31	7,2
	Lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	193	44,7		GARO	40	9,3
	Lisansüstü /Turist-Turizm Rehberliği	28	6,5		İRO	65	15,0
Rehberlik dili	İngilizce	289	66,9		İZRO	45	10,4
	Almanca	101	23,4		MUTRO	45	10,4
	Arapça	54	12,5		NERO	37	8,6
	İspanyolca	38	8,8		ŞURO	25	5,8
	Fransızca	61	14,1		TRO	35	8,1
	Rusça	59	13,7	Gastronomi turlarına katılan ideal kişi sayısı	1-7 kişi	106	24,5
	Diğer	25	5,8		8-14 kişi	164	38,0
Çalışma şekli	Bağımsız (Serbest)	148	34,3		15-21 kişi	129	29,9
	Acentede Sezonluk	101	23,4	Gastronomi rehberi olarak uzmanlaşmanın gerekliliğine inanma durumu	22 kişi ve üzeri	33	7,6
	Acentede Kadrolu	183	42,4		Evet	392	90,7
Rehberlik deneyimi	1-7 yıl	155	35,9		Hayır	40	9,3
	8-14 yıl	154	35,6	Düzenlenecek bir gastronomi rehberliği uzmanlaşma eğitimine katılmayı düşünme durumu	Evet	367	85,0
	15-21 yıl	72	16,7		Hayır	65	15,0
	22 yıl ve üzeri	51	11,8				
Ruhsatname türü	Ülkesel	198	45,8				
	Bölgesel	234	54,2				

5.2. Güvenilirlik Analizi

Alfa katsayısı 0 ile 1 arasında değer alır ve genellikle 0,7'nin üzerindeki değerler güvenilirlik açısından kabul edilebilir sayılır. Ancak bazı araştırmalarda bu sınır 0,5'e kadar düşürülebilmektedir (Coşkun vd., 2015). Bu çalışmada Gastronomi Rotaları ölçeği için Cronbach's Alpha değeri 0,935, Gastronomi Bilgi Düzeyleri ölçeği için 0,905 ve Gastronomi Turizmi Algıları ölçeği için ise 0,968 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2

Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Ölçek	Cronbach's Alpha
Gastronomi Rotaları	0,935
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	0,905
Gastronomi Turizmi Algıları	0,968

5.3. Geçerlilik Analizleri

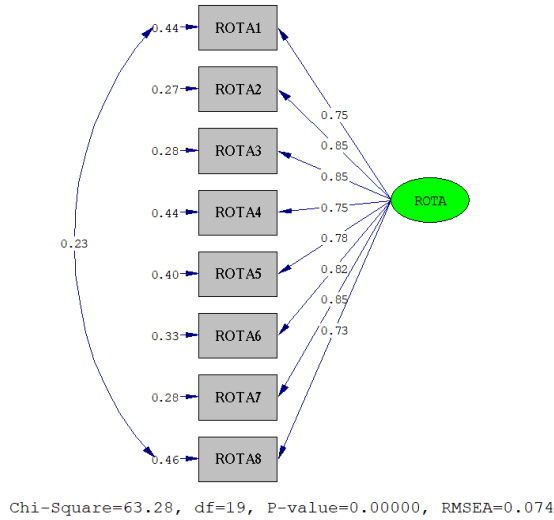
Ölçeğin yapı geçerliliğini değerlendirmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, kullanılan ölçüm araçlarının faktör yapısını incelemek üzere LISREL 8.7 programından yararlanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi, özellikle ölçme aracı geliştirme sürecinde ve geçerlilik testlerinde yaygın olarak tercih edilen, güçlü istatistiksel tekniklerden biridir. DFA, kuramsal olarak oluşturulmuş yapılar temelinde gözlemlenen değişkenler aracılığıyla gizil değişkenleri (faktörleri) test etmeyi hedefler. Bu yönüyle, ölçeklerin geçerliliğini ortaya koymada etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır (Yaşlıoğlu, 2017).

5.3.1. Gastronomi Rotaları Ölçeğine Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçeğin tek faktörlü yapısının doğrulanması amacıyla yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi sonuçları aşağıda sunulmuştur.

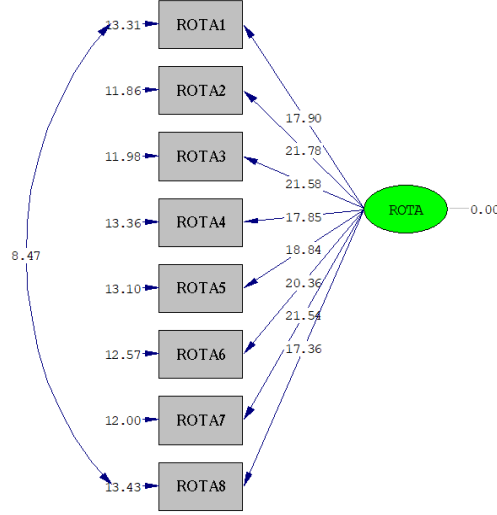
Şekil 1

Gastronomi Rotaları Ölçeğinin DFA'sına İlişkin Standartlaştırılmış Faktör Yüklerine Ait Path Diyagramı



Şekil 2

Gastronomi Rotaları Ölçeğinin DFA'sına İlişkin Standartlaştırılmış Faktör Yüklerinin T Değerleri



Chi-Square=63.28, df=19, P-value=0.00000, RMSEA=0.074

Şekiller incelendiğinde, Gastronomi Rotaları Ölçeği'ne ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarında, maddelere ait standardize edilmiş faktör yüklerinin 0,73 ile 0,85 aralığında değiştiği görülmektedir (Şekil 1). Ayrıca, tüm faktör yüklerinin t ($t > 1,96$) değerleri 1,96'nın üzerinde olduğundan, %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (Şekil 2). Ölçeğin varsayılan faktör yapısının modelle uyumunu değerlendirmek amacıyla elde edilen uyum indeksleri Tablo 3'te ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 3

Gastronomi Rotaları DFA Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Kriterleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Sonucu	Uyum
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5	3,331	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,074	Kabul Edilebilir
RMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	0,029	İyi
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,99	İyi
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,99	İyi
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,96	İyi
IFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,99	İyi
RFI	$0,95 \leq RFI \leq 1$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,98	İyi
$X^2/63,28, sd:19$				

Ki-kare uyum testi (X^2), modelin verilerle ne derece örtüştüğünü değerlendirmede kullanılan temel ölçütlerden biridir. Bu değer serbestlik derecesine (df) oranı olan X^2/df ise modelin genel uyumuna dair daha yorumlanabilir bir gösterge sunar. X^2/df oranının 3'ün altında olması iyi düzeyde uyuma, 3 ile 5 arasında olması ise kabul edilebilir düzeyde uyuma işaret etmektedir (Gürbüz & Şahin, 2017). Tablo 3 incelendiğinde, Gastronomi Rotaları Ölçeği'ne ilişkin doğrulayıcı faktör analizinde $X^2 = 63,28$ ve $sd = 19$ olarak hesaplanmış; X^2/sd oranı ise 3,331 bulunmuştur. Bu değer, modelin kabul edilebilir düzeyde uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır. Modelin uyum kalitesine ilişkin bir diğer önemli gösterge olan RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü), modelin hata düzeyini değerlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. RMSEA değerinin 0,05'ten küçük olması iyi uyuma, 0,05 ile 0,08 arasında olması kabul edilebilir uyuma, 0,08 ile 0,10 aralığında bulunması ise orta düzeyde

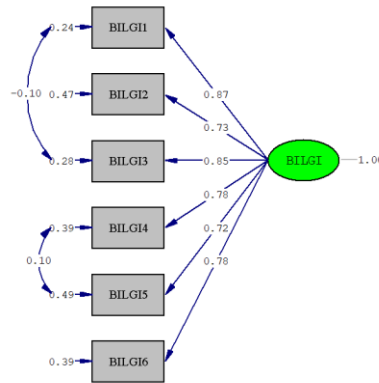
uyuma işaret eder (Çelik & Yılmaz, 2013). Söz konusu analizde RMSEA değeri 0,074 olarak elde edilmiş olup, bu sonuç modelin kabul edilebilir düzeyde bir uyum sergilediğini göstermektedir. Ayrıca, diğer uyum indekslerinin de benzer şekilde iyi ya da kabul edilebilir sınırlar içinde yer aldığı görülmektedir. Tüm bu bulgular, tek faktörlü ölçeğin açıklanan yapısının bu çalışma kapsamında doğrulandığını göstermektedir.

5.3.2. Gastronomi Bilgi Düzeyleri Ölçeğine Ait Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçeğin açıklanan tek faktörlü yapısının doğrulanması için yapılan DFA sonuçları aşağıdaki şekillerde verilmiştir.

Şekil 3

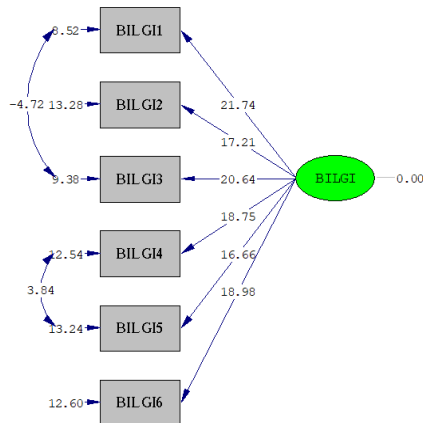
Gastronomi Bilgi Düzeyleri Ölçeğinin DFA'sına İlişkin Standartlaştırılmış Faktör Yükleri



Chi-Square=21.45, df=7, P-value=0.00316, RMSEA=0.069

Şekil 4

Gastronomi Bilgi Düzeyleri Ölçeğinin DFA'sına İlişkin Standartlaştırılmış Faktör Yüklerinin T Değerleri



Chi-Square=21.45, df=7, P-value=0.00316, RMSEA=0.069

Gastronomi Bilgi Düzeyleri Ölçeği'nin doğrulamalı faktör analizi sonuçlarına göre, maddelere ait standartlaştırılmış faktör yükleri 0,72 ile 0,87 arasında değişmekte olup (Şekil 3), faktör yüklerinin t değerlerinin ($t > 1,96$) 1,96'nın üzerinde olması nedeniyle %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (Şekil 4). Bu bulgu, ölçek ifadelerinin ilgili boyutlar

üzerindeki etkilerinin %95 güvenle anlamlı olduğunu göstermektedir. Ölçeğin yapısal geçerliliğinin değerlendirilmesi amacıyla elde edilen uyum indekslerine ilişkin sonuçlar ise Tablo 4'te detaylı olarak sunulmuştur.

Tablo 4

Gastronomi Bilgi Düzeyleri DFA Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Kriterleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Sonucu	Uyum
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5	3,064	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,069	Kabul Edilebilir
RMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	0,024	İyi
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,99	İyi
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,99	İyi
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,98	İyi
IFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,99	İyi
RFI	$0,95 \leq RFI \leq 1$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,98	İyi

$X^2:21.45, sd:7$

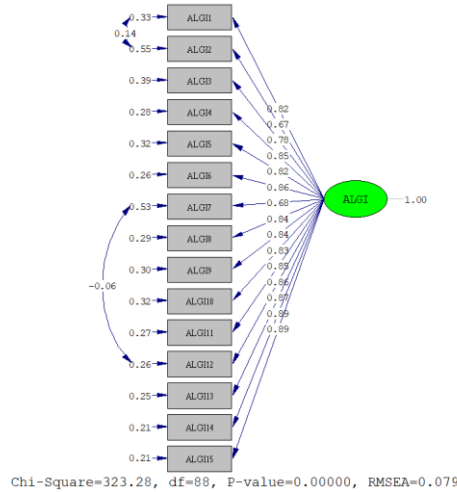
Tablo 4 incelendiğinde, Gastronomi Bilgi Düzeyleri Ölçeği'ne ilişkin doğrulayıcı faktör analizinde X^2 değeri 21,45 ve serbestlik derecesi 7 olarak bulunmuştur. X^2/sd oranı 3,064 olup, RMSEA değeri ise 0,069 seviyesindedir. Bu değerler, modelin kabul edilebilir düzeyde uyum sağladığını göstermektedir. Ayrıca, diğer uyum kriterlerinin de iyi veya kabul edilebilir sınırlar içinde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, tek faktörlü ölçeğin yapısal geçerliliğinin bu çalışma kapsamında doğrulandığını desteklemektedir.

5.3.3. Gastronomi Turizmi Algıları Ölçeğine Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçeğin açıklanan tek faktörlü yapısının doğrulanması için yapılan DFA sonuçları aşağıdaki şekillerde verilmiştir.

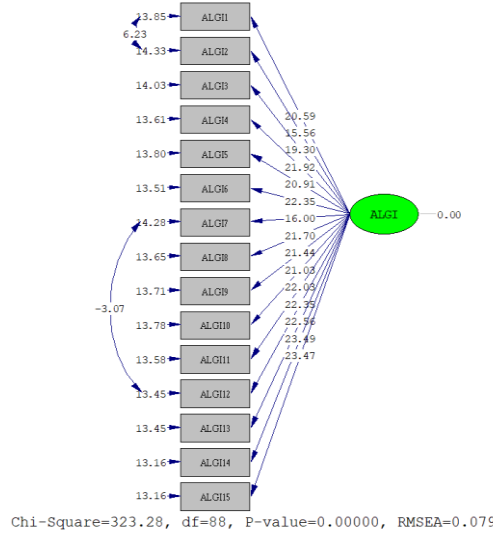
Şekil 5

Gastronomi Turizmi Algıları Ölçeğinin DFA'sına İlişkin Standartlaştırılmış Faktör Yükleri



Şekil 6

Gastronomi Turizmi Algıları Ölçeğinin DFA'sına İlişkin Standartlaştırılmış Faktör Yüklerinin T Değerleri



Gastronomi Turizmi Algıları Ölçeği'nin doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, ölçek maddelerinin standartlaştırılmış faktör yükleri 0,67 ile 0,89 arasında değişmekte olup (Şekil 5), faktör yüklerinin t değerlerinin 1,96'nın üzerinde olması nedeniyle %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir ($t > 1,96$). Bu durum, tüm ifadelerle ait faktör yük değerlerinin ölçek boyutları üzerindeki etkilerinin %95 güven düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir (Şekil 6). Ölçeğin açıklanan faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmadığının kontrolü için ulaşılan uyum indeksleri sonuçları ise Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5

Gastronomi Turizmi Algıları Düzeyleri DFA Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Kriterleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Sonucu	Uyum
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5	3,674	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 < RMSEA < 0,05$	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,10$	0,079	Kabul Edilebilir
RMR	$0 \leq SRMR < 0,05$	$0,05 \leq SRMR \leq 0,10$	0,031	İyi
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,99	İyi
CFI	$0,95 \leq CFI \leq 1$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,99	İyi
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1$	$0,90 \leq GFI \leq 0,95$	0,91	Kabul Edilebilir
IFI	$0,95 \leq IFI \leq 1$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,99	İyi
RFI	$0,95 \leq RFI \leq 1$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,98	İyi

$X^2:323.28, sd:88$

Tablo 5 incelendiğinde, Gastronomi Turizmi Algıları Ölçeği'ne ilişkin doğrulayıcı faktör analizinde X^2 değeri 323,28 ve serbestlik derecesi 88 olarak bulunmuştur. X^2/sd oranı 3,674 ve RMSEA değeri 0,079 ile modelin kabul edilebilir düzeyde uyum sağladığı görülmektedir. Ayrıca, diğer uyum indekslerinin de iyi veya kabul edilebilir sınırlar içinde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, tek faktörlü ölçeğin yapısal geçerliliğinin bu çalışma kapsamında doğrulandığını göstermektedir.

5.4. Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Genel Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Değerlendirilmesine İlişkin Bulgular

Katılımcıların ölçüm araçlarından aldıkları puanlar arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere Pearson Korelasyon analizi yapılmış olup, sonuçlar Tablo 6’da yer almaktadır. Korelasyon katsayısı 0 ile 0,30 arasında ise ilişki zayıf, 0,30 ile 0,70 arasında ise orta düzeyde, 0,70 ile 1 arasında ise güçlü olarak değerlendirilir (Gürbüz & Şahin, 2017).

Tablo 6

Değişkenler Arasındaki Korelasyon Sonuçları

Değişkenler		ROTA	BİLGİ	ALGI
ROTA	r	1	0,798	0,777
	p		0,001*	0,001*
BİLGİ	r		1	0,746
	p			0,001*
ALGI	r			1
	p			

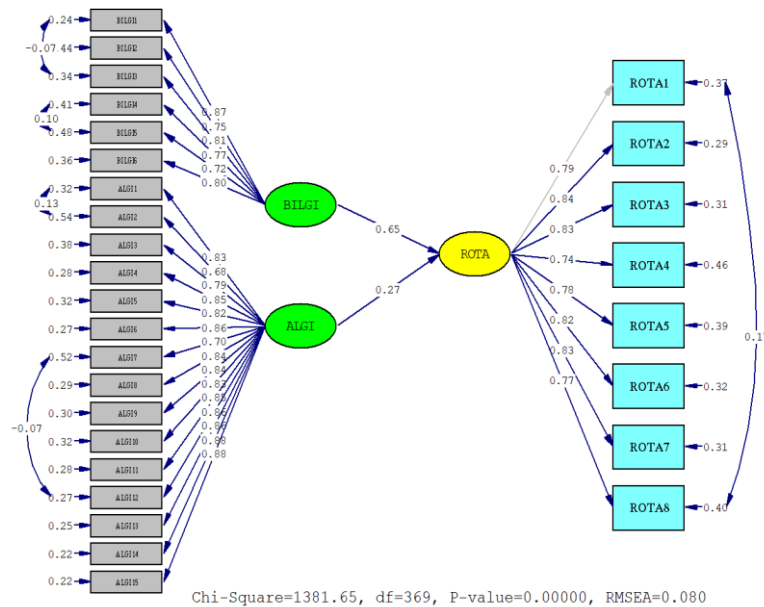
*p<0.05; r: Pearson Korelasyon Analizi

Tablo sonuçlarına bakıldığında, turist rehberlerinin gastronomi rotalarının oluşturulmasına dair görüşleri ile gastronomi bilgi düzeyleri arasında ($r = 0,798$, $p = 0,001 < 0,05$) güçlü ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Aynı şekilde, gastronomi rotalarının oluşturulmasına yönelik görüşler ile gastronomi turizmi algıları arasında ($r = 0,777$, $p = 0,001 < 0,05$) yüksek ve anlamlı bir pozitif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeyleri ile gastronomi turizmi algıları arasında da ($r = 0,746$, $p = 0,001 < 0,05$) güçlü ve anlamlı bir pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda kurgulanan hipotezler, yapısal eşitlik modeli kullanılarak test edilmiş ve modelin sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Şekil 7

Araştırmanın Modeline Ait Standartlaştırılmış Parametreleri Path Diyagramı



Şekil 7’deki araştırma hipotezlerinin test edildiği model incelendiğinde, X^2/sd oranının $1381,65/369 = 3,744$ olduğu ve bunun “kabul edilebilir uyum” sınırları içinde yer aldığı görülmüştür. Diğer uyum indekslerine bakıldığında ise RMSEA değeri 0,080, RMR 0,074, NFI 0,98, CFI 0,99, GFI 0,90, IFI 0,99 ve RFI 0,98 olarak hesaplanmış ve bu değerlerin modelin “iyi” veya “kabul edilebilir uyum” düzeyinde olduğunu göstermektedir. Bu sonuç modeldeki yol katsayıların yorumlanabilmesini sağlamış olup, araştırma hipotezlerine ilişkin bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7

Araştırmanın Hipotezlerine Ait Bulgular

Hipotez	Yollar	S.P.T	t	p	R ²
H ₁ : Turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.	BILGI==>ROTA	0,65	10,95	0,001*	0,423
H ₂ : Turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.	ALGI==>ROTA	0,27	5,24	0,001*	0,073

*p<0,05

Tablo incelendiğinde; turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin, gastronomi rotalarının oluşturulması sürecinde 0,65’lik pozitif bir etkisi olduğu ve bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($\beta=0,65$; $t:10,95>1,96$; $p<0,05$) belirlenmiştir. Bu sonuç, turist rehberlerin gastronomi bilgi düzeylerinde bir birimlik iyileştirme olduğunda, gastronomi rotalarının oluşturulması sürecinde 0,65 birimlik pozitif bir iyileşme olacağı anlamına gelmektedir. Ayrıca, rehberlerin gastronomi rotalarının oluşturulması sürecindeki rollerine yönelik algılarının %42,3’ünün gastronomi bilgi düzeylerine bağlı olduğu belirlenmiştir ($R^2:0,423$). Tüm bu sonuçlar “Turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.” şeklindeki araştırmanın birinci hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

Turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının, gastronomi rotalarının oluşturulması sürecinde 0,27’lik pozitif bir etkisi olduğu ve bu etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($\beta=0,27$; $t:5,24>1,96$; $p<0,05$) belirlenmiştir. Bu sonuç turist rehberlerin gastronomi turizmi algılarında bir birimlik iyileştirme olduğunda gastronomi rotalarının oluşturulması sürecinde 0,27 birimlik pozitif bir iyileşme olacağı anlamına gelmektedir. Ayrıca, rehberlerin gastronomi rotalarının oluşturulması sürecindeki rollerine yönelik algılarının %7,3’ünün turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarına bağlı olduğu belirlenmiştir ($R^2:0,073$). Tüm bu sonuçlar “Turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.” şeklindeki araştırmanın ikinci hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

Araştırmanın hipotezleri dışında araştırmanın amacına yönelik alt problemler bulunmaktadır. Bireylerin gastronomi turlarına ilişkin algı ve görüşleri ruhsatname türü, çalışma kartını alma şekli, çalışma şekli, rehberlik deneyimi ve kayıtlı olduğu rehber odası gibi demografik faktörlere göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle, çalışmanın bu kısmında alt problemlere yönelik analizler yapmak amacıyla iki grup arasındaki farkları değerlendirmek için bağımsız örneklem t-testi, üç veya daha fazla grup arasındaki farklılıkları incelemek için ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testleri gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların gastronomi rotalarının oluşturulmasındaki rollerine yönelik algıları, gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algıları ruhsatname türüne göre karşılaştırılmış ve elde edilen bulgular Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8

Katılımcıların Gastronomi Rotaları, Gastronomi Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Ruhsatname Türüne Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Ruhsatname Türü	n	$\bar{X}$	S.S.	t	p
Gastronomi Rotaları	Ülkesel	198	3,64	1,00	-3,272	0,001*
	Bölgesel	234	3,92	0,80		
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	Ülkesel	198	3,84	0,94	-1,551	0,122
	Bölgesel	234	3,97	0,79		
Gastronomi Turizmi Algıları	Ülkesel	198	4,05	0,94	-0,732	0,464
	Bölgesel	234	4,11	0,74		

Tablo 8’de yer alan t-testi sonuçlarına göre, turist rehberlerinin gastronomi rotalarının oluşturulmasındaki rollerine ilişkin algılarının, ruhsatname türüne göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bölgesel ruhsatnameye sahip rehberlerin ($\bar{X} = 3,92$) algıları, ülkesel ruhsatnameye sahip rehberlerin ($\bar{X} = 3,64$) algılarından daha yüksek bulunmuştur. Ancak, katılımcıların gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algıları açısından ruhsatname türüne bağlı olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir ($p > 0,05$).

Araştırma kapsamında, üç veya daha fazla grubun karşılaştırılması için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Grup farklılıklarının detaylı incelenmesi amacıyla Scheffe çoklu karşılaştırma testi sonuçları da raporlanmıştır. Bu kapsamda ilk olarak, katılımcıların gastronomi rotalarının oluşturulmasındaki rollerine yönelik algıları, gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algıları çalışma kartını alma şekline göre karşılaştırılmış; bulgular Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9

Katılımcıların Gastronomi Rotaları, Gastronomi Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Ruhsatname Alma Şekline Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Ruhsatname	n	$\bar{X}$	S.S.	F	p
Gastronomi Rotaları	Bakanlık Kursu	93	3,62	1,08	3,799	0,010*
	Ön lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	118	3,95	0,81		
	Lisans/Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	193	3,82	0,83		
	Lisansüstü /Turist-Turizm rehberliği	28	3,44	1,04		
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	Bakanlık Kursu	93	3,77	1,02	1,957	0,120
	Ön lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	118	4,00	0,80		
	Lisans/Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	193	3,96	0,80		
	Lisansüstü /Turist-Turizm rehberliği	28	3,69	0,96		
Gastronomi Turizmi Algıları	Bakanlık Kursu	93	4,01	0,91	2,514	0,058
	Ön lisans/ Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	118	4,22	0,76		
	Lisans/Turist-Turizm Rehberliği Bölümü	193	4,08	0,8		
	Lisansüstü /Turist-Turizm rehberliği	28	3,78	1,05		

$\bar{X}$: Aritmetik Ortalama; S.S.: Standart Sapma; *: $p < 0,05$

Katılımcıların çalışma ruhsatnamelerini alma şekline göre, gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine ilişkin algılarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p < 0,05$). Scheffe testi ile yapılan karşılaştırmada, ruhsatnamesini ön lisans / turist-turizm rehberliği bölümü aracılığıyla alan katılımcıların ($\bar{X} = 3,95$) bu algılarının diğer gruplara

kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, ruhsatname alma şekli ile gastronomi turizmi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($p>0,05$).

Katılımcıların çalışma şekline göre gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine yönelik algıları, gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algıları karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırmaya ilişkin bulgular Tablo 10'da detaylı olarak sunulmuştur.

Tablo 10

Katılımcıların Gastronomi Rotaları, Gastronomi Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Çalışma Şekline Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Çalışma Şekli	n	$\bar{X}$	S.S.	F	p
Gastronomi Rotaları	Bağımsız (Serbest)	148	3,37	1,11	28,469	0,001*
	Acentede Sezonluk	101	4,13	0,67		
	Acentede Kadrolu	183	3,94	0,7		
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	Bağımsız (Serbest)	148	3,57	1,1	19,475	0,001*
	Acentede Sezonluk	101	4,16	0,63		
	Acentede Kadrolu	183	4,05	0,65		
Gastronomi Turizmi Algıları	Bağımsız (Serbest)	148	3,91	1,06	6,974	0,001*
	Acentede Sezonluk	101	4,30	0,65		
	Acentede Kadrolu	183	4,10	0,67		

Katılımcıların çalışma şekline göre, gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine yönelik algılarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Scheffe testi sonuçlarına göre, acentede sezonluk çalışan katılımcıların ($\bar{X}=4,13$) algıları, bağımsız (serbest) çalışanlar ($\bar{X}=3,37$) ve acentede kadrolu çalışanlara ($\bar{X}=3,94$) kıyasla daha yüksek çıkmıştır. Ayrıca, çalışma şekli ile gastronomi bilgi düzeyleri arasında da anlamlı bir fark saptanmıştır ($p<0,05$). Bu kapsamda, sezonluk ($\bar{X}=4,16$) ve kadrolu ($\bar{X}=4,05$) acente çalışanlarının bilgi düzeyleri, bağımsız çalışan rehberlere ($\bar{X}=3,57$) göre daha yüksek bulunmuştur. Gastronomi turizmi algıları açısından da çalışma şekli etkili olmuş; bağımsız (serbest) çalışan rehberlerin algıları ($\bar{X}=3,91$), acentede çalışan sezonluk ve kadrolu rehberlerin algılarına kıyasla daha düşük düzeydedir ($p<0,05$).

Tablo 11'de, katılımcıların rehberlik deneyim sürelerine göre gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine ilişkin algıları, gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algılarındaki farklılıkları incelemek amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 11

Katılımcıların Gastronomi Rotaları, Gastronomi Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Rehberlik Deneyimine Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Rehberlik Deneyimi	n	$\bar{X}$	S.S.	F	p
Gastronomi Rotaları	1-7 yıl	155	3,86	0,88	3,726	0,011*
	8-14 yıl	154	3,85	0,84		
	15-21 yıl	72	3,78	0,94		
	22 yıl ve üzeri	51	3,40	1,07		
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	1-7 yıl	155	3,90	0,82	1,782	0,150
	8-14 yıl	154	4,00	0,81		
	15-21 yıl	72	3,91	0,9		
	22 yıl ve üzeri	51	3,68	1,05		
Gastronomi Turizmi Algıları	1-7 yıl	155	4,11	0,83	0,990	0,397
	8-14 yıl	154	4,13	0,8		
	15-21 yıl	72	4,03	0,79		
	22 yıl ve üzeri	51	3,92	1,01		

Katılımcıların rehberlik deneyim süreleri ile gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine yönelik algıları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Çoklu karşılaştırma testi (Scheffe testi) sonucunda, rehberlik deneyimi 1-7 yıl ($\bar{X}=3,86$) ve 8-14 yıl ($\bar{X}=3,85$) olan katılımcıların algılarının, 22 yıl ve üzeri deneyime sahip katılımcılardan ($\bar{X}=3,40$) daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ancak rehberlik deneyim süresi ile gastronomi bilgi düzeyleri ($p > 0,05$) ve gastronomi turizmi algıları arasında ($p > 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Katılımcıların gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine ilişkin algıları, gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algılarının, kayıtlı oldukları rehber odalarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

Değişkenler	Rehber Odası	n	$\bar{X}$	S.S.	F	p
Gastronomi Rotaları	ADRO	13	4,03	0,75	1,998	0,023*
	ANRO	26	3,49	1,19		
	ARO	28	3,76	0,99		
	ATRO	19	4,02	0,83		
	BURO	23	4,13	0,74		
	ÇARO	31	3,92	0,84		
	GARO	40	4,06	0,72		
	İRO	65	3,51	0,92		
	İZRO	45	3,73	0,51		
	MUTRO	45	3,92	0,65		
	NERO	37	3,88	1,11		
	ŞURO	25	3,79	1,16		
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	TRO	35	3,50	1,09	2,076	0,017*
	ADRO	13	4,18	0,37		
	ANRO	26	3,48	1,17		
	ARO	28	4,02	0,77		
	ATRO	19	4,05	0,64		
	BURO	23	4,38	0,84		
	ÇARO	31	3,94	0,80		
	GARO	40	4,09	0,69		
	İRO	65	3,68	1,04		
	İZRO	45	3,82	0,52		
	MUTRO	45	4,05	0,59		
	NERO	37	3,96	1,01		
Gastronomi Turizmi Algıları	ŞURO	25	3,83	1,19	2,112	0,015*
	TRO	35	3,80	0,86		
	ADRO	13	4,29	0,61		
	ANRO	26	3,85	1,13		
	ARO	28	4,12	0,93		
	ATRO	19	4,34	0,65		
	BURO	23	4,63	0,67		
	ÇARO	31	4,16	0,72		
	GARO	40	4,31	0,56		
	İRO	65	4,02	0,90		
	İZRO	45	3,97	0,52		
	MUTRO	45	4,06	0,67		
Gastronomi Turizmi Algıları	NERO	37	3,97	0,99	2,112	0,015*
	ŞURO	25	3,93	1,01		
	TRO	35	3,80	1,02		

Tabloya göre, katılımcıların kayıtlı oldukları rehber odalarına göre gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine ilişkin algıları arasında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür ($p < 0,05$). Scheffe testi sonuçlarına göre, Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası

(BURO) üyelerinin ($\bar{X} = 4,13$) algıları, Ankara Turist Rehberleri Odası (ANRO) ($\bar{X} = 3,49$), Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası (TRO) ($\bar{X} = 3,50$) ve İstanbul Turist Rehberleri Odası (İRO) ($\bar{X} = 3,51$) üyelerine kıyasla daha yüksek bulunmuştur. Benzer şekilde, gastronomi bilgi düzeyleri açısından da rehber odaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklar tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (BURO) üyelerinin ($\bar{X} = 4,38$) gastronomi bilgisi, İstanbul (İRO) ($\bar{X} = 3,68$) ve Ankara (ANRO) ($\bar{X} = 3,48$) üyelerinden daha yüksek seviyededir. Ayrıca, gastronomi turizmi algıları bakımından da rehber odaları arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiş olup ($p < 0,05$), Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası (BURO) üyelerinin ($\bar{X} = 4,63$) gastronomi turizmi algıları, Ankara (ANRO) ($\bar{X} = 3,85$) ve Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası (TRO) ($\bar{X} = 3,80$) üyelerine göre daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 13’de gastronomi turlarına katılmak için ideal kişi sayısına dair görüşleri doğrultusunda, gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine yönelik algıları, gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algıları arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Tablo 13

Katılımcıların Gastronomi Rotaları, Gastronomi Bilgi Düzeyleri ve Gastronomi Turizmi Algılarının Gastronomi Turlarına Katılan İdeal Kişi Sayısı Görüşlerine Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Gastronomi turlarına katılan ideal kişi sayısı	n	$\bar{X}$	S.S.	F	p
Gastronomi Rotaları	1-7 kişi	106	3,60	0,97	3,311	0,020*
	8-14 kişi	164	3,79	0,83		
	15-21 kişi	129	3,97	0,85		
	22 kişi ve üzeri	33	3,70	1,20		
Gastronomi Bilgi Düzeyleri	1-7 kişi	106	3,84	0,91	3,349	0,019*
	8-14 kişi	164	3,85	0,85		
	15-21 kişi	129	4,10	0,71		
	22 kişi ve üzeri	33	3,70	1,19		
Gastronomi Turizmi Algıları	1-7 kişi	106	3,95	0,87	3,643	0,013*
	8-14 kişi	164	4,07	0,82		
	15-21 kişi	129	4,25	0,72		
	22 kişi ve üzeri	33	3,86	1,08		

Katılımcıların gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rollerine ilişkin algıları ile gastronomi turlarında ideal katılımcı sayısına dair görüşleri arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu belirlenmiştir ($p < 0,05$). Bu farklılığın kaynağını belirlemek amacıyla Scheffe testi uygulanmış ve gastronomi turları için ideal katılımcı sayısını 15-21 kişi olarak değerlendiren katılımcıların ($\bar{X}=3,97$) algılarının diğer gruplara kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca ideal kişi sayısına ilişkin görüşler ile gastronomi bilgi düzeyleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($p < 0,05$). Bu doğrultuda, 15-21 kişilik grupların ideal olduğunu ifade eden katılımcıların gastronomi bilgi düzeylerinin ($\bar{X}=4,10$) diğer katılımcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, gastronomi turizmi algıları açısından da anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ($p < 0,05$) ve 15-21 kişilik grupları ideal bulan katılımcıların gastronomi turizmi algılarının ($\bar{X}=4,25$) diğer gruplara göre daha yüksek düzeyde olduğu gözlemlenmiştir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışma, turist rehberlerinin gastronomi alanındaki bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmine ilişkin algılarının, gastronomi rotalarının planlanması ve uygulanması süreçlerindeki etkisini incelemiştir. Elde edilen değerlendirmeler, rehberlerin gastronomi bilgisi ve bu alandaki

yaklaşımlarının, destinasyonlarda sunulan gastronomik deneyimlerin niteliğini ve çeşitliliğini doğrudan etkileyebilecek bir unsur olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde, örneklemin büyük bir kısmının erkeklerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Çalışma sonuçları, turist rehberliği mesleğinde kadınların erkeklere oranla daha az yer aldığını yansıtmaktadır. Rehberlik mesleğinin uzun saatler çalışma, fiziksel efor gereksinimi ve aileden uzak kalma gibi nitelikleri, kadınlar açısından mesleği daha az cazip kılıyor olabilir. Bu bulgu, daha önce yürütülmüş çalışmaların sonuçlarıyla da örtüşmektedir (Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Köroğlu, 2011; Solmaz, 2012; İrigüler & Güler, 2015; Kabakulak, 2023). Katılımcıların yaş dağılımına bakıldığında, en yoğun grubun 30–39 yaş aralığında yer aldığı görülmektedir. Rehberlik mesleğinin fiziksel ve zihinsel açıdan yıpratıcı yapısı ile belirsiz çalışma koşulları, mesleğin daha çok genç bireyler tarafından tercih edilmesine neden olmaktadır. Bu durum da geçmişteki benzer araştırmaların verileriyle benzerlik göstermektedir (Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Köroğlu, 2011; Solmaz, 2012). Eğitim düzeyi açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların yarıdan fazlasının lisans eğitimi almış olduğu görülmektedir. Medeni durum dağılımı incelendiğinde ise evli katılımcıların sayıca fazla olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu, ruhsatnamelerini Turist-Turizm Rehberliği lisans programı mezunu olarak edinmiştir.

Katılımcıların çalışma kartlarında belirtilen rehberlik dilleri değerlendirildiğinde, en yüksek oranın İngilizce dilinde rehberlik yapanlara ait olduğu görülmüştür. Bu durum, İngilizcenin eğitim sisteminde yaygın olarak öğretilmesinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu bulgu, daha önce yapılan bazı araştırmalarla benzerlik göstermektedir (İrigüler & Güler, 2015; Kabakulak, 2023). Öte yandan, çalışma biçimlerine göre yapılan analizde, çalışma kapsamındaki örneklem dahilinde katılımcıların büyük bir bölümünün acenteye bağlı kadrolu olarak çalıştığı anlaşılmaktadır. Kadrolu istihdamın, rehberlerin belirli bir acente ile sürekli çalıştıkları ve düzenli gelir elde ettikleri bir iş yapısına işaret ettiği söylenebilir. Bu bulgu, Solmaz (2012) ile Arslan ve Şimşek'in (2018) çalışmalarında vurgulanan, serbest çalışan rehberlerin daha fazla olduğuna yönelik sonuçlardan farklılık göstermektedir.

Gastronomi turlarına katılacak ideal kişi sayısına ilişkin yapılan değerlendirmelerde, en çok tercih edilen grup büyüklüğü 8-14 kişi olarak belirlenmiştir. Bu bulgu, gastronomi turlarına katılım için en uygun grup sayısının 8-14 kişi olabileceğini göstermektedir ve Kızıllırmak vd. (2016), Bayram (2023), UNWTO (2022), Tourscoop (2024) ve Laosmood (2024) tarafından sunulan sayısal verilerle benzerlik göstermektedir.

Katılımcıların gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşmanın gerekliliğine ilişkin görüşleri incelendiğinde, %90,7'sinin bunu gerekli gördüğü tespit edilmiştir. Bu bulgu, gastronomi rehberliğinde uzmanlaşmanın katılımcılar tarafından önemli görüldüğünü ve bu konuda güçlü bir farkındalık oluştuğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, gastronomi rehberliği üzerine düzenlenecek bir uzmanlık eğitime katılma eğilimleri değerlendirildiğinde, katılımcıların %85'inin böyle bir eğitime katılmayı düşündüğü belirlenmiştir. Katılımcıların bu alandaki bilgi ve becerilerini geliştirmeye istekli olduklarını ve mesleki anlamda kendilerini ilerletme konusunda motivasyon taşıdıklarını göstermektedir. Benzer şekilde, İrigüler ve Güler (2015) ile Kök ve arkadaşları (2021) tarafından yürütülen çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçları, turist rehberlerinin gastronomi rotalarının oluşturulmasındaki rollerine ilişkin algıları ile gastronomi bilgi düzeyleri arasında yüksek ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, literatürdeki benzer çalışmalarda da desteklenmektedir. Örneğin, Keskin vd. (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, rehberlerin gastronomi bilgisi ile yöresel gastronomik ürünleri tavsiye etme niyetleri arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, turist rehberlerinin gastronomi rotalarındaki rollerine dair algıları ile gastronomi turizmi algıları

arasında da yüksek düzeyde ve pozitif bir ilişki saptanmıştır. Bu durum, yine literatürdeki benzer araştırmalarla paralellik göstermektedir. Keskin vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada, rehberlerin gastronomi algısı ile yöresel gastronomik unsurların tanıtımına yönelik tavsiye eğilimleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Son olarak, rehberlerin gastronomi bilgi düzeyleri ile gastronomi turizmi algıları arasında da güçlü ve olumlu bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın temel hipotezlerine yönelik gerçekleştirilen analizler sonucunda turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Araştırma konusu ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında, bu çalışmanın sonuçlarıyla doğrudan karşılaştırılabilir nitelikte bir çalışmaya rastlanmamıştır. Mevcut literatürde yer alan sınırlı sayıdaki çalışma, bu araştırmanın bulgularını doğrudan desteklemese de rehberlerin turistik deneyimlerdeki etkisini vurgulayan sonuçlarıyla benzer bir doğrultuda ilerlemektedir. Elde edilen sonuç, Özdemir'in (2016) çalışmasında yer alan turist rehberinin yerel konularda bilgisinin turistlerin deneyimleri üzerinde etkin rolü olduğu sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgu, turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisinin olduğudur. Bu sonuç, rehberlerin gastronomi turizmi hakkındaki görüşlerinin, rotaların tasarım sürecinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Rehberlerin gastronomi turizmi algılarının, rotaların ilgi çekici ve etkili bir şekilde şekillendirilmesinde doğrudan etkili olduğu söylenebilir. Rehberlerin gastronomiye dair sahip oldukları bilgi ve tutumlar, gastronomi rotalarının daha zengin, özgün ve turistlerin ilgisini çekecek şekilde oluşturulmasına olanak tanıyabilir. Ayrıca, rehberlerin algılarının güçlendirilmesi, turistlerin bu rotalardan aldıkları deneyimin kalitesini artırarak, turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilir.

Alt amaçlar doğrultusunda yapılan karşılaştırmada, bölgesel ruhsatnameye sahip katılımcıların gastronomi rehberliği algılarının, ülkesel ruhsatnameye sahip olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bölgesel ruhsatnameye sahip rehberlerin yerel gastronomi rotalarının planlanması ve geliştirilmesinde daha aktif ve etkili bir rol üstlendikleri söylenebilir. Ön lisans turist/turizm rehberliği bölümü mezunlarının, gastronomi rotalarında rehberlerin rolüne ilişkin algıları diğer katılımcılardan daha yüksek bulunmuştur. Bu fark, Bakanlık kursu ile belge alanların farklı alanlardan gelmeleri ve eğitim sürecinin kısa olmasından kaynaklanabilir. Öte yandan, ruhsatname alma şekline göre gastronomi bilgi düzeyi ve turizm algısında anlamlı bir fark görülmemiştir.

Sezonluk olarak acentede çalışan rehberler, gastronomi rotalarının oluşturulmasında rehberlerin rolünü, bağımsız ve kadrolu çalışanlara kıyasla daha önemli görmektedir. Bu durum, gastronomi temalı turlarda daha fazla görev almalarından kaynaklanabilir. Ayrıca, acentede çalışan rehberlerin bilgi düzeyleri bağımsız çalışanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Bu fark, düzenli çalışma ortamı ve kurumsal eğitim olanaklarıyla ilişkili olabilir. Acentelerde çalışan rehberler, kurum içi eğitimler, seminerler ve paylaşım ortamlarından daha fazla yararlanma fırsatı bulmuş olabilir. Bu durum da onların genel bilgi birikimlerini zenginleştirmiş olabilir. Öte yandan, bağımsız rehberlerin gastronomi turizmüne yönelik algılarının daha düşük olduğu saptanmıştır; bu da farklı turizm türlerinde daha esnek çalışmalarıyla açıklanabilir.

Rehberlik deneyimi 1-7 yıl ve 8-14 yıl arasında olan katılımcıların, gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rolüne ilişkin görüşlerinin, 22 yıl ve üzeri deneyime sahip rehberlere kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, mesleğe yeni adım atan rehberlerin yeniliklere ve alternatif yöntemlere daha açık olabileceğini düşündürmektedir. Öte yandan, uzun süredir rehberlik yapan kişilerin, alışkın oldukları geleneksel uygulamalara daha fazla bağlı kalabilecekleri ve yeni yaklaşımlara karşı daha temkinli bir tutum sergileyebilecekleri ifade

edilebilir. Bu durum, gastronomi alanındaki güncel eğilimler ve teknolojik gelişmelere aşinalıkla da ilişkili olabilir. Yeni nesil rehberlerin sektördeki yeniliklere daha hızlı uyum sağladığı, deneyimli rehberlerin ise daha çok geleneksel bilgi ve uygulamalara odaklandığı gözlemlenebilir. Bu bulgular, Sümbül ve Karaman'ın (2020) çalışmasıyla da desteklenmektedir. Söz konusu araştırmada, rehberlerin ortalama deneyim süresi 18 yıl olarak belirlenmiş ve kültürel aktarım süreçlerinde rehberlerin önemli bir role sahip olduğu vurgulanmıştır. Öte yandan, katılımcıların rehberlik deneyimi ile gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algıları arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya konmuştur.

Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası'na (BURO) kayıtlı rehberlerin, gastronomi rotalarının oluşturulmasında rehberlerin rollerine yönelik algıları ve bilgi seviyeleri diğerodalara kıyasla daha yüksek bulunmuştur. BURO'nun sorumluluk alanındaki şehirlerin turizm açısından diğer bölgelere göre daha az ziyaretçi alması, rehberlerin kendilerini sürekli geliştirmelerine ve daha derinlemesine bilgi edinmelerine fırsat tanıyor olabilir. Buna karşılık, İstanbul (İRO) ve Ankara (ANRO) gibi büyük şehirleri kapsayan rehber odalarının üyeleri, daha geniş bir coğrafyada ve çeşitli konularda faaliyet gösterdikleri için odaklanacak alanları daha geniş ve dağınık olabilir. BURO üyeleri ise daha sınırlı ve spesifik bir bölge üzerinde yoğunlaşarak uzmanlıklarını artırma imkânı bulabilmektedir. Ayrıca, BURO bünyesindeki rehberlerin, bölgenin yerel kültürü, gastronomisi ve el sanatları gibi alanlarda yoğunlaşan eğitim ve sertifikasyon programlarına katılmış olabilirler ve bu durum bilgi düzeylerinin diğerodalara göre daha yüksek olmasında etkili olmuş olabilir. Bu durum, aynı zamanda BURO'ya kayıtlı rehberlerin gastronomi turizmi algılarının da ANRO ve TRO üyelerine kıyasla daha yüksek çıkmasını açıklayabilir.

Gastronomi turlarında ideal katılımcı sayısının 15-21 kişi olması gerektiğini belirten katılımcıların, gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rolüne yönelik algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu büyüklükteki grupların, rehberler açısından hem ekonomik sürdürülebilirlik sağladığı hem de çeşitli etkinliklerin planlanmasına imkân tanıdığı söylenebilir. 15-21 kişilik gruplar, rehberlerin atölye çalışmaları, yerel üretici ziyaretleri ve benzeri içerik açısından zengin programlar hazırlamasına elverişli bir yapı sunar. Aynı zamanda bu grup büyüklüğü, katılımcılar arasında sosyal etkileşimi artırarak, deneyim paylaşımını teşvik edebilir. Rehberler için bu tür gruplar, hem etkinliklerin yönetimi açısından uygunluk sağlar hem de katılımı artırıcı uygulamaların verimli bir şekilde uygulanmasına olanak tanır. Araştırma verilerine göre, ideal kişi sayısı olarak 15-21 kişilik grupları tercih eden katılımcıların gastronomi bilgi düzeylerinin daha yüksek olduğu da görülmüştür. Orta büyüklükteki gruplarla çalışan rehberler, gastronomi turizmine ilişkin daha kapsamlı bilgiye sahip olma eğilimindedir. Bu bilgi, rehberlerin yerel üreticilerle daha güçlü ilişkiler kurmalarını ve turun içeriğini atölye, hasat deneyimi, tadım gibi etkinliklerle zenginleştirmelerini kolaylaştırabilir. Dolayısıyla, bilgi düzeyi yüksek rehberler bu grup yapısında daha etkin roller üstlenebilir. Aynı şekilde, gastronomi turizmi algısı açısından da ideal katılımcı sayısını 15-21 kişi olarak belirten katılımcıların algılarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu durum, orta büyüklükteki grupların rehberlerin rollerini daha belirgin bir şekilde ortaya koymasına yardımcı olduğunu göstermektedir. Büyük gruplarda rehberin kontrolü, yönlendirmesi ve anlatımı ön plana çıkarken; daha küçük gruplarda katılımcıların bireysel deneyimlerinin etkisi artabilir ve rehberin rolü göreceli olarak sınırlı kalabilir. Ayrıca, orta büyüklükteki gruplarla çalışan rehberlerin gastronomi turizmine yönelik daha gelişmiş bir bakış açısına sahip olmaları, bu rehberlerin sektörün çeşitli aktörleriyle (üreticiler, işletmeler, tur operatörleri vb.) daha yoğun iş birliği içinde olduklarını da düşündürülebilir.

Bu çalışma ile gastronomi rotalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeyleri ve gastronomi turizmi algılarının etkileri incelenmiştir. Çalışmanın, rehberlerin gastronomi bilgi düzeyleri ve turizm algılarının, gastronomi rotalarının planlamasındaki etkilerini değerlendiren ilk araştırma olması bakımından, literatüre, sürekli iş birliği içinde olunan seyahat acentelerine, tur

operatörlerine, gastronomi turizmi işletmelerine ve turist rehberlerine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada yalnızca gastronomi turizmi çerçevesinde rotaların oluşturulmasında rehberlerin etkileri incelenmiş olup, bu durum çalışmanın bir sınırlılığı olarak değerlendirilmektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda, farklı turizm türlerinde tur rotalarının planlanmasında turist rehberlerinin genel bilgi düzeyleri ve algılarının belirlenmesine yönelik çalışmalar yürütülebilir. Ekoturizm, kültür turizmi, inanç turizmi ve agro turizm gibi çeşitli alanlarda, rehberlerin rota oluşturma sürecine olan katkıları ve bu sürece olan etkileri detaylı olarak incelenebilir. Bu sayede, rehberlerin sahip oldukları bilgi birikimi, deneyimleri ve turistlerle kurdukları etkileşimin farklı turizm türlerinde tur programlarının başarısına nasıl yansıdığı daha bütüncül biçimde değerlendirilebilir. Elde edilecek bulgular, gelecekte yapılacak çalışmalarla karşılaştırmalı analizler yapılmasına da olanak sağlayabilir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular ve sonuçlar doğrultusunda, turist rehberliği alanında literatüre, gastronomi hizmeti sunan turizm işletmelerine, turist rehberlerine ve hizmet alan turistlere yönelik öneriler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

Gastronomi alanında uzmanlaşma hem sektörün ihtiyaçları hem de katılımcı görüşleri doğrultusunda önemli bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Araştırma bulguları, katılımcıların %90,7'sinin gastronomi rehberliği konusunda uzmanlaşmanın gerekli olduğunu düşündüğünü ve %85'inin bu alanda düzenlenecek bir eğitim programına katılmayı planladığını ortaya koymuştur. Turist rehberliği eğitiminde, bölgeye özgü yöresel yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgilerin müfredata dâhil edilmesi, rehber adaylarının yerel gastronomi konusunda daha donanımlı yetişmesini sağlayacaktır. Ancak mevcut programlarda gastronomi derslerine ya çok az yer verildiği ya da genel başlıklarla sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu durum, rehberlik öğrencilerinin gastronomi alanında yetersiz kalmasına neden olmakta; dolayısıyla bu eksikliğin giderilmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, turist rehberliği eğitim programlarında gastronomi derslerine daha fazla yer verilmesi ve gastronomi rehberliğine yönelik uzmanlaşma eğitimlerinin artırılması önemli bir ihtiyaç olarak değerlendirilebilir. Söz konusu eğitim programları, rehberlerin gastronomi konusundaki bilgi düzeyini yükselterek hem turistlerin memnuniyetini artırabilir hem de gastronomi rotalarının daha etkin planlanmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca, bu eğitimlerin sadece teorik değil, uygulamalı içeriklerle desteklenmesi de önemlidir. Rehberlerin yerel gastronomi kültürünü doğrudan deneyimleyebilecekleri atölye çalışmaları, tadım etkinlikleri ve saha uygulamaları gibi modüller, onların mesleki donanımlarını güçlendirerek gastronomi turizmi alanında daha nitelikli hizmet sunmalarını sağlayabilir.

Gastronomi rotalarının daha etkili ve özgün şekilde planlanabilmesi için tur operatörleri ve seyahat acentelerinin, turist rehberlerinin bilgi ve deneyimlerinden daha fazla yararlanmaları önerilmektedir. Özellikle geleneksel yemeklerin tarihçesi, kullanılan malzemeler, pişirme yöntemleri, yöresel içecek kültürü, yeme-içme alışkanlıkları ile yiyecek ve içeceklerin sunum teknikleri gibi konularda rehberlerin sahip olduğu uzmanlık, gastronomi turlarının içeriğini zenginleştirecek önemli bir kaynaktır. Bu nedenle, gastronomi turizmine yönelik programların tasarım aşamasında rehberlerin aktif olarak sürece dahil edilmesi, turların hem kültürel hem de deneyimsel açıdan daha doyurucu hale gelmesini sağlayacaktır.

Çalışmada ortaya çıkan önemli sonuçlardan biri, turist rehberlerinin gastronomi bilgi düzeylerinin gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkiye sahip olmasıdır. Bu bulgu, rehberlerin bilgi ve yetkinliklerinin geliştirilmesinin gastronomi turizmi açısından önemli bir gereklilik olduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, rehberlerin gastronomi bilgi düzeylerini artırmaya yönelik uzmanlaşma eğitim programları hazırlanabilir ve bu programlarda, rehberlerin gastronomi rotalarını planlarken kullanabilecekleri dijital araçlar, interaktif haritalar ve tanıtım materyalleri sağlanabilir. Söz konusu materyaller, anlatı gücünü artıracak hikâyeler ve görsellerle

desteklenerek zenginleştirilebilir. Ayrıca, rehberlerin sektördeki güncel gelişmeleri takip edebilmeleri için sürekli mesleki gelişim programları ve sertifikalı eğitimler düzenlenmesi önerilebilir. Turist rehberliği uygulama gezilerinde yer almayan güncel gastronomi rotalarına da yer verilmelidir.

Çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgu, turist rehberlerinin gastronomi turizmi algılarının, gastronomi rotalarının oluşturulmasında anlamlı bir etkisinin olduğudur. Bu durum, rehberlerin gastronomi turizmine yönelik algılarının güçlendirilmesinin, daha etkili ve dikkat çekici gastronomi rotalarının geliştirilmesine katkı sunabileceğini göstermektedir. Bu kapsamda, medya ve sosyal medya gibi farklı mecralarda gastronomi turizmiyle ilgili olumlu içeriklerin, başarı örneklerinin ve tur bilgilendirmelerinin paylaşılması rehberlerin algı düzeylerinin artmasına yardımcı olabilir. Günümüzde seyahat acentelerinin televizyon reklamlarında genellikle otel rezervasyonlarına ağırlık verilmekte, ancak bu yaklaşım turizm sektörünün diğer önemli unsurlarını, özellikle gastronomi turizmini yeterince yansıtmamaktadır. Reklamlarda tur rotalarına, önceki turlardan elde edilen görsellere ve gelecekte planlanan yurt içi ve yurt dışı turlara da yer verilmesi, farklı deneyimlere dair farkındalığı artırarak gastronomi turizmi algısının güçlendirilmesine katkı sağlayabilir. Bu tür tanıtımlar, rehberlik hizmetlerinin kapsamını ve önemini daha etkin bir şekilde vurgulamakla kalmayıp, turistlerin yerel lezzetleri keşfetmeye yönelik ilgisini de artırarak turizm çeşitliliğinin desteklenmesine yardımcı olabilir.

Kaynakça

- Akmeşe, K. A. (2021). Gastronomi turizmi ve rehberliği. İçinde: *Alternatif turizm çalışmaları*. H. Çetiner (Ed.). ss. 3-22. İksad Yayınevi.
- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Akyurt, H. & Yolaşğmazoğlu, N. (2023). *Gastronomi mühendisliği ve eğitimi*. İksad Yayınevi.
- Arslan, A. & Şimşek, G. (2018). Örgütsel sinizm ve iş tatmini arasındaki ilişkiler: Aydın Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı olan profesyonel turist rehberleri örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 13, 115-134.
- Bahar, M. (2020). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: gastronomi rehberliği açısından ön lisans ve lisans programlarının değerlendirilmesi. III. *Ulusal Turist Rehberliği Kongresi*, 5- 6 Kasım 2020, 262- 270.
- Baran, G. G. (2019). Turist rehberliği mesleğini seçme nedenleri. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 26-34.
- Başoda, A. & Varol, F. (2022). Deneyimsel turist rehberliği: Kavramsal bir çerçeve ve model önerisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(4), 1716-1738.
- Bayram, Ü. (2023). Gastronomi turlarında memnuniyet yaratan unsurlar. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 219-239.
- Bozok, D. & Yalın, G. (2018). Gastronomide yeni trend: Siyah yiyecekler. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 251-261.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı* (8. Baskı). Serkan Yayıncılık.
- Çavuşoğlu, M. & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi turizmi ve Gökçeada lezzet rotası. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 347-359.



- Çelik, H. E., & Yılmaz, V. (2013). *LISREL 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi temel kavramlar-uygulamalar-programlama*. Anı Yayıncılık.
- Çorman, G. (2018). *Turist rehberliğinde foodie özelliğinin önemi*. (Tez No. 512253) [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (2022). <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>. Erişim Tarihi: 20.02.2022
- Düzgün, E. (2020). Turist rehberliği mesleğine genel bakış. İçinde *Örnek olaylarla turist rehberliği*, E. Düzgün (Ed.) ss. 19-34. Detay Yayıncılık.
- Efendi, M. & Atay, H. (2020). Turist rehberlerinin gözlemlerinden turistlerin gastronomik tercihlerinin saptanması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 567-579.
- Eser, S. & Çakıcı, C. (2018). Turist rehberliği terminolojisi. İçinde: *Turist rehberliği*, S. Eser, S. Şahin ve C. Çakıcı (Ed.). ss. 1-20. Detay Yayıncılık.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Huang, S., Hsu, C. H., & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- İrigüler, F. & Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(1), 3-19.
- Kabakulak, A. (2023). *Turist rehberliğinde kriz yönetiminin liderlik tarzlarıyla ilişkisi*. (Tez No. 837836 [Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kapa, M. G., de Crom, E. P. & Hermann, U. P. (2022). Exploring the profile of tourist guides in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(3), 1227-1239.
- Karamustafa, K. & Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Kargiglioğlu, Ş., Bayram, G. E. & Çetin, Y. (2019). Gastronomi turlarının coğrafi işaretli ürünler aracılığı ile oluşturulması: Batı Karadeniz turları örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 624-639.
- Keskin, E., Yetiş, Ş. A. & Yorgancı, B. (2020). Turist rehberlerinin gastronomiye yönelik bilgi ve algı düzeylerinin tavsiye niyetine etkisi: Kapadokya örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 553-566.
- Kızılırmak, İ., Ofluoğlu, M. ve Şişik, L. (2016). Türkiye'de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 258-269.
- Kivela, J. & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Ko, S. (2015). *Food tours in Korea: An investigation of foreign tourists' perceptions of food tour service attributes*. Doktora Tezi, California State Polytechnic University, Pomona.



- Kök, A., Karahan, S., Kurnaz, H. A. & Kurnaz, A. (2021). Turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğine bakış açısı. *Turist Rehberliği Dergisi*, 4(1), 1-18.
- Köroğlu, A., Köroğlu, O. & Sarioğlu, M. (2007). Türk mutfağının tanıtılmasında profesyonel turist rehberlerinin rolüne ilişkin ampirik bir çalışma. *I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 4-5 Mayıs, Antalya.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma* (Tez No. 279359) [Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Küçükkömürlü, S., Şirvan, N. B. & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Laosmood Tour (2024). <https://www.laosmood.com/en/tours-en-groupe> Erişim Tarihi: 27.05.2024
- Murgado, E. M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: Olive oil tourism. *Options Méditerranéennes*, 106, 97-109.
- Özdemir, G. & Altınır, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Özdemir, M. (2016). *Turist deneyiminde profesyonel turist rehberlerinin rolü* (Tez No. 434523) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Patterson, I. & Turaev, H. (2020). Gastronomy tourism as an emerging niche market in Uzbekistan. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(1), 141-149.
- Putra, A. N. (2021). Literature review of food tourism, culinary tourism and gastronomy tourism. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4), 517-526.
- Resmî Gazete (2022). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> Erişim Tarihi: 20.09.2022
- Seyitoğlu, F. (2020). Tourists’ perceptions of the tour guides: The case of gastronomic tours in Istanbul. *Anatolia*, 31(3), 393-405.
- Sharaf Eldean, R. M. (2020). Food tours in the context of multiculturalism of tourism destinations: The city of Dubai as an example. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(2), 320-343.
- Solmaz, C. (2012). *Turizm politikalarının oluşturulmasında turist rehberlerinin rolü*. (Tez No. 325104) [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Sümbül, G. & Karaman, S. (2020). Yerel kültürlerin turist rehberleri tarafından aktarılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2657-2681.
- Şengül, S. & Türkay, O. (2016). Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 86-99.
- Tolga, Ö. & Atay, L. (2016). Çanakkale savaşları Gelibolu tarihi alanı ziyaretçilerinin profesyonel turist rehberlerinden memnuniyetleri. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 572-591.
- Tour Scoop Seyahat Acentesi (2024). <https://tourscoop.com/best-companies-for-culinary-tours/> Erişim Tarihi:27.05.2024



- UNWTO (2022). Gastronomy and wine tourism. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
Erişim Tarihi:22.09.2022
- Üzülmez, M. & Akdağ, G. (2020). Gastronomi turizminde yeni tur rotaları: 3 A (Adana-Antep-Antakya) lezzet bölgesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, Special Issue (4), 51-63.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Zillinger, M. & Nilsson, J. H. (2022). 4 learning on guided tours. *Tourism, Knowledge and Learning*, 40.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 15.10.2021

Karar No: 2021/344

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50
2. yazar katkı oranı : % 50

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 05.06.2025
Revizyon Tarihi (Revised) : 20.06.2025
Kabul Tarihi (Accepted) : 26.06.2025

TURED
JOTOG



Turizm Rehberliği Bölümünün Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği*

Factors Influencing the Selection of the Tourism Guidance Department: The Case of Afyon Kocatepe University

Prof. Dr. Elbeyi PELİT

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: elbeyipelit@aku.edu.tr



Rabia ALTINTOP

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Institute of Social Sciences, Turkey
E-Mail: raltintop12@gmail.com



Öz

Amaç ve Önem: Bu araştırma, Turizm Rehberliği bölümü öğrencilerinin tercihlerini etkileyen faktörleri belirleyerek, bireysel motivasyonları ve demografik etkenleri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen veriler, turizm rehberliği eğitiminin geliştirilmesi, sektöre uygun insan kaynağı yetiştirilmesi ve eğitim politikalarının şekillendirilmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Yöntem: Bu araştırma, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşılması mümkün olduğundan tam sayım yöntemi kullanılmıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları, turist rehberliği bölümünü tercih eden öğrencilerin kararlarında kişisel ilgi, yabancı dil eğitimi, meslek sevgisi ve kariyer hedeflerinin belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Öğrenciler tercihlerinde daha çok içsel motivasyonla hareket etmiş; aile, arkadaş veya ekonomik zorunluluk gibi dışsal etkenlerin etkisi düşük düzeyde kalmıştır.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Turizm rehberliği bölüm tercihini etkileyen faktörler üzerine yapılan çalışmalar sınırlı olup, bu alanda Afyonkarahisar'da yürütülmüş bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, bölge özelinde öğrencilerin tercih nedenlerini ortaya koyarak literatürdeki boşluğu doldurmayı ve turizm eğitimi alanına özgün bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Sınırlılıklar: Araştırma Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Fakültede yer alan diğer bölümdeki öğrenciler dâhil edilmemiştir. Bu çalışmanın diğer turizm rehberliği bölümü öğrencilerine yönelik yapılması hem sonuçların karşılaştırılabilir olmasını hem de alınan hizmetlerin standartlaşmasını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm rehberliği, öğrenci, bölüm seçimi, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: This study aims to identify the factors influencing the preferences of students in the Tourism Guiding Department by analyzing individual motivations and demographic variables. The findings are expected to contribute to the improvement of tourism guiding education, the training of human resources in line with sectoral needs, and the development of educational policies.

Atıf için (for cited); Pelit, E. ve Altıntop, E. (2025). Turizm rehberliği bölümünün seçiminde etkili olan faktörler: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği, *Turizm Rehberliği Dergisi*, 8(1), 29-46.

* Bu çalışmanın ilk hali 15-16.05.2025 tarihinde Aksaray'da düzenlenen 7. Ulusal Turist Rehberliği kongresinde sözlü bildirisi olarak sunulmuştur.



Methodology: This research used the survey technique, one of the quantitative research methods. The universe of the research consists of students of the Tourism Guidance Department of Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism. Since it is possible to reach the entire universe, the complete count method was used.

Findings: The research findings revealed that personal interest, foreign language education, love for the profession, and career goals are decisive factors in the decisions of students choosing the tourism guiding department. Students mostly acted based on internal motivation in their choices; family, friends, or economic factors played a lesser role.

Originality/Value: There is a limited number of studies focusing on the factors affecting the choice of the tourism guidance department, and no prior research has been found that specifically addresses this topic in Afyon. This study aims to fill this gap in the literature by identifying regional student preferences and offers a unique contribution to tourism education research.

Limitations: The research is limited to students in the Tourism Guidance Department at the Faculty of Tourism, Afyon Kocatepe University. Students from other departments within the faculty were not included. Conducting similar studies at other institutions offering tourism guidance education would enable comparative analysis and support the standardization of educational services.

Keywords: Tourism guidance, student, department choice, Afyon Kocatepe University.

Paper Type: Research article

Giriş

Her öğrencinin içinde bulunduğu karmaşık bir süreç olan gelecek kaygısı ve hayalini kurduğu mesleği yapabilme arzusu, önemli bir karar sürecini beraberinde getirir. Öğrenciler, yükseköğretim alanında hem nitelikli bir eğitim almak hem de ilgi duydukları meslek dalında ilerlemek isterler. Bu hedefe ulaşmanın ilk adımı ise bir yükseköğretim programına kayıt yaptırmaktır. Türkiye'de lise mezunu olan ya da mezun olma aşamasındaki bireylerin yükseköğretime geçiş yapabilmeleri için aşmaları gereken ilk basamak, üniversiteye giriş sınavıdır (Akar, 2012).

Üniversiteye giriş sürecinde yapılan bölüm tercihi, bireyin yalnızca eğitim hayatını değil, aynı zamanda kariyerini, yaşam tarzını ve kişisel gelişimini de doğrudan etkileyen son derece önemli bir karardır. Bu tercihin doğru ve bilinçli bir şekilde yapılması, öğrencinin ilgi ve yeteneklerine uygun bir alanda eğitim almasını sağlayarak hem akademik başarısını hem de mesleki doyumunu artırır. Türk Dil Kurumu (2025) sözlüğünde de belirtildiği üzere, “*bölüm*” Bir kuruluşun yönetim birimlerinden her biri; departman, seksiyon “*seçim*” ise birçok şey arasından birini ya da birkaçını seçme işi, ayıklama, olarak tanımlanmaktadır. Bölüm seçimi, bireylerin yükseköğretim kurumlarında eğitim alacakları akademik disiplini belirleme sürecidir.

Bölüm seçim süreci, her zaman bilinçli bir şekilde ilerlemeyebilir. Öğrenciler bazen kendi istekleri doğrultusunda tercihte bulunurken, bazen de çevresel baskılar, bilgi eksikliği ya da başka nedenlerle istemedikleri alanlara yönelmek durumunda kalabilmektedir. Farklı alternatifler arasında seçim yapmak bireyler için hem önemli hem de oldukça zorlayıcı bir süreçtir; çünkü bir alternatifi seçmek, diğerinden vazgeçmek anlamına gelir. Bu nedenle bölüm tercihi yapılırken, bireyin kendine uygun seçenekleri belirleyebilmesi için farklı kriterleri dikkatle değerlendirmesi büyük önem taşımaktadır (İbiş vd., 2016).

Bu bağlamda, özellikle turizm rehberliği bölümü gibi mesleki odaklı programların tercih edilme süreci daha da kritik bir hâl almaktadır. Turizm sektörü, emek yoğun bir yapıya sahip olduğu için nitelikli iş gücüne ihtiyaç duyar ve üniversitelerin turizm rehberliği bölümleri, bu ihtiyacı karşılayan en önemli kurumlar arasında yer alır. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre turist rehberi; yerli ve yabancı turistlere belirlenen dilde rehberlik hizmeti sunan, ülkenin

kültürel ve doğal mirasını tanıtan ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen ruhsata sahip profesyonel bir kişidir (Resmî Gazete, 2025). Turist rehberleri, sahip oldukları bilgi ve yetkinlikler doğrultusunda yalnızca turistlere rehberlik yapmakla kalmaz, aynı zamanda destinasyonun imajını şekillendirir, kültürel etkileşimi sağlar ve turist deneyimini doğrudan etkileyen kilit aktörler olarak öne çıkarlar.

Turist rehberliği mesleğinin çok yönlü ve dinamik yapısı, bölüm tercihlerinde çeşitli bireysel ve çevresel faktörlerin etkili olmasına neden olmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalar, bu tercihler üzerinde kişisel ilgi, meslek sevgisi, kariyer hedefleri ve ekonomik beklentilerin etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Yılmaz & Kervankıran, 2018). Ancak, turizm rehberliği bölümünü seçme nedenlerine odaklanan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu ve bu alanda özellikle bölgesel düzeyde yapılmış araştırmalara sık rastlanmadığı görülmektedir. Ayrıca, yükseköğretimde kalite güvencesi ve program akreditasyonu gibi süreçlerin, öğrenci tercihleri üzerinde dolaylı ancak önemli bir rol oynadığı da göz ardı edilmemelidir. Özellikle akredite olmuş programlar, öğrenciler için güvenilir ve nitelikli bir eğitim ortamı sunduğu algısını güçlendirmekte; bu durum da tercihleri etkileyebilmektedir. Bu nedenle bu araştırma, literatürdeki boşluğu doldurmayı ve özellikle Afyonkarahisar özelinde turist rehberliği öğrencilerinin bölüm tercihlerine etki eden faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde ilgili literatür ışığında kavramsal bir çerçeve sunulmuş; sonraki bölümlerde ise araştırmanın amacı, yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama ve analiz süreçlerine yer verilmiştir. Elde edilen bulguların, turizm eğitimi alanında politika geliştiren kurumlar ve uygulayıcılar için yol gösterici nitelikte olması; ayrıca akreditasyon süreçlerinin eğitim kalitesi ve tercih eğilimleri üzerindeki etkisine yönelik farkındalık oluşturması beklenmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Meslek seçimi, bireysel özellikler, gelişim süreci, toplumsal yapı ve çevresel etkiler gibi birçok faktörün etkileşiminden doğan karmaşık bir süreçtir (Patton & McMahon, 2006). Alan yazındaki çalışmalar incelendiğinde öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen etmenler üzerinde çalışmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Meslek seçimi, bireyin hayatını doğrudan etkileyen en önemli kararlardan biridir. Üniversite sınavına hazırlanan gençlerin bu kararın uzun vadeli etkilerini tam olarak kavramaları büyük önem taşımaktadır (Kahraman & Erdiñç, 2012)

Üniversite bölümü seçimi, bireyin kariyer yolculuğunda atacağı en kritik adımlardan biridir. Bu karar, kişinin beceri, ilgi ve değerleri doğrultusunda, ona en uygun mesleği seçerek en yüksek doyumu elde edeceği bir yol belirler (Kuzgun, 2000). Ancak, bölüm seçimi çoğu zaman birçok faktörün etkisi altında şekillenir pek çok genç, ailesi, yakın çevresi veya arkadaşlarının yönlendirmesiyle, kendi ilgi ve yetenekleri doğrultusunda olmayan bir bölüme yönelmektedir ve bu durum, bireylerin potansiyellerini doğru bir şekilde değerlendirmelerini engelleyebilir. İnsanlar, erken yaşlardan itibaren geleceğe yönelik kararlar alır ancak, çoğu zaman bu tercihlerde kişisel özelliklerini göz ardı edilebilir. Sonuç olarak, kişi, isteği dışında veya ilgisini çekmeyen alanlara yönelebilir (Tuzcuoğlu, 1994).

Bölüm seçimi sürecinde birey, fiziksel özelliklerini, ilgi alanlarını, yeteneklerini ve ekonomik koşullarını göz önünde bulundurmalıdır. Çünkü bölüm seçimi, aynı zamanda bir yaşam biçimi seçimi anlamına gelir ve bu nedenle gerçekçi ve bilinçli bir tercih yapmak büyük önem taşır (Kahraman & Erdiñç, 2012). İstemeden veya bilinçsizce yapılan bölüm seçimleri, öğrencilerin eğitim süreçlerinde motivasyon kaybı yaşamalarına ve mezuniyet sonrası meslekten uzaklaşmalarına yol açabilmektedir (İbiş vd., 2016)

Turizm rehberliği bölümü, adayların kariyer tercihlerinde önemli bir yer tutan ve bireylerin yaşam boyu sürecek meslek yolculuklarını etkileyen bir alandır. Bu bölümün seçimi, birçok faktörün etkileşimiyle şekillenir ve her birey için farklı bir dinamik oluşturur. Bu faktörler, bireysel

yetenekler, ilgi alanları, kişilik özellikleri, beceriler, ailevi ve çevresel etmenler, sosyoekonomik durum, cinsiyet rolleri ve toplumsal değerler gibi unsurları içerir. Bu faktörlerin hepsi, turist rehberliği gibi insan etkileşimine dayalı bir mesleği seçerken adayların kararlarını belirleyen önemli öğelerdir (Akyıldız, 2017; Kuzgun, 2014; Köksalan, 1999).

Bu çerçevede, özellikle mesleğe duyulan ilgi ve sevgi, turist rehberliği mesleğini seçen bireyler için en temel motivasyon kaynaklarından biri olarak öne çıkmaktadır. İnsanlarla sürekli iletişim halinde olmak, farklı kültürleri tanımak, tarihi ve doğal güzellikleri keşfetmek ve öğrendiği bilgileri başkalarıyla paylaşmak gibi unsurlar, adayların bu mesleğe yönelimlerini artıran temel etmenler arasındadır. İlgi ve sevgi, bireyin mesleki başarısını ve tatminini artıran önemli faktörlerdir; çünkü kişinin yaptığı işi sevmesi, karşılaştığı zorluklarla daha kolay başa çıkmasını ve işine daha fazla bağlı olmasını sağlamaktadır. Ayrıca, turist rehberliği mesleğinin dinamik bir yapıya sahip olması, monotonluktan uzak bir çalışma hayatı sunması ve sürekli öğrenme ve gelişim imkânı tanınması da bu alana duyulan ilgiyi pekiştiren unsurlar arasındadır (Akyıldız, 2017; Köroğlu, 2014).

Bireyin turist rehberliği mesleğine olan ilgisinin yanı sıra, sahip olduğu yetenek ve beceriler de bu meslek için belirleyici unsurlardır. Beceri, belirli bir etkinliği gerçekleştirebilme kapasitesini ifade eder ve zamanla öğrenilip geliştirilebilir. Turist rehberliği gibi dinamik mesleklerde hem teknik hem de sosyal beceriler büyük önem taşımaktadır. Owen'a (2008) göre beceriler; kendini yönetme becerileri, transfer edilebilir beceriler ve mesleğe özgü beceriler olmak üzere üç ana başlık altında incelenebilir. Turist rehberliği mesleği ise güçlü iletişim yeteneği, analitik düşünme, kriz yönetimi, yabancı dil bilgisi ve kültürel farkındalık gibi çok yönlü beceriler gerektirdiğinden, bireyler kendi yeteneklerinin bu meslekle örtüştüğünü düşündüklerinde, bu alana yönelme eğiliminde olmaktadır (Köksalan, 1999).

Kişilik özellikleri, bireylerin meslek seçimlerini etkileyen bir diğer önemli faktördür. Cüceloğlu (2014), kişiliği "bireyin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer bireylerden ayırt edici, tutarlı ve yapılaşmış bir ilişki biçimi" olarak tanımlar. Kişilik özelliklerinin meslek seçiminde etkisi büyüktür çünkü bir bireyin içe dönük veya dışa dönük olması, hangi tür mesleklerde daha başarılı olacağı üzerinde belirleyici olabilir. Holland'a (1997) göre, kişilik ile meslek gerekliliklerinin uyumlu olması, iş tatminini artırır. Örneğin, dışa dönük bireyler, turist rehberliği gibi insanlarla sürekli etkileşimde bulunmayı gerektiren mesleklerde daha yüksek iş tatmini yaşarken, içe dönük bireyler daha yalnız yapılan işlerde daha başarılı olabilirler. Bu nedenle kişilik, adayların meslek seçiminde etkili olan önemli bir faktördür.

Meslek seçimini yalnızca bireysel tercihler değil, aynı zamanda çevresel etkenler de şekillendirmektedir. Aile, arkadaş çevresi, öğretmenler ve sektördeki profesyonellerin yönlendirmeleri bu süreçte etkili olmaktadır (Yelken, 2008). Özellikle ailelerin eğitim düzeyi ve sosyoekonomik durumu, çocukların kariyer seçimlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Mezuniyet sonrası hızlı iş bulma arzusu, bireyleri belirli mesleklere yöneltebilirken; turizm rehberliği gibi potansiyel gelir sağlayan alanlar da bu bağlamda tercih edilebilmektedir (Chapman, 1981). Ayrıca, çevredeki rehberlerin deneyim aktarımları ya da öğretmenlerin teşvikleri meslek seçiminde etkili olabilir (Köroğlu, 2014).

Farklı ülkelerde yapılan araştırmalar bazı sonuçları ortaya koymaktadır. Söğelmi, Domonte ve Vaden (1987), öğrencilerin turizmi; ilginç yapısı, kariyer fırsatları ve topluma katkı sağlama potansiyeli nedeniyle tercih ettiklerini belirtmiştir. Song & Chon ise kişisel ilgi ve sektör uyumunun tercihleri şekillendirdiğini saptamıştır. Sciarini vd., (1997), çevresel faktörler ile arkadaş çevresinin etkisini vurgularken, Pehlivan (2008) kişi-sektör uyumunun en önemli etken olduğunu ifade etmiştir. Kuşluvan & Kuşluvan (2000), öğrencilerin yalnızca %42,5'inin bu bölümü bilinçli tercih ettiğini ortaya koymuştur. Chuang ve arkadaşları (2007), staj deneyimlerinin mesleki farkındalığı artırdığını belirtirken, Lu & Adler (2009), eğitim sürecinde kazanılan bilgilerin öğrencilerin kariyer planlarına

yön verdiğini saptamıştır. Chen & ark. (2000) ise Tayvan'daki öğrencilerin meslek seçiminde aile, iş güvencesi ve toplumsal statü gibi unsurları dikkate aldıklarını belirtmiştir.

Sarıışık (2007), turizm sektörünü seçen bireylerin insanlarla iletişim kurmaktan keyif aldıklarını belirtmiş; Hertzman vd., (2015) ise milenyum kuşağının meslek seçiminde özgüven, etik anlayış ve hedef odaklılık gibi kişisel özelliklere odaklandığını ifade etmiştir. Chuang & Dellmann Jenkins'in (2010) İngiltere'de yaptığı çalışmaya göre, sektör tercihinde kariyer olanakları belirleyici olurken, özellikle kadın öğrencilerin kariyer gelişimi konusunda daha hassas oldukları gözlemlenmiştir. Avustralya (Richardson, 2009; Barron vd., 2010) ve Malezya'da (Maxwell, 1993) yapılan araştırmalar da sektöre dair olumsuz algılar, düşük ücret ve kariyer belirsizliği nedeniyle öğrencilerin sektörden uzaklaştıklarını ortaya koymuştur. Köroğlu (2014) ve Avcı'nın (2011) çalışmalarında da çevresel baskılar kadar içsel yönelimlerin ve değer yargılarının meslek seçiminde etkili olduğu saptanmıştır.

Sonuç olarak, turist rehberliği bölümünü seçen adayların bölüm tercihlerini belirleyen faktörler oldukça geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Mesleğe duyulan ilgi ve sevgi, sağladığı avantajlar, bireyin yetenek ve beceri düzeyi, çevresel faktörler ve bazı zorunluluklar, bu tercih sürecini şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır. Meslek seçiminde bireyin kendi ilgi ve yeteneklerini göz önünde bulundurması, uzun vadeli kariyer başarısı açısından kritik bir rol oynamaktadır. Ancak, çevresel ve ekonomik faktörler de bu kararı etkileyerek, bireyin meslek seçiminde yönlendirici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, turizm rehberliği bölümünü seçen bireylerin, meslek seçim sürecini çok boyutlu bir perspektiften değerlendirmesi, mesleki tatmin düzeylerini ve kariyer başarılarını doğrudan etkileyecektir.

2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü öğrencilerinin bölüm tercihlerinde etkili olan faktörleri belirlemektir. Turizm rehberliği eğitimi, sektöre nitelikli iş gücü kazandırma açısından büyük önem taşımaktadır. Öğrencilerin bu bölümü tercih etme nedenlerinin analiz edilmesi hem bireysel kariyer planlamalarını anlamaya hem de eğitim programlarının yeniden yapılandırılmasına katkı sağlayacaktır. Literatür incelendiğinde, turizm rehberliği bölüm tercihlerini etkileyen unsurları ele alan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu, özellikle Afyon ili özelinde herhangi bir araştırmanın bulunmadığı görülmektedir. Bu nedenle, çalışma bölgesel bir boşluğu doldurarak hem literatüre katkı sağlayacak hem de eğitim planlamasında yol gösterici veriler sunacaktır.

3. Yöntem

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak nicel araştırma tekniklerinden biri olan anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma evrenini, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü'nde öğrenim gören toplam 523 öğrenci oluşturmaktadır. Turizm Rehberliği Bölümü öğrencilerinin tamamına ulaşılması mümkün olduğundan tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Mezun durumda olan ve okula devam etmeyen öğrenciler haricinde 2024-2025 eğitim-öğretim yılı Ocak ve Nisan ayları arasında 420 öğrenciye ulaşılmış, eksik ve hatalı doldurulan formlar elendikten sonra 400 geçerli veri analiz edilmiştir. Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin tercih edilme nedeni, hem turizm rehberliği eğitimi konusunda bölgesel bir merkez olması hem de bölgenin turizm potansiyelini yansıtan özgün bir örneklem sunmasıdır.

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik 11 soruya yer verilmiştir. Bu bölümde; katılımcıların cinsiyeti, yaşı, sınıfı, öğrenim durumu, aile mesleği, ikametgâh, ailenin gelir durumu, bölümü seçme motivasyonu ve bölümden memnuniyet düzeyi gibi değişkenler yer almaktadır. Anket formunun

ikinci bölümünde ise, öğrencilerin bölüm tercihlerine etki eden faktörleri belirlemek amacıyla Sarıkaya ve Khorshid (2009) ile Köroğlu (2014) tarafından geliştirilen ve dört boyuttan (mesleğin sevilmesi, mesleğin avantajları, başkalarının önerisi, çaresizlik) oluşan Meslek Seçimi Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, 5'li Likert tipi derecelendirme sistemine göre (1=Hiç katılmıyorum, 5=Tamamen katılıyorum) puanlanmıştır.

Anket uygulaması için Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 19.02.2025 tarihli ve 2025/34 sayılı kararla etik onay alınmıştır. Veriler. Elde edilen veriler SPSS istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırmada demografik verilere ilişkin bulgular frekans ve yüzde dağılımlarıyla sunulmuştur. Bölüm tercihi etkileyen faktörler ise aritmetik ortalama ve standart sapma değerleriyle betimlenmiştir. Ölçeğin güvenilirliği için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmış; yapı geçerliliğini test etmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis – EFA) uygulanmıştır. Faktör analizine geçilmeden önce verilerin analiz için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett's Test of Sphericity ile değerlendirilmiştir.

4. Bulgular

Araştırmaya katılan turist rehberi adaylarından elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların demografik ve bazı bireysel özelliklerine ilişkin bulguları, ölçekler ve alt ölçeklere ilişkin bulgular ve araştırmanın konusunu oluşturan değişken ile demografik özelliklerin karşılaştırılmasına ilişkin bulgular izleyen kısımda sunulmuştur.

Tablo 1
Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

		f	%			f	%
Cinsiyet	Kadın	227	56,8	Medeni Durum	Evli	20	5,0
	Erkek	173	43,3		Bekar	380	95,5
Öğrenim durumu	Normal Öğretim	284	71,0	İkametgâh	İl merkezi	240	60,0
	İkinci Öğretim	116	29,0		İlçe Merkezi	111	27,8
					Kasaba	28	7,0
Yaş	18-21	209	52,3		Köy	21	5,3
	22-24	149	37,3		22.104 ve altı	99	24,8
	24 ve üzeri	42	10,5	Ailenin ortalama aylık geliri	22.105- 40.000	146	36,5
Sınıf	1.sınıf	74	18,5		40.000-60.000	82	20,5
	2.sınıf	105	26,3		60.000 ve üzeri	73	18,3
	3.sınıf	104	26,0	Bölümü seçme motivasyonuz	İsteyerek seçtim	160	40,0
	4.sınıf	117	29,3		Kısmen isteyerek seçtim	183	45,8
Baba mesleği	Memur	42	10,5		İstemeyerek seçtim	57	14,2
	İşçi	65	16,3	Seçilen Bölümden memnun olma durumu	Hiç memnun değilim	39	9,8
	Serbest meslek sahibi	89	22,3		Az memnunum	36	9,0
	Emekli	150	37,5		Orta düzeyde memnunum	187	46,8
	Diğer	54	13,5		Çok memnunum	83	20,8
Anne Mesleği	Memur	27	6,8		Tamamen memnunum	55	13,8
	İşçi	50	12,5				
	Serbest meslek sahibi	71	17,8				

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular, frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1'de sunulmuştur. Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların %56,8'i kadın, %43,3'ü erkektir ve %95'i bekar durumundadır. Yaş dağılımına göre, %52,3'ü 18-21, %37,3'ü 22-24, %10,5'i ise 24 yaş ve



üzerindedir. Öğrenim durumunda %71'i normal öğretimde, %29'u ikinci öğretimdedir. Sınıf düzeyi dağılımında katılımcıların %18,5'i birinci sınıf, %26,3'ü ikinci sınıf, %26'sı üçüncü sınıf ve %29,3'ü dördüncü sınıftadır. İkamet yerleri incelendiğinde %60'ı il merkezinde, %27,8'i ilçe merkezinde, %7'si kasabada, %5,3'ü ise köyde yaşamaktadır. Katılımcıların babalarının meslekleri arasında %37,5'i emekli, %22,3'ü serbest meslek sahibi ve %16,3'ü işçi iken, annelerin %48'i diğer meslek gruplarına dâhildir. Ailelerin aylık gelirlerine bakıldığında, %36,5'i 22.105-40.000 TL aralığında gelire sahiptir. Bölüm seçme motivasyonlarında %40'ı bölümü isteyerek, %45,8'i kısmen isteyerek ve %14,2'si istemeyerek tercih yapmıştır. Bölümden memnuniyet açısından ise katılımcıların %46,8'i orta düzeyde, %34,6'sı ise yüksek düzeyde memnuniyet bildirmiştir.

Tablo 2

Bölüm Seçim Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Alt Boyutlar	İfadeler	Faktör yükü	Özdeğer	Varyans Açıklama oranı	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha
Mesleğin Sevilmesi (Faktör 1)	Turist rehberliği mesleğini sevdiğim için bu bölümü tercih ettim.	0,826				
	Turist rehberliği ilgi duyduğum bir meslek alanı olduğu için bu bölümü tercih ettim.	0,855				
	Turist rehberliği mesleğinde başarılı bir kariyer hedeflediğim için bu bölümü tercih ettim	0,819				
	Kendi istek ve ideallerimi turist rehberliği mesleğinde gerçekleştirebileceğime inandığım için bu bölümü seçtim.	0,863	6,87	32,798	32,798	0,929
	Turist rehberliği mesleğine yetenekli olduğumu düşündüğüm için bu bölümü tercih ettim.	0,852				
Başkalarının önerisi (Faktör 2)	Ailem istediği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,735				
	Arkadaşlarımın önerisi üzerine turizm rehberliği bölümünü tercih ettim	0,768				
	Öğretmenlerimin tavsiyesi üzerine turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,621	3,54	16,887	49,675	0,795
	Turist rehberliği mesleğini yapan bir rehber tanıdığının etkisiyle bu bölümü tercih ettim	0,674				
Mesleğin Avantajları (Faktör 3)	Mezun olduktan sonra kolay iş bulabileceğimi düşündüğüm için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim	0,630				
	Turist rehberliği mesleğinin toplumda saygın bir yer edindiğine inandığım için bu bölümü tercih ettim.	0,587				
	Turist rehberliği mesleği yüksek gelir getiren bir meslek olduğu için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,664	1,34	6,402	56,076	0,744
	Eğitim sürecinin daha basit ve kolay olduğunu düşündüğüm için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,712				
	Turizm rehberliği bölümünü yabancı dil eğitimi yoğun olduğu için tercih ettim.	0,662				

Tablo 2

Bölüm Seçim Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları (Devamı)



Alt Boyutlar	İfadeler	Faktör yükü	Özdeğer	Varyans Açıklama oranı	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha
Çaresizlik (Faktör 4)	Bir üniversite mezunu olmak için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,479				
	Puanım bu bölüme yettiği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,771				
	Turizm lisesinde eğitim aldığım için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,774				
	Meslek sahibi olmak amacıyla turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,605	1,16	5,532	61,609	0,689
	Ailem, maddi durumları nedeniyle Afyon dışında eğitimimi sürdüremeyeceği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	0,768				
	Turizm rehberliği bölümü Afyon'da bulunduğu için bu bölümü tercih ettim	0,694				

Tablo 2’de yer alan sonuçlar incelendiğinde, veri matrisinin faktör analizi için uygun olup olmadığını ve veri yapısının faktör çıkarma için uygunluğunu ifade eden KMO değerinin 0,905 olduğu görülmektedir. KMO değerinin 0,60 üzeri olduğu durumlarda veri setinin analize uygun olduğu sonucuna varılır (Field, 2000). Buradan hareketle veri setinin faktör analizi için uygun olduğu kanaatine varılmıştır. Diğer yandan analiz sonucunda Bartlett’s küresellik testi sonucunun anlamlı olduğu ($\chi^2=4156,413$; $df=210$; $p<0.001$), görülmüştür Bu iki testin sonucuna göre veri seti, faktör analizi için gerekli ön koşulları sağlamaktadır.

Mesleğin sevilmesi faktörü, öğrencilerin kişisel ilgi ve istekleri doğrultusunda bölümü tercih ettiklerini göstermektedir. Bu boyutta yer alan tüm ifadelerin faktör yükleri oldukça yüksektir (0,819–0,863 aralığında), bu da ifadelerin ilgili faktörü güçlü bir şekilde temsil ettiğini gösterir. En yüksek faktör yükü “Kendi istek ve ideallerimi turist rehberliği mesleğinde gerçekleştirebileceğime inandığım için bu bölümü seçtim.” ifadesindedir (0,863). Bu faktörün özdeğeri 6,87, açıklanan varyans oranı %32,798 olup, toplam varyansın en büyük kısmını açıklamaktadır. Cronbach’s Alpha değeri 0,929 ile bu boyutun iç tutarlılığının çok yüksek olduğunu göstermektedir.

Başkalarının önerisi boyutu, öğrencilerin aile, arkadaş, öğretmen veya tanıdık rehberlerin yönlendirmesiyle bölümü tercih ettiklerini göstermektedir. En yüksek faktör yükü “Arkadaşlarımla önerisi üzerine turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.” ifadesindedir (0,768), en düşük yük ise “Öğretmenlerimin tavsiyesi üzerine...” ifadesinde (0,621) yer almaktadır. Faktörün özdeğeri 3,54, açıklanan varyans oranı %16,887, kümülatif varyans ise %49,675’tir. Bu faktörün Cronbach’s Alpha değeri 0,795, yani iç tutarlılığı yüksektir.

Mesleğin avantajları faktörü, mesleğin sağladığı pratik avantajların (kolay iş bulma, yüksek gelir, toplumsal saygınlık gibi) bölüm tercihinin etkilediğini göstermektedir. En yüksek faktör yükü “Eğitim sürecinin kolay olduğunu düşündüğüm için...” ifadesinde (0,712), en düşük yük ise “Mesleğin toplumda saygın olduğuna inandığım için...” ifadesinde (0,587) gözlenmiştir. Faktörün özdeğeri 1,34, açıklanan varyans oranı %6,402, kümülatif varyans ise %56,076’dır. Cronbach’s Alpha değeri 0,744 ile güvenilirlik sınırları içindedir.

Çaresizlik boyutu, öğrencilerin bölüm tercihinin mecburiyet ya da alternatiflerin yokluğu nedeniyle yaptığını göstermektedir. En yüksek faktör yükü “Turizm lisesinde eğitim aldığım için...” (0,774) ve “Puanım bu bölüme yettiği için...” (0,771) ifadelerindedir. Düşük ama anlamlı yüklerden biri de “Bir üniversite mezunu olmak için...” ifadesidir (0,479). Özdeğeri 1,16, varyans açıklama oranı %5,532, kümülatif varyans ise %61,609 olarak hesaplanmıştır. Cronbach’s Alpha değeri 0,689 olup kabul edilebilir düzeydedir.

Tablo 3

Bölüm Seçiminde Etkili Olan Faktörlere İlişkin Öğrenci Görüşleri



		f / %	Katılım Düzeyi					$\bar{X}$	SS
			Hiç	Az	Orta	Çok	Tam		
Mesleğin Sevilmesi ($\bar{X}=3,24$; SS:1,11)	Turist rehberliği mesleğini sevdiğim için bu bölümü tercih ettim.	f	42	56	150	69	83	3,24	1,23
		%	10,5	14,0	37,5	17,3	20,8		
	Turist rehberliği ilgi duyduğum bir meslek alanı olduğu için bu bölümü tercih ettim.	f	40	54	146	66	94	3,30	1,24
		%	10,0	13,5	36,5	16,5	23,5		
	Turist rehberliği mesleğinde başarılı bir kariyer hedeflediğim için bu bölümü tercih ettim.	f	45	59	132	73	91	3,27	1,27
		%	11,3	14,8	33,0	18,3	22,8		
Mesleğin Avantajları ($\bar{X}=3,01$; SS:0,95)	Kendi istek ve ideallerimi turist rehberliği mesleğinde gerçekleştirebileceğime inandığım için bu bölümü seçtim.	f	48	63	131	65	93	3,23	1,29
		%	12,0	15,8	32,8	16,3	23,3		
	Turist rehberliği mesleğine yetenekli olduğumu düşündüğüm için bu bölümü tercih ettim.	f	56	49	133	79	83	3,21	1,29
		%	14,0	12,3	33,3	19,8	20,8		
	Mezun olduktan sonra kolay iş bulabileceğimi düşündüğüm için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	86	63	139	50	62	2,85	1,32
		%	21,5	15,8	34,8	12,5	15,5		
Başkalarının Önerisi ($\bar{X}=2,06$; SS:1,01)	Turist rehberliği mesleğinin toplumda saygın bir yer edindiğine inandığım için bu bölümü tercih ettim.	f	83	55	157	46	59	2,86	1,28
		%	20,8	13,8	39,3	11,5	14,8		
	Turist rehberliği mesleği yüksek gelir getiren bir meslek olduğu için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	50	46	155	62	87	3,23	1,26
		%	12,5	11,5	38,8	15,5	21,8		
	Eğitim sürecinin daha basit ve kolay olduğunu düşündüğüm için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	92	73	139	51	45	2,71	1,26
		%	23,0	18,3	34,8	12,8	11,3		
Çaresizlik ($\bar{X}=2,44$; SS:0,83)	Turizm rehberliği bölümünü yabancı dil eğitimi yoğun olduğu için tercih ettim.	f	37	44	125	88	106	3,46	1,24
		%	9,3	11,0	31,3	22,0	26,5		
	Ailem istediği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	206	65	74	17	38	2,04	1,31
		%	51,5	16,3	18,5	4,3	9,5		
	Arkadaşlarımın önerisi üzerine turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	206	67	76	23	28	2,00	1,25
		%	51,5	16,8	19,0	5,8	7,0		
Çaresizlik ($\bar{X}=2,44$; SS:0,83)	Öğretmenlerimin tavsiyesi üzerine turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	179	79	83	30	29	2,13	1,26
		%	44,8	19,8	20,8	7,5	7,2		
	Turist rehberliği mesleğini yapan bir rehber tanıdığımın etkisiyle bu bölümü tercih ettim.	f	207	47	85	26	35	2,09	1,33
		%	51,7	11,8	21,3	6,5	8,8		
	Bir üniversite mezunu olmak için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	105	76	105	57	57	2,71	1,36
		%	26,3	19,0	26,3	14,2	14,2		
	Puanım bu bölüme yettiği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	75	57	105	78	85	3,10	1,39
		%	18,8	14,2	26,3	19,5	21,3		
	Turizm lisesinde eğitim aldığım için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	257	28	63	18	34	1,86	1,31
		%	64,3	7,0	15,8	4,5	8,5		
	Meslek sahibi olmak amacıyla turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	77	46	132	66	79	3,06	1,35
		%	19,3	11,5	33,0	16,5	19,8		
	Ailem, maddi durumları nedeniyle Afyon dışında eğitimimi sürdüremeyeceği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim.	f	252	33	73	20	22	1,82	1,21
		%	63,0	8,3	18,3	5,0	5,5		
	Turizm rehberliği bölümü Afyon'da bulunduğu için bu bölümü tercih ettim	f	208	40	96	19	37	2,09	1,33
		%	52,8	10,0	24,0	4,8	9,3		

Araştırmaya katılan turist rehberi adaylarının turizm rehberliği bölümünü tercih etme nedenlerine ilişkin görüşleri incelendiğinde, karar sürecinde çeşitli faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Bu faktörler boyutlar bazında analiz edilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 3'de sunulmuştur. Katılımcıların en çok katılım gösterdiği ifadelerden biri, “Turist rehberliği ilgi duyduğum bir meslek alanı olduğu için bu bölümü tercih ettim” ifadesidir. Bu ifadeye yönelik ortalama ($\bar{X}$) 3.30, standart sapma (SS) 1.24'tür. Katılımcıların %36,5'i “Orta” düzeyde katılırken, %23,5'i “Tam” katılım göstermiştir. Benzer şekilde, “Turist rehberliği mesleğini sevdiğim için bu bölümü tercih ettim” ifadesine verilen ortalama puan 3.24 olup, bu da adayların mesleğe yönelik olumlu bir duyguya sahip olduklarını göstermektedir. Bu veriler, meslek sevgisi ve ilgi duymanın, bölüm tercihinde belirleyici bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, “Başarılı bir kariyer hedeflediğim için” ($\bar{X}=3.26$) ve “Kendi istek ve ideallerimi gerçekleştirebileceğime inandığım için”

($X = 3.23$) ifadeleri de yüksek ortalamalarla dikkat çekmiştir. Bu durum, adayların kişisel hedef ve ideallerinin bölüm tercihinde etkili olduğunu göstermektedir. “Mesleğe yetenekli olduğumu düşündüğüm için” ifadesine yönelik 3.21’lik ortalama da bireysel yetenek algısının tercih sürecinde rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Katılımcıların bölüm tercihinde mesleki avantajların da önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Özellikle, “Yabancı dil eğitimi yoğun olduğu için tercih ettim” ifadesi 3.35 ortalama ile tüm ifadeler arasında en yüksek puanı almıştır. Katılımcıların %22’si “Çok”, %26,5’i ise “Tam” katılım göstermiştir. Bu durum, yabancı dil öğreniminin cazip bir faktör olarak öne çıktığını göstermektedir. Bununla birlikte, “Yüksek gelir beklentisi nedeniyle tercih ettim” ($X = 3.22$) ve “Kolay iş bulabileceğimi düşündüğüm için tercih ettim” ($X = 2.85$) ifadeleri de öne çıkan ekonomik gerekçeler arasında yer almaktadır. Özellikle gelir beklentisinin yüksek olması, mesleğin cazibesini artıran bir unsur olarak değerlendirilebilir. Ancak “Eğitim sürecinin daha kolay olduğu düşüncesiyle tercih ettim” ifadesinin ortalaması 2.71 olup, bu alanda katılım düzeyinin düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların eğitim sürecinin zorluğunun farkında olduğunu göstermektedir. “

Katılımcıların büyük bir kısmı, aile, arkadaş ya da öğretmen yönlendirmesiyle bu bölümü tercih etmediğini ifade etmiştir. “Ailem istediği için tercih ettim” ($X = 2.04$), “Arkadaş önerisiyle tercih ettim” ($X = 2.00$) ve “Öğretmen tavsiyesiyle tercih ettim” ($X = 2.13$) ifadeleri en düşük ortalamalara sahiptir. Bu durum, katılımcıların bölüm tercihinde daha çok kendi istekleri doğrultusunda karar verdiklerini göstermektedir. Tanıdık bir rehberin etkisiyle tercih ettim” ifadesine yönelik ortalama da düşük olup ($X = 2.09$), bu durum mesleği icra eden bireylerin rol model etkisinin sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu temaya ait düşük ortalamalar, öğrencilerin kararlarını daha bireysel temellere dayandığını göstermektedir. Bu boyutta yer alan bazı ifadeler, bölüm tercihlerinde zorunlulukların da etkili olabildiğini göstermektedir. Özellikle, “Puanım bu bölüme yettiği için tercih ettim” ($X = 3.10$) ve “Meslek sahibi olmak amacıyla tercih ettim” ($X = 3.06$) ifadeleri, adayların bir kısmının daha pragmatik bir yaklaşımla tercih yaptığını ortaya koymaktadır. Diğer yandan, “Bir üniversite mezunu olmak için tercih ettim” ($X = 2.71$) ifadesi, mezuniyet arzusu doğrultusunda yapılan tercihlere işaret etmektedir. Özellikle, “Turizm lisesi mezunu olduğum için tercih ettim” ($X = 1.86$) ve “Ailem maddi nedenlerle Afyon dışına gönderemediği için tercih ettim” ($X = 1.82$) ifadeleri oldukça düşük ortalamalara sahiptir. Bu durum, bölüm tercihlerinin büyük ölçüde zorunluluk değil, gönüllülük esasına dayandığını göstermektedir. Ayrıca, “Afyon’da bulunduğu için tercih ettim” ifadesine ilişkin ortalama 2.85 olup, bu durumun da tercih üzerinde kısmen etkili olduğu söylenebilir.

Katılımcılara ek olarak Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü’nün Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (TURAK) tarafından akredite edilmiş olmasının bölüm tercihindeki etkisi sorulmuştur. Elde edilen verilere göre, öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun bu kriteri tercih nedeni olarak öncelikli görmediği anlaşılmaktadır. Verilere bakıldığında, katılımcıların %25’i “hiç katılmıyorum” ve %14,2’si “az katılıyorum” yanıtı vermiştir. Bu oranlar, öğrencilerin önemli bir kısmının akreditasyonun farkında olmadığını ya da bu faktörün bölüm tercihinde etkili olmadığını düşündüğünü göstermektedir. “Orta düzeyde katılıyorum” diyenlerin oranı %31,3 ile en yüksek düzeyde olup, öğrencilerin bu konuda kararsız ya da sınırlı bilgiye sahip olduğunu göstermektedir. Öte yandan, “çok” ve “tamamen katılıyorum” seçeneklerini işaretleyenlerin toplam oranı %29,5 olup, akreditasyonun belli bir öğrenci kitlesi üzerinde kısmen etkili olabildiği söylenebilir. Ortalama değer 2,84 ile kararsızlık düzeyine yakın düşük bir düzeyi işaret ederken, 1,40’lık standart sapma değeri ise öğrenci görüşlerinin oldukça farklılaştığını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, TURAK akreditasyonunun öğrenciler tarafından yeterince tanınmadığını ve tercih sürecinde belirleyici bir unsur olarak görülmediğini ortaya

koymaktadır. Bu nedenle, akreditasyonun önemi ve program kalitesine olan katkısının öğrencilere daha etkili şekilde tanıtılması ve farkındalık çalışmalarının artırılması gerekmektedir.

Tablo 4

Katılımcıların Bölüm Seçim Nedenlerinin Cinsiyetlere Göre Karşılaştırılması

	Ölçekler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t	p
Bölüm Seçimini Etkileyen Faktörler	Mesleğin Sevilmesi	Kadın	227	3,18	1,06	4,695	0,031
		Erkek	173	3,29	1,18		
	Çaresizlik	Kadın	227	2,32	0,76	4,831	0,029
		Erkek	173	2,59	0,89		
	Mesleğin Avantajları	Kadın	227	2,97	0,89	5,447	0,020
		Erkek	173	3,17	1,01		
	Başkalarının Önerisi	Kadın	227	1,94	0,90	9,610	0,002
		Erkek	173	2,22	1,12		

Yapılan analizler sonucunda, turist rehberi adaylarının bölüm tercihlerinde cinsiyete göre bazı anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Öncelikle, “çaresizlik” boyutunda erkek katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}=2,59$), kadın katılımcıların ortalamasından ($\bar{X}=2,32$) anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bu bulgu, erkek öğrencilerin bölümü daha çok sınırlı seçenekler doğrultusunda, zorunlu nedenlerle tercih ettiklerini göstermektedir. Benzer şekilde, “mesleğin avantajları” boyutunda da erkeklerin ortalaması ($\bar{X}=3,17$), kadınlardan ($\bar{X}=2,97$) anlamlı düzeyde daha yüksektir. Bu durum, erkek öğrencilerin turist rehberliği mesleğini daha avantajlı (örneğin iş imkânı, gelir, saygınlık) gördüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca, “başkalarının önerisi” boyutunda da anlamlı bir fark bulunmuştur. Erkeklerin ortalaması ($\bar{X}=2,22$), kadınlara göre ($\bar{X}=1,94$) daha yüksek çıkmıştır. Bu da erkek öğrencilerin bölüm tercihlerinde aile, arkadaş ya da öğretmen gibi dışsal etkenlerden daha fazla etkilendiğini göstermektedir. Sonuç olarak, erkek öğrencilerin bölüm tercihinde daha çok dış faktörlere ve zorunluluklara bağlı kaldıkları; kadın öğrencilerin ise bu faktörlerden görece daha az etkilendiği söylenebilir. Mesleğin sevilmesi boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tablo 5

Katılımcıların Bölüm Seçim Nedenlerinin Yaşa Göre Karşılaştırılması

	Ölçekler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	T	p
Bölüm Seçimini Etkileyen Faktörler	Mesleğin Sevilmesi	18-21	209	3,35	1,06	5,936	0,003
		22-24	149	3,01	1,15		
		25 ve üzeri	42	3,56	1,11		
	Çaresizlik	18-21	209	2,41	0,79	5,439	0,005
		22-24	149	2,36	0,80		
		25 ve üzeri	42	2,82	0,83		
	Mesleğin Avantajları	18-21	209	3,07	0,93	5,539	0,005
		22-24	149	2,87	1,00		
		25 ve üzeri	42	3,25	0,95		
	Başkalarının Önerisi	18-21	209	2,07	0,99	5,259	0,039
		22-24	149	1,93	0,89		
		25 ve üzeri	42	2,06	1,01		

Yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre, öğrencilerin yaş gruplarına göre mesleğe yönelik tutumlarında anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Mesleğin sevilmesi değişkeninde elde edilen sonuçlar ($F=5,936$; $p=0,003$), yaş grupları arasında mesleğe duyulan sevgi düzeyinin anlamlı biçimde farklılaştığını göstermektedir. Benzer şekilde, mesleği seçmede başkalarının önerisinin etkisi ($F=5,259$; $p=0,006$), mesleği çaresizlikten seçme durumu ($F=5,439$; $p=0,005$) ve mesleğin avantajlarına yönelik algılar ($F=3,269$; $p=0,039$) da yaş grupları arasında anlamlı farklılık göstermektedir. Bu bulgular, öğrencilerin yaşları ilerledikçe meslek seçiminde daha

bağımsız kararlar verdiklerini, mesleğe yönelik bakış açılarının değiştiğini ve mesleki avantajları değerlendirme biçimlerinin farklılaştığını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, yaş değişkeninin, bireylerin meslek tercihi ve bu tercihe ilişkin tutumlarında önemli bir belirleyici olduğu söylenebilir.

Tablo 6

Katılımcıların Bölüm Seçim Nedenlerinin İkametgaha Göre Karşılaştırılması

Ölçekler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s.	t	P
Bölüm Seçimini Etkileyen Faktörler	İl merkezi	240	3,37	1,11	2,723	0,044
	Mesleğin İlçe merkezi	111	3,10	1,07		
	Sevilmesi Kasaba	28	2,95	1,20		
	Köy	21	3,24	1,11		
	İl merkezi	240	2,39	0,87	0,955	0,414
	Çaresizlik İlçe merkezi	111	2,50	0,77		
	Kasaba	28	2,58	0,71		
	Köy	21	2,44	0,83		
	İl merkezi	240	3,11	0,98	0,619	0,603
	Mesleğin İlçe merkezi	111	2,91	0,83		
	Avantajları Kasaba	28	2,92	1,21		
	Köy	21	3,01	0,95		
	İl merkezi	240	2,00	1,03	2,230	0,084
	Başkalarının İlçe merkezi	111	1,98	0,96		
	Önerisi Kasaba	28	2,28	0,96		
	Köy	21	2,06	1,01		

Yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre, öğrencilerin ikametgâh türlerine (il merkezi, ilçe merkezi, kasaba, köy) göre mesleği sevmeye düzeylerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($F=2,723$, $p=0,044$). Bu bulgu, öğrencilerin yaşadıkları yerleşim yerinin, mesleğe karşı duydukları sevgi üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Diğer yandan, mesleği seçmede başkalarının önerisinin etkisi ($F=0,955$, $p=0,414$), mesleği çaresizlikten seçme durumu ($F=0,619$, $p=0,603$) ve mesleğin avantajlarına yönelik algılar ($F=2,230$, $p=0,084$) ikametgâh türüne göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, öğrencilerin mesleğe yönelik bazı tutumlarının yaşadıkları çevreden etkilenebileceği, ancak bu etkinin tüm boyutlarda belirgin olmadığı söylenebilir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bireyler geleceklerini şekillendirmek adına önemli kararlar vermek zorundadır. Bu kararlardan bir tanesi de üniversite bölüm tercihleri ve aynı zamanda mesleki seçimdir. Karar aşamasında ise birçok faktör rol oynamaktadır. Bu nedenle bu faktörleri irdelemek ihtiyacı doğmaktadır. Bu çalışmada, turist rehberi adaylarının turizm rehberliği bölümünü tercih etme nedenleri ile demografik özellikleri detaylı biçimde analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen demografik bilgiler doğrultusunda, bölümde kadın öğrencilerin sayıca daha fazla olduğunu göstermektedir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun genç yaş grubunda, normal öğretim programında eğitim gören, bekâr ve şehir merkezlerinde ikamet eden öğrencilerden oluştuğunu göstermektedir. Öğrencilerin önemli bir kısmının bölümü isteyerek değil, kısmen isteyerek tercih ettikleri görülmektedir. Benzer şekilde, bölüm memnuniyeti çoğunlukla orta düzeyde kalmakta; bu da tercih sürecinde yeterince bilinçli kararlar verilmediğini düşündürmektedir.

Katılımcılara ek olarak Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü'nün Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (TURAK) tarafından akredite edilmiş olmasının bölüm tercihindeki etkisi sorulmuştur. Öğrencilerin büyük çoğunluğu bu ifadeye katılmadığını belirtmiştir. "Hiç katılmıyorum" ifadesi en fazla seçilen yanıt olmuş, bu da TURAK akreditasyonunun öğrenciler tarafından yeterince tanınmadığını veya tercih nedenleri arasında etkili

olmadığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda, öğrencilere meslek tanıtımı, rehberlik ve kariyer danışmanlığı hizmetlerinin güçlendirilmesi; tercih sürecinin daha bilinçli ve istekli yapılmasını sağlayarak bölüm memnuniyetini artırabilir.

Araştırmada, katılımcıların demografik özelliklerine göre bölüm tercihlerine etki eden faktörler incelenmiş, ancak anlamlı farklılık yalnızca cinsiyet, yaş grubu ve ikametgâh **yeri** değişkenlerinde belirlenmiştir. Cinsiyete göre yapılan analizlerde, “çaresizlik”, “mesleğin avantajları” ve “başkalarının önerisi” boyutlarında erkek öğrencilerin puan ortalamalarının kadınlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu görülmüştür. Yaş gruplarına göre yapılan ANOVA analizinde ise “mesleğin sevilmesi”, “çaresizlik”, “mesleğin avantajları” ve “başkalarının önerisi” boyutlarında anlamlı fark saptanmıştır. İkametgâh türüne göre yapılan analizlerde ise sadece “mesleğin sevilmesi” boyutunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Diğer demografik değişkenler açısından (örneğin sınıf düzeyi, aile mesleği, gelir durumu vb.) anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda, turist rehberliği bölümünü tercih eden öğrencilerin kararlarında etkili olan faktörler incelendiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun kişisel ilgi, mesleki beklenti ve bireysel yetenekleri doğrultusunda bu bölümü seçtikleri görülmektedir. Aritmetik ortalaması en yüksek beş ifadeye bakıldığında bu durum açıkça ortaya çıkmaktadır.

Katılımcıların en yüksek düzeyde katılım gösterdiği ifade "Turizm rehberliği bölümünü yabancı dil eğitimi yoğun olduğu için tercih ettim" şeklinde olup, bu maddeye verilen yanıtların aritmetik ortalaması 3,46 olarak belirlenmiştir. Bu durum, yabancı dil eğitiminin öğrenciler açısından hem mesleki yeterlilik hem de bireysel gelişim açısından önemli bir tercih sebebi olduğunu göstermektedir. Turist rehberliği mesleği doğası gereği çok dilli iletişimi gerektirdiğinden, öğrencilerin bu gerekliliği fark ederek bölüme ilgi duyması anlamlıdır. Ayrıca bu bulgu, bölüme yönelimin yalnızca mesleki kaygılarla değil, aynı zamanda kişisel gelişim hedefleriyle de bağlantılı olduğunu göstermektedir.

İkinci sırada yer alan "Turist rehberliği ilgi duyduğum bir meslek alanı olduğu için bu bölümü tercih ettim" ifadesi 3,30 ortalamayla dikkat çekmektedir. Bu, öğrencilerin mesleğe duydukları içsel motivasyonun güçlü olduğunu ve tercihlerinde bu ilginin etkili olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, “Turist rehberliği mesleğinde başarılı bir kariyer hedeflediğim için bu bölümü tercih ettim” ifadesi de 3,27 ortalama ile katılımcıların uzun vadeli kariyer planlamaları doğrultusunda bilinçli bir tercih yaptıklarını ortaya koymaktadır. Bu durum, öğrencilerin rehberlik mesleğini yalnızca geçici bir iş olarak değil, kariyer hedefi olarak değerlendirdiklerini düşündürmektedir. “Turist rehberliği mesleğini sevdiğim için bu bölümü tercih ettim” ($\bar{X}=3,24$) ve “Turist rehberliği mesleği yüksek gelir getiren bir meslek olduğu için tercih ettim” ($\bar{X}=3,23$) şeklindeki ifadelerin de yüksek ortalamalara sahip olması, bireylerin tercihlerini hem duygusal bağlılık hem de ekonomik beklentiler üzerinden şekillendirdiklerini göstermektedir.

Araştırmanın bulguları, önceki çalışmalarla da büyük ölçüde örtüşmektedir. Örneğin, Toksöz ve Çapar (2018), öğrencilerin turizm alanını genellikle mesleği sevdikleri ve olumlu görüşler taşıdıkları için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Erdinç ve Kahraman (2012) de öğrencilerin mesleklerini isteyerek ve severek seçtiklerini vurgulamış; Şahin ve Acun (2016) ise öğrencilerin büyük oranda mesleği bilgi sahibi olarak ve bilinçli şekilde tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışmalar, mesleğe duyulan ilgi, sevgi ve bilinçli tercih yapma eğiliminin, turist rehberliği bölümünü seçen öğrencilerde belirleyici rol oynadığını göstermektedir. Araştırmamızda elde edilen bulgular da bu doğrultuda; bireysel ilgi, meslek sevgisi, kariyer hedefleri ve yabancı dil eğitimi gibi unsurların, öğrencilerin tercih süreçlerinde etkili olduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır. Ayrıca, kişilik özelliklerinin meslek seçimi üzerinde etkili olduğu yönündeki bulgular da çalışmamızla örtüşmektedir (Koroğlu, 2014; Owen et al., 2012). Öğrencilerin yalnızca kişisel

ilgileri değil, mezuniyet sonrası iş olanakları ve kariyer fırsatlarını da dikkate alarak tercih yaptıkları gözlemlenmiştir (Erdem & Kayran, 2013; Owen et al., 2012; Qui & Thi, 2009). Çakıcı ve Eser'in (2017) çalışmasında ortaya konulduğu üzere, mesleğe yönelik olumlu tutumlar zamanla azalsa da, özellikle ilk yıllarda mesleğe duyulan yüksek ilgi dikkat çekmektedir.

Aritmetik ortalaması en düşük olan beş ifadeye bakıldığında, öğrencilerin turist rehberliği bölümünü tercih etme gerekçelerinin daha çok zorunlu koşullara ve dışsal etkenlere dayalı olmadığını ortaya koymaktadır. En düşük ortalamaya sahip ifade, "Turizm lisesinde eğitim aldığım için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim" ($\bar{X}=1,86$) şeklindedir. Bu bulgu, lise düzeyinde alınan turizm eğitiminin doğrudan üniversite bölümü tercihinin belirlemede sınırlı bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde, "Ailem, maddi durumları nedeniyle Afyon dışında eğitimimi sürdüremeyeceği için turizm rehberliği bölümünü tercih ettim" ($\bar{X}=1,82$) ifadesinin de düşük ortalama değerine sahip olması, ekonomik zorunlulukların öğrencilerin karar süreçlerinde tek başına belirleyici olmadığını göstermektedir. Bu durum, öğrencilerin büyük oranda kendi istek ve hedefleri doğrultusunda tercih yaptıklarını ve coğrafi ya da ekonomik kısıtlamaların bu süreçte görece daha sınırlı bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Benzer şekilde, "Ailem istediği için" ($\bar{X}=1,96$), "Arkadaşlarımla önerisi üzerine" ($\bar{X}=1,94$) ve "Bir rehber tanıdığımın etkisiyle" ($\bar{X}=1,92$) gibi dış yönlendirmelere dayalı ifadelerin ortalamalarının da düşük olması, öğrencilerin kararlarını daha çok bireysel değer yargıları, ilgi alanları ve gelecek planlamaları doğrultusunda verdiklerini göstermektedir. Özellikle aile ve arkadaş etkisinin düşük puanlarla ifade edilmesi, bireylerin meslek seçiminde daha özerk ve bağımsız hareket ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu bulgular, öğrencilerin rehberlik mesleğine yöneliminde içsel motivasyonun dışsal baskılardan daha baskın olduğunu düşündürmektedir.

Öte yandan, önceki araştırmalarla karşılaştırıldığında, bu çalışmada dışsal etkenlerin etkisinin görece sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin, Sarıkaya ve Khorshid (2009) ile Baltacı ve Üngören (2010) çalışmalarında, bazı öğrencilerin açıkta kalmamak, çevresel yönlendirmeler veya başka seçeneklerinin olmaması gibi nedenlerle bölümü tercih ettikleri tespit edilmiştir. Ancak bu araştırmada, düşük puanla yerleşme, mezuniyet arzusu ya da yaşadıkları şehirde üniversite okuma zorunluluğu gibi faktörlerin etkisinin oldukça düşük düzeyde kaldığı görülmektedir. Bu durum, öğrencilerin turist rehberliği bölümünü tercih ederken daha bilinçli, kişisel hedeflerine uygun ve gönüllü bir yaklaşım sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, araştırma verileri doğrultusunda öğrencilerin turist rehberliği bölümünü seçme nedenlerinin büyük ölçüde kişisel istek, mesleki ilgi, kariyer planlaması ve yabancı dil eğitimi beklentisi çerçevesinde şekillendiği söylenebilir. Buna karşılık, aile baskısı, çevresel yönlendirme veya maddi zorunluluklar gibi dışsal etkenlerin tercih sürecinde ikincil düzeyde kaldığı anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, turist rehberliği eğitimiye yönelik politikaların ve programların hazırlanmasında, öğrencilerin bireysel motivasyonlarını destekleyici içeriklerin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Özellikle yabancı dil eğitimi, kariyer planlaması ve kişisel gelişim alanlarında sunulacak fırsatlar artırılarak, öğrencilerin mesleki bağlılıkları ve tatmin düzeyleri yükseltilebilir. Ayrıca üniversitelerin tanıtım stratejileri hazırlanırken, aday öğrencilerin mesleğe duyduğu ilgi ve hedefleri göz önünde bulundurularak bireysel odaklı yönlendirme ve bilgilendirme faaliyetleri yürütülmesi faydalı olacaktır.

Kaynakça



- Akar, H. (2012). *Üniversiteye girişte tercih süreci ve öğrenci davranışları*. Eğitim Bilimleri Yayınları.
- Avcı, M. (2011). Turizm eğitimi alan öğrencilerin meslek seçimi ve beklentileri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 15-30.
- Akyıldız, A. (2017). *Turizm rehberliği eğitimi ve meslek seçimi*. Turizm Yayınları.
- Baltacı, G. & Üngören, E. (2010). Turizm eğitimi alan öğrencilerin bölüm tercih nedenleri. *Turizm ve Otelcilik Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 12-25.
- Barron, P., Maxwell, G., Broadbridge, A. & Ogden, S. (2010). Career perceptions and expectations of recent hospitality management graduates. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(3), 260–276.
- Büyükkuru, İ. & Çokal, Z. (2018). Turizm öğrencilerinin bölüm seçimi nedenleri üzerine bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7(1), 45-59.
- Chapman, D.W. (1981) A model of student college choice. *Journal of Higher Education*, 52, 490-505.
- Chen, J. S. & Kerstetter, D. L. (2000). International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination. *Journal of Travel Research*, 39(2), 256–266.
- Chuang, N. K., & Dellmann-Jenkins, M. (2010). Career decision making and intention: A study of hospitality undergraduate students. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(4), 512–530.
- Chuang, N. K., Goh, B. K., Stout, B. L. & Dellmann-Jenkins, M. (2007). Hospitality undergraduate students' career choices and factors influencing commitment to the profession. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 19(4), 28-37.
- Cüceloğlu, D. (2014). *İnsan ve davranışı: Psikolojinin temel kavramları*. Remzi Kitabevi.
- Çakıcı, C. & Eser, E. (2017). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe yönelik tutumlarının incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(3), 89-103.
- Çeşmeci, N., Çalışkan, N. & Özsoy, A. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 852-869.
- Çınar, B. & Yenipınar, U. (2019). Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinde genel öz yeterlilik algısı, mesleki kaygı ve mesleği yapma niyeti ilişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(3), 153-162.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800.
- Düzgün, M. & Çelik, M. (2020). Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin öz yeterlik inançlarının turizm işletmelerinde kariyer beklentisi üzerindeki etkisinde demografik değişkenlerin düzenleyici rolü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 475-507.
- Erdem, B. & Kayran, E. (2013). Turizm eğitimi alan öğrencilerin meslek seçiminde etkili faktörler. *Uluslararası Turizm ve Otelcilik Yönetimi Dergisi*, 5(1), 22-35.
- Erdinç, Ş. & Kahraman, A. (2012). Üniversite öğrencilerinin meslek tercihlerini etkileyen faktörler. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 30-50.



- Fidan, V. (2019). *Meslek seçiminde kariyer karar verme zorlukları: İzmir ilindeki denizcilik meslek liseleri ile diğer liselerdeki son sınıf öğrencileri üzerine bir araştırma*. (Tez No. 551051) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Gottfredson, L. S. (2002). Gottfredson's theory of circumscription, compromise, and self-creation. In *Career choice and development*. D. Brown (Ed.). (4.baskı) pp. 85-148. Jossey-Bass.
- Gökçen, M. & Kavas, A. (2018). Meslek seçiminde toplumsal cinsiyetin rolü: Bir ölçek geliştirme çalışması. *Kariyer Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 1(1), 48-67.
- Güçlütürk Baran, G. (2019). Turist rehberliği mesleğini seçme nedenleri. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(12), 26-34.
- Hertzman, J., Moreo, A. & Wiener, P. (2015). Career motivators and expectations of hospitality and tourism students in the United States. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(4), 175-184.
- Holland, J. L. (1997). *Making vocational choices: A theory of vocational personalities and work environments* (3.baskı). Psychological Assessment Resources.
- İbiş, S., Yücel, A. S. & Erol, S. (2016). Üniversite öğrencilerinin bölüm tercihinde etkili olan faktörler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 6(2), 115-124.
- Karaçal, C. & Demirtaş, O. (2002). Türkiye'de turist rehberliği eğitimi ve sorunları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 176-183.
- Kahraman, G., & Erdinç, E. (2012). Üniversite öğrencilerinin meslek seçiminde etkili olan faktörler. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 121-130.
- Köksal, K. (2016). Üniversite ve meslek tercihinin etkileyen unsurlara yönelik bir alan araştırması. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 26(2), 39-69.
- Köksalan, M. (1999). *Meslek seçimi ve kariyer planlaması*. Beta Yayınları.
- Koroğlu, Ö. (2014). Meslek seçimi ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Turizm rehberliği öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 137- 157.
- Kuşluvan, S., & Kuşluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism Management*, 21(3), 251-269.
- Kuzgun, Y. (1994). *Çağdaş insanın en önemli kararı meslek seçimi*. A.U Eğitim.
- Kuzgun, Y. (2014). *Meslek rehberliği ve danışmanlığına giriş*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lafçı, K. T. (2018). Gençlerin meslek seçiminde karşılaştıkları güçlükler üzerine bir mesleki beklentileri ve sosyo-ekonomik profilleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyoloji ve Ekonomi Dergisi*, 1, 97-120.
- Lee, C. K. & Back, K. J. (2005). The impact of career choice motivation on tourism students' career expectations. *Tourism Management*, 26(3), 401-411.
- Lent, R. W., Brown, S. D. & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122.
- Lu, A. C. C. & Adler, H. (2009). Career goals and expectations of hospitality and tourism students in China. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1-2), 63-80.



- Maxwell, G. A. (1993). Hospitality management student views of work and career development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(5), 13-15.
- Owen, F. K., Kepir, D. D., Özdemir, S., U. Ulaş, Ö. & Yılmaz, O. (2012). Üniversite öğrencilerinin bölüm seçme nedenleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 135-151.
- Pehlivan, M. (2008). Turizm eğitimi alan öğrencilerin meslek seçiminde etkili olan faktörler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(2), 223-233.
- Qui, H. & Thi, T. T. M. (2009). Factors influencing university choice: A study in Quang Ngai province, Vietnam. *Asian Journal of Educational Research*, 23(4), 114-128.
- Resmî Gazete. (2025). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <https://www.resmigazete.gov.tr> Erişim tarihi 10.05.2025.
- Richardson, S. (2009). Undergraduates' perceptions of tourism and hospitality as a career choice. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 382-388.
- Sarıkaya, T. & Khorshid, L. (2009). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen etmenlerin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Sarıışık, M. (2007). Turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleki beklentileri: Anadolu Üniversitesi örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 149-162.
- Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In *Career development and counseling: Putting theory and research to work*. S. D. Brown & R. W. Lent (Eds.). pp. 42-70. John Wiley & Sons.
- Sezgin, E. & Yolal, M. (2016). Turist rehberlerinin kariyer tercihleri: Motivasyon ve beklentiler. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 21(3), 93-104.
- Super, D. E. (1990). A life-span, life-space approach to career development. In *Career choice and development*. D. Brown, L. Brooks, & Associates (Eds.), (2.baskı) pp. 197-261. Jossey-Bass.
- Söğelmi, A., Domonte, R. & Vaden, A. (1987). Career decisions in tourism education. *Annals of Tourism Research*, 14(2), 322-334.
- Song, H. & Chon, K. (1998). Career development and career decision-making in hospitality and tourism education. *International Journal of Hospitality Management*, 17(3), 273-281.
- Şahin, S. & Acun, A. (2016). Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleğe yönelik tutumları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2), 563-580.
- Toksöz, D. & Çapar, K. (2018). Turizm bölümü öğrencilerinin meslek seçimi nedenleri. *Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 9(3), 33-46.
- Tuzcuoğlu, S. (1994). Meslek seçimi ve önemi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6, 265-280.
- Türkiye Cumhuriyeti. (2012). 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. Resmî Gazete (Sayı: 28232).
- Uyguç, N. (2003). Cinsiyet, bireysel değerler ve meslek seçimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18, 93-103.
- Yelken, T. (2008). *Meslek seçimi ve bireysel farkındalık*. Eğitim Kitabevi.



- Yıldız, R., Kuşluvan, S., & Şenyurt, Y. (1997). Turist rehberliği öğretiminde yeni bir model: Nevşehir turist rehberliği bölümü programı ve değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV*, 9-14.
- Yılmaz, A. & Kervankıran, İ. (2018). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin bölüm seçim nedenleri üzerine bir araştırma: Balıkesir Üniversitesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 25-40.
- Zengin, B., Yılmaz, H. & Kervankıran, İ. (2004). Turizm rehberliği eğitimi müfredatlarının uygulama yeterliliğinin profesyonel turist rehberleri bakış açısıyla irdelenmesi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 364-377.
- Zengin, F., & Uzut, T. (2017). Üniversite öğrencilerinin bölüm ve meslek tercihleri üzerine bir inceleme. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 56-70.

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 19.02.2025

Karar No: 2025/34

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50
2. yazar katkı oranı : % 50

Turizm Rehberliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutumlarının Kariyer Beklentilerine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği
The Effect of Attitudes Towards Foreign Language Learning on Career Expectations of Tourism Guidance Students: The Case of Afyon Kocatepe University

Dr. Osman PELİT

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye
Independent Researcher, Turkey
E-Mail: pelitosman7@gmail.com

Soner DURĞUT

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Social Sciences Institute, Turkey
E-Mail: sdurgut@aku.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Bu araştırma, turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Turizm rehberliği, etkili iletişim becerileri ve kültürlerarası etkileşim gerektiren bir alan olup, yabancı dil bilgisi rehberlerin mesleki yeterliliklerini artıran önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmanın bulguları, öğrencilerin yabancı dil öğrenme motivasyonlarını ve bu sürecin kariyer beklentilerindeki rolünü belirleyerek, eğitim kurumlarının müfredat tasarımlarına yön vermesi açısından önem taşımaktadır. Bununla birlikte sektör paydaşlarına nitelikli rehber yetiştirilmesi sürecinde dil eğitiminin stratejik önemine dair akademik ve uygulamalı bir çerçeve sunması noktasında oldukça önemlidir. Ayrıca konu ile ilgili literatürde turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisine yönelik araştırmalara ulaşılamamıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın alanyazına ve ilgili taraflara (kurum ve bölüm yöneticilerine, sektör profesyonellerine, öğrencilere, vd.) sağlayacağı katkı bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Yöntem: Turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentilerine olan etkisinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmanın örneklemini, Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan toplam 227 öğrenci oluşturmaktadır. Anket yöntemiyle elde edilen verilerin analiz sürecinde, betimsel istatistik teknikleri (frekans dağılımı, yüzde oranları, aritmetik ortalama ve standart sapma) kullanılmıştır. Ayrıca değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için korelasyon analizi uygulanmış olup bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

Bulgular: Araştırmada lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin genel olarak yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının ve kariyer beklentilerinin orta düzeyin üzerinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte söz konusu öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumları ile kariyer beklentileri arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ayrıca yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumların kariyer beklentisi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu saptanmıştır.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Turizm sektöründe dil becerileri, mesleki başarı ve istihdam fırsatlarını etkileyen önemli bir faktördür. Konu ile ilgili literatürde doğrudan turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisini ele alan araştırmalara ulaşılamamıştır. Bu doğrultuda araştırma, konu ile ilgili literatüre özgün bir katkı sunarak, eğitim politikalarının geliştirilmesine ve sektör gereksinimlerine yönelik kapsamlı değerlendirmeler yapılmasına olanak sağlamaktadır.



Sınırlılıklar: Yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisini ele alan bu araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Rehberliği öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur. Ayrıca araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmaların daha geniş örneklem ve farklı veri toplama yöntemleri ile gerçekleştirilmesi, konunun daha kapsamlı şekilde ele alınmasını sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Tutum, kariyer beklentileri, turizm rehberliği.

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: This study aims to examine the impact of tourism guidance students' attitudes towards foreign language learning on their career expectations. Tourism guiding is a field that requires effective communication skills and intercultural interaction, and knowledge of foreign languages is recognized as an important element that increases the professional competence of guides. The findings of this study are important in terms of determining students' motivation to learn a foreign language and the role of this process in their career expectations and guiding the curriculum designs of educational institutions. In addition, it is very important in terms of providing an academic and practical framework for sector stakeholders about the strategic importance of language education in the process of training qualified guides. In addition, there is no research on the effect of tourism guidance students' attitudes towards foreign language learning on their career expectations in the literature on the subject. Therefore, this study is considered to be important in terms of its contribution to the literature and the relevant parties (institution and department managers, sector professionals, students, etc.).

Methodology: The sample of this study, which was conducted to determine the effect of tourism guidance students' attitudes towards foreign language learning on their career expectations, consists of 227 students studying tourism guidance at the undergraduate level at Afyon Kocatepe University. Descriptive statistical techniques (frequency distribution, percentage ratios, arithmetic mean and standard deviation) were used to analyze the data obtained by questionnaire method. In addition, correlation analysis was applied to determine the relationships between variables and simple linear regression analysis was used to measure the effect of the independent variable on the dependent variable.

Findings: In the study, it was determined that the attitudes towards foreign language learning and career expectations of the students studying tourism guidance at the undergraduate level were generally above the medium level. However, a positive and highly significant relationship was determined between the attitudes towards learning a foreign language and career expectations of these students. In addition, it was determined that attitudes towards foreign language learning have a significant effect on career expectations.

Originality/Value: In the tourism sector, language skills are an important factor affecting professional success and employment opportunities. In the literature on the subject, there are no studies directly addressing the effect of tourism guidance students' attitudes towards foreign language learning on their career expectations. In this respect, this study makes a unique contribution to the literature on the subject and enables the development of educational policies and comprehensive evaluations for the needs of the sector.

Limitations: This study, which deals with the effect of attitudes towards foreign language learning on career expectations, was limited to Afyon Kocatepe University Tourism Guidance students. In addition, questionnaire technique was used as a data collection method. Future studies with larger samples and different data collection methods may provide a more comprehensive approach to the subject.

Keywords: Attitude, career expectations, tourism guidance.

Paper Type: Research article

Giriş

Turizm sektörü, küresel ölçekte ekonomik ve kültürel etkileşimi teşvik eden dinamik bir alan olup, bu sektörde çalışan bireylerin yabancı dil becerileri büyük önem taşımaktadır. Özellikle turist

rehberleri, farklı kültürlerden gelen ziyaretçilere bilgi aktarma, yönlendirme ve deneyim sunma görevini üstlenirken, etkili iletişim kurabilmek için yabancı dil bilgisine ihtiyaç duymaktadır. Bu doğrultuda turist rehberleri, sahip oldukları bilgi ve deneyimleri turistlerle etkili bir şekilde paylaşabilmek adına iletişim kurdukları dili kapsamlı bir biçimde öğrenmek ve kullanmak durumundadırlar (Şahin, 2018). Yabancı dil bilgisi, turist rehberliği mesleğinin temel gerekliliklerinden biri olup, sektörün dinamik yapısı içerisinde vazgeçilmez bir unsur olarak kabul edilmektedir (Bayram, 2016). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrenciler açısından yabancı dil öğrenme süreci, mesleki gelişimleri açısından oldukça önemlidir. Özellikle kültürlerarası iletişim bağlamında, bir veya daha fazla yabancı dili akıcı ve etkili bir biçimde konuşmak, rehberlerin mesleki başarılarını doğrudan etkileyen faktörlerden biri olarak görülmektedir. Bu bağlamda yabancı dil becerisi yalnızca turist rehberleri için bir avantaj sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda turistlerin memnuniyet düzeylerini yükselterek (Eser & Haşımoğlu, 2020) turizm sektörünün kalite standartlarını geliştirmektedir. Konu ile ilgili literatürde öğrencilerin yabancı dile yönelik tutumlarını konu alan araştırmalar incelendiğinde, yeni bir dil öğrenme konusunda olumlu bir görüşe sahip olduğu (Graham, 2004; İnal, Evin & Saracaloğlu, 2005) ve bu yaklaşımın da başarı/yeterlilik sağlanması noktasında etkili olduğu ortaya konulmuştur (Gürel, 1986; Karas, 1997; Saracaloğlu, 2000). Yabancı dil öğrenmeye yönelik olumlu tutumlar, öğrencilerin mesleki gelişimlerini destekleyerek, uluslararası düzeyde daha geniş iş imkanlarına erişmelerini sağlayabilmektedir. Bu noktada turist rehberliği öğrencileri, kariyer beklentilerini şekillendirirken yabancı dil becerilerinin kendilerine sağlayacağı avantajları göz önünde bulundurmalarıdır. Dolayısıyla turizm rehberliği öğrencileri gelecekteki kariyerlerinde başarılı olabilmek için yabancı dil öğrenmeye yönelik olumlu tutumlar geliştirerek bu süreci etkin bir şekilde yönetmelidirler. Bu doğrultuda turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisini incelemek önemli bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim bu araştırmada turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisi ele alınmıştır.

Kariyer beklentisi, bireyin kariyerine ilişkin tercihlerini ve hedeflerini ortaya koyduğu süreçtir (Rojewski, 2005). Kariyer beklentileri, bireylerin mesleki hedeflerini belirlemeleri ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli adımları atmaları açısından önem taşımaktadır. Bu noktada, turizm rehberliği öğrencilerinin kariyer beklentileri, sektördeki gelişmeler ve mesleki gereklilikler doğrultusunda şekillenmektedir. Turizm sektörü, kültürel etkileşimin yüksek olduğu ve küresel ölçekte sürekli değişim gösteren bir alan olup, turist rehberlerinin bu değişimlere uyum sağlayabilmesi için belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir. Özellikle yabancı dil becerisi, turist rehberlerinin uluslararası turizm hareketliliği içerisinde etkin rol almalarını ve rekabet avantajı elde etmelerini sağlayan önemli faktörlerden biridir. Turizm rehberliği öğrencileri açısından kariyer beklentileri, mesleki kimlik oluşturma sürecinde önemli bir yer tutmaktadır. Yabancı dil öğrenmeye yönelik olumlu tutumlar, öğrencilerin kendilerini geliştirmeleri, mesleki yeterliliklerini artırmaları ve uluslararası düzeyde iş fırsatlarına erişebilmeleri açısından oldukça önemlidir. Küreselleşen iş dünyasında rekabet avantajı sağlayan yabancı dil yeterliliği, mesleki becerilerin tamamlayıcı unsurudur. Bu bağlamda, bireyin iş yaşamında arzuladığı hedeflere ulaşabilmesi, alan bilgisi ile yabancı dil becerilerinin bütünleşik bir şekilde kullanılmasıyla mümkün olmaktadır (Kınsız, 2005). Özellikle turizm sektöründe artan uluslararası etkileşimler göz önüne alındığında, yabancı dil eğitiminin mesleki gelişim ve istihdam olanakları üzerindeki rolü daha fazla incelenmelidir. Bu bağlamda turist rehberliği eğitimi sürecinde yabancı dil öğreniminin teşvik edilmesi ve yabancı dile yönelik tutumların incelenmesi, bireylerin mesleki gelişim süreçlerine ve kariyer beklentilerine katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla bu araştırmada turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer stresi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda, öğrencilerin dil öğrenme sürecine yönelik yaklaşımlarının mesleki beklentileriyle nasıl ilişkilendirildiği araştırılarak,

sektörün ihtiyaçları doğrultusunda eğitim programlarının geliştirilmesine katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu bakımdan araştırmanın hem eğitim politikalarının şekillendirilmesi hem de turizm rehberliği öğrencilerinin profesyonel gelişim süreçlerinin daha iyi anlaşılması açısından oldukça önemli olduğu değerlendirilmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Teknolojik gelişimin hızlanması, insanların isteklerinin ve eğilimlerinin değişmeye başlaması, yazılı ve görsel basının insan ve toplum üzerindeki artan etkisi, internet çağının bilgiye ulaşımı kolaylaştırması nedeniyle ticaret, iktisat, siyaset, bilim, çalışma, turizm, eğitim, kültür, haberleşme alanlarında farklı coğrafyalarda ve kültürlerdeki insanların bireysel, kurumsal ve uluslararası düzeyde iletişim kurması olağan bir hale gelmektedir (Ungan, 2006; Yücel, 2019). Küresel ölçekte iletişimin yaygınlaşması ve stratejik bir öneme sahip hâle gelmesi, yabancı dil eğitiminin bireyler ve toplumlar için kaçınılmaz bir gereklilik hâline gelmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte yabancı dil eğitimi kişilerin iletişim becerilerinin geliştirilmesinde, istenen hedeflere ulaşmasında ve entelektüel gelişimin tamamlayıcısı olarak kişilere katkı sağlamaktadır (Kınsız, 2005). Yabancı dil eğitimi, bireylerin farklı kültürel yapıları ve yaşam biçimlerini anlamalarına katkı sağlayarak, kültürler arası etkileşimin ve iletişimin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır (Günday ve Aycan, 2018). Yabancı dil bireylerin özgüvenini de artırdığı bilinmektedir. Bu nedenle bireylerin gerek kendilerini gerçekleştirme gerekse uluslararası anlamda yer edinebilme noktasında yabancı dil bilmesi önem taşımaktadır (Çiftçınar, 2014). Bunların yanı sıra, yabancı dil kişilere iş bulma, seyahat etme ve yurt dışında eğitim görme kapılarını açmaktadır. Yabancı dil öğreniminin uluslararası boyutu değerlendirildiğinde, Avrupa Birliği'nin yabancı dil öğretimi ve öğrenimini destekleyen çeşitli girişimlerde bulunduğu görülmektedir. Avrupa Birliği ülkelerinde, bireylerin eğitim, öğrenme ve kişisel gelişim fırsatlarından yararlanabilmesi amacıyla çeşitli AB programları uygulanmaktadır. Bu programlar, öğrencilere ve gençlere eğitim, staj ve gönüllü çalışma imkanları sunarak hem kişisel hem de mesleki gelişimlerine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu doğrultuda, katılımcılar farklı kültürleri deneyimleme, yabancı diller öğrenme ve çeşitli disiplinlerde becerilerini geliştirme fırsatına sahip olmaktadır (AB, 2023). Avrupa Birliği'nin destekleyici politikaları doğrultusunda, bireylerin turizme katılım hakkı temel bir prensip olarak kabul edilmekte olup, AB'nin "herkes için turizm" temalı politikası bu anlayışı güçlendirmektedir. Bu kapsamda, kişisel iletişimin yoğun ve yabancı turistlerle birebir iletişimin kaçınılmaz olduğu turizm sektöründe yabancı dil eğitiminin gerekliliği daha iyi anlaşılmaktadır (Akgöz & Gürsoy, 2014). Konu ile ilgili yapılan araştırmalarda yabancı dil öğreniminin turizm sektörü açısından oldukça önemli olduğu vurgulanan hususlardan olmuştur (Tetik, 2016; Yücel & Arıkan, 2019; Demirdağ, 2022). Özellikle turizm sektörün önde gelen aktörlerden biri olan turist rehberlerinin eğitiminde yabancı dil eğitimi üzerinde önemle durulması gereken hususlardan biridir (Çelikkanat Pashı & Pashı, 2022). Turist rehberliği eğitimi, Türkiye'de örgün ve yaygın eğitim olmak üzere iki şekilde uygulanmaktadır. Örgün eğitim, üniversiteler tarafından verilen lisansüstü, lisans ve ön lisans eğitimlerini kapsamaktadır. Lisans düzeyinde 38 üniversitede Turizm Rehberliği programı bulunmaktadır. Ön lisans düzeyinde 28 üniversitede olmak üzere lisansüstü, lisans ve ön lisans olmak üzere toplam 66 Turist Rehberliği Programı yer almaktadır (YÖK Atlas, 2023). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012) turist rehberini, T.C. vatandaşı olan, 18 yaşını doldurmuş, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin ön lisans, lisans veya yüksek lisans bölümlerinden mezun olmuş, en az bir yabancı dil bilen, ikamet edilen şehirden sorumlu olan meslek odasına kayıtlı, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu Anadolu turu gezisini yapmış, çalışma kartı ve ruhsatnameye sahip olan kişi olarak tanımlamıştır. 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun 3. Maddesinin ç bendinde belirtilen "Birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin ortak önerileri ve Bakanlığın onayı ile belirlenen yabancı dillerden birinde, Bakanlığın gözetim ve

denetimi altında yapacağı veya konusunda uzmanlaşmış kamu kurum veya kuruluşlarına yaptıracığı yabancı dil sınavında başarılı olmak veya yönetmelikle belirlenen yabancı dil yeterlik belgelerinden birine sahip olmak.” ifadeleri (T.C. Resmi Gazete, 2012), turist rehberi olabilmenin T.C vatandaşı olmaktan sonra en önemli koşulunun dil bilmek olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla rehberlik mesleğini yapacak kişiler için bir yabancı dilin yanında birkaç yabancı dil bilmeleri onları mesleklerinde ayrıcalıklı yapacaktır. Bu doğrultuda yabancı dil bilgisi, hem mesleğe kabul edilme kriterlerinden birinin yerine getirilmesi açısından hem de mesleğin gerekliliklerine uygun biçimde icra edilmesi bağlamında büyük bir öneme sahip olmaktadır (Çelikkanat Paslı & Paslı, 2022). Nitekim turizm sektörü, yabancı ülkelerden gelen turistlerle yoğun etkileşim gerektiren meslek gruplarının başında gelmektedir. Bu bağlamda rehberlik mesleğini icra edecek bireylerin, turistlerle etkili iletişim kurabilmeleri açısından yabancı dil bilgisine sahip olmaları temel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir (Hussein vd, 2008).

Yabancı dil eğitimi ve öğrenimi, günümüz dünyasında büyük bir önem taşımakla birlikte bu süreçte motivasyon ve yaş gibi faktörlerin yanı sıra, yabancı dile ve yabancı dil öğrenimine karşı olan tutum da önemli bir etkidir (Koç & Yastıbaş, 2022). Tutum, bireylerin bir konu veya duruma yönelik bakış açılarını ve hislerini ifade etmektedir (Robbins, 1994). Tutum, bir bireyin bir nesne, kişi, olay veya duruma karşı duyduğu olumlu veya olumsuz duygusal, bilişsel ve davranışsal tepkileri yansıtan genel bir değerlendirme biçimidir (Ajzen, 1991; Malle, 1999). Bireyin değerlendirme süreci, kendisine aktarılan bilgiler, edinilen deneyimler ve içinde bulunduğu kültürel ve sosyal çevre gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bu etkileşimler neticesinde bireyde olumlu veya olumsuz tutumlar gelişmekte ve söz konusu tutumlar, davranışlarını doğrudan şekillendirmektedir. Özellikle yabancı dil öğrenimi bağlamında, bireyin sergilediği olumlu veya olumsuz tutum, öğrenme sürecindeki motivasyonunu ve akademik başarısını önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda, yabancı dile yönelik olumlu bir tutumun benimsenmesi, dil öğrenme sürecini kolaylaştırmakta ve bireyin başarılı bir öğrenme deneyimi yaşamasına katkı sağlamaktadır (Hidalgo, 1984; Gürel, 1986; Chambers 1999; Masgoret & Gardner 2003; Akram & Yasmeen, 2011). Bu nedenle yabancı dil öğrenmeye karar veren bir kişinin öncelikle olumlu bir tutum geliştirmesinin önemine dikkat çekilmektedir. Bu kapsamda tura katılan turistlerle iletişimde olan ve onlara bilgi aktarımında bulunan turist rehberleri için yabancı dil bilgisi çok önemli bir gereklilik olmaktadır. Dil bilmeyen bir rehber turistlere bilgi aktarımı yapamayacağı için mesleğini gerçekleştiremeyecektir. Dolayısıyla tüm turizm bölümleri, özellikle turizm rehberliği öğrencileri açısından yabancı dil öğretiminin ve yabancı dile yönelik tutumların kariyerleri bağlamında önemi çok fazladır (Huang, 2011).

Kariyer kelimesi etimolojik olarak Latince kökenli “carraria” sözcüğünden türemiş olup, bu kelime “yol” veya “büyük yol” anlamına gelmektedir. Orta Çağ boyunca Fransızcaya uyarlanarak “carrière” formunu almış ve zaman içinde bireyin mesleki gelişimini, iş yaşamındaki ilerleyişini ve meslekî yönelimlerini ifade eden bir terim haline dönüşmüştür (Bingöl, 2013; Kanışlı, 2024). Kariyer kavramı genel olarak “bireyin hayatında çalışarak veya belirli bir şeyi yaparak geçirdiği süre şeklinde ifade edilmekle birlikte mesleki bağlamda belirli bir çalışma alanında sahip olunan ve genellikle zaman geçtikçe daha fazla sorumluluk içermeye başlayan işler dizisi” şeklinde tanımlanmaktadır (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2023). Başka bir ifadeyle kariyer, bireyin iş yaşamında üstlendiği rol doğrultusunda sahip olduğu bilgi, beceri ve yetenekleri geliştirmesiyle şekillenen, mesleki hedeflerine ulaşmasını sağlayan ve işyerinde ilerlemesine olanak tanıyan bir süreçtir (Mohan Bursalı & Bayrak Kök, 2018). Kişiler, içinde bulundukları toplumda varlığını devam ettirme ve toplum içinde rol ve/veya statü kazanma adına bir işte çalışmaya başladıklarında kariyerlerine de bir başlangıç yapmaktadırlar (Pelit & Zorlu, 2022). Bu kapsamda kariyer kavramı, tercih edilen bir mesleğe sahip olma, meslekte yükselme, belirli bir statü elde etme ve ilerleme şeklinde ele alınmaktadır (Sabuncuoğlu, 2005). Kariyer üniversite öğrencilerinin gelecekle ilgili önemli bir unsur

olup, onların planladıkları mesleğe giriş süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Üniversite eğitimi süresince özellikle son dönemlerinde öğrencilerin geleceğe yönelik bir yol haritası belirlemeleri, bu doğrultuda stratejik adımlar atmaları ve kariyer hedeflerine ulaşmaları açısından büyük önem taşımaktadır (Ulaş & Özdemir, 2018). Net bir kariyer planı oluşturulmadığında, bireylerde tatminsizlik hissi ve kaynakların verimsiz kullanımı gibi olumsuz sonuçlar doğabilir. Bununla birlikte karmaşık bir süreç olan kariyer seçiminin, bireyler açısından uzun vadeli etkileri hemen gözlemlenemeyebilir (Nyamwange, 2016). Sonuç olarak insanların yaşamlarını sürdürebilmeleri, refaha erişebilmeleri hem kendileri hem de aileleri için sahip olunan ve sunulabilen imkânları artırabilmeleri ve topluma karşı sorumluluklarını yerine getirebilmeleri açısından sağlam bir kariyere sahip olmaları gereklidir. Dolayısıyla, başarılı bir kariyer oluşturma sürecinin temelinde nitelikli bir eğitim süreci yatmaktadır.

Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarında rehberlik eğitiminin temel amacı bilimin ışığında turistlerin isteklerini karşılayacak kalifiye turist rehberleri yetiştirmektir. Buradan hareketle turizm rehberliği bölümünde okuyan öğrencilerin temel kariyer beklentisi, turizm sektörü içerisinde kendisi için ulaşılabilir olduğunu düşündüğü turist rehberliği mesleğinde ilerlemektir. Eğitim alan kişilerin kariyer beklentilerine etki eden bir başka temel husus mezuniyet sonrası sağlanan istihdam imkanlarıdır. Bu kapsamda lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren kurumlardan mezun olduğunda sağlanan istihdam olanakları arasında, mezuniyet sonrası gerekli şartları sağlayarak turist rehberliği yapabilmek, turizm işletmelerinin herhangi birinde orta veya üst düzey yönetici pozisyonunda çalışabilmek, kamuda memur olarak çalışabilmek, üniversitelerde akademisyen olarak çalışabilmek ve formasyon alarak öğretmen olarak istihdam edilme olanakları bulunmaktadır (AKÜ Turizm Fakültesi, 2024). Bu açıklamalardan da anlaşılabileceği üzere yükseköğretim kurumlarının, kişilerin kariyer beklentilerinin şekillenmesinde aile ve yakın sosyal çevreden sonra en önemli faktörlerden birisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla birey için iş hayatına geçiş öncesi son aşama ve gelecekteki meslek ile ilgili bilgi, beceri ve yeteneklerin geliştirildiği temel basamak yükseköğretim kurumlarıdır. Kişi bu kurumlardan mezun olduktan sonra muhakkak bir iş alanı seçmekte ve kariyerini bu doğrultuda şekillenmeye başlamaktadır. Bu süreçte, bireyin kariyerine yön verecek en önemli faktörlerden biri yabancı dil becerisidir. Özellikle turist rehberliği alanında yabancı dil bilgisi, mesleğin temel gerekliliklerinden biri olup, bireyin sektördeki istihdam olanaklarını etkileyebilmektedir. Bu nedenle, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum, bireyin kariyer planlamasını ve mesleki hedeflerine ulaşma sürecini belirleyen önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

2. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Hipotezleri

Bu araştırmanın amacı, lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentilerine etkisinin belirlenmesidir. Bu doğrultuda turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenime yönelik tutumları ve kariyer beklenti düzeyleri ve söz konusu iki değişken arasındaki ilişki/etki ortaya konulmuştur. Bu kapsamda araştırma bulguları, akademik literatüre katkı sağlaması ve turizm eğitimi politikalarına yönelik uygulamalı çıkarımlar sunması açısından oldukça önemlidir.

Yabancı dil öğrenmek, bireyin iletişimsel becerilerinin geliştirilmesine, hedeflerine ulaşmasına ve entelektüel gelişimine katkı sağlaması (Els, 1983) açısından önem taşımaktadır. Özellikle turizm sektöründe yabancı dil eğitimi ve yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlar önemli konulardandır. Bu bağlamda konu ile ilgili yapılan birçok çalışmada turizm sektörü için turizm eğitiminde yabancı dil eğitiminin ve yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının önemi vurgulanan hususlardan olmuştur (Leslie & Russell, 2006; İşigüzel, 2013; Gökçe & Batman, 2015; Altürk vd., 2016; Turgut, 2019; Yücel & Arıkan, 2019). 2024 yılı Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin milliyetlerine göre dağılımı incelendiğinde, en yüksek ziyaretçi sayılarına sahip ilk üç ülkenin

sırasıyla Rusya, Almanya ve İngiltere olduğu görülmektedir (TÜRSAB, 2025). Dolayısıyla bu ülke vatandaşlarıyla etkili bir iletişim kurmanın yolu yabancı dil eğitimi alan iş görenlerin gerekliliği ortaya koymaktadır. Öte taraftan turizm sektörünün önde gelen aktörlerden biri olan turist rehberlerinin eğitiminde yabancı dil eğitimi üzerinde önemle durulması gereken hususlardan biridir (Eser & Haşımoğlu, 2020; Çelikkanat Paslı & Paslı, 2022; Ilgaz Yıldırım & Güzel, 2019). Bu doğrultuda turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerini artırmak ve uluslararası düzeyde rekabet edebilirliklerini güçlendirmek adına yabancı dil eğitiminin kapsamlı ve etkin bir şekilde sunulması büyük önem taşımaktadır. Yabancı dil bilgisi, rehberlerin turistlerle etkili iletişim kurmalarını, kültürel etkileşimi güçlendirmelerini ve destinasyon hakkında doğru ve kapsamlı bilgi aktarımında bulunmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda turizm rehberliği eğitim programlarında yabancı dil öğretimi, teorik ve uygulamalı derslerle desteklenmeli, öğrencilerin dil becerilerini geliştirmeleri için çeşitli pedagojik yöntemler ve saha çalışmaları uygulanmalıdır. Özellikle turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumları, kariyer beklentilerini şekillendirebilmektedir. Yabancı dil öğrenmeye istekli ve olumlu yaklaşan bireyler, küresel turizm sektöründe daha geniş iş imkanlarına sahip olurken, yabancı dil konusunda isteksiz olanlar uluslararası fırsatları değerlendirme konusunda dezavantajlı hale gelebilmektedirler. Kariyer beklentileri açısından yabancı dil bilgisi, yalnızca iletişim aracı değil, aynı zamanda meslekte yükselme, gelir seviyesini artırma ve daha prestijli turizm organizasyonlarında yer alma fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle, turist rehberi adaylarının yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarını geliştirmeleri, gelecekteki kariyer hedeflerini gerçekleştirmeleri için son derece önemli bir gerekliliktir. Bu çerçevede araştırmada lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda genellikle turist rehberleri açısından yabancı dil eğitimi ve yabancı dilin önemi vurgulansa da (Değirmencioğlu 2001; Aslan & Büyükkuru, 2015; Ilgaz Yıldırım & Güzel 2019; Eser & Haşımoğlu, 2020) turist rehberliği öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentisi üzerindeki etkisini ortaya koyan çalışmalara ulaşılamamıştır. Dolayısıyla bu durum bu konunun daha sistematik ve kapsamlı bir şekilde incelenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda bu çalışmadan elde edilen bulgular, turizm eğitimi veren kurumların müfredatlarını daha etkili hale getirmelerine yardımcı olmakla birlikte öğrencilerin kariyer beklentilerine yönelik planlamalarını bilinçli bir şekilde yapmalarına destek sağlayacaktır. Nitekim bu araştırma turist rehberliğinde yabancı dil eğitiminin önemi, öğrencilerin kariyer beklentileri doğrultusunda profesyonel gelişimi ve turizm sektörünün ihtiyaçlarına yönelik kapsamlı bir akademik çerçeve sağlayarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın konu ve amacına uygun olarak geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmuştur.

H₁: Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1a}: Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik duygularının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b}: Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerinin kariyer beklentilerinde üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c}: Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dili sosyal medya için kullanmalarının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1d}: Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye verdikleri önemin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1e}: Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil derslerine yönelik düşüncelerinin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3. Yöntem

Yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumların kariyer beklentisi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde turizm rehberliği eğitimi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada zaman ve maliyet kısıtlamaları nedeniyle evrenin tamamı yerine örneklem seçimine gidilmiş olup, ilgili fakültenin turizm rehberliği bölümlerindeki her bir sınıf tabaka olarak kabul edilerek tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmış ve her tabakadan belirli sayıda öğrenci seçilmiştir. Araştırma örnekleminin belirlenmesinde, nicel araştırmalar için önerilen; örneklem hacmi hesaplama formülünden yararlanılmış olup, standart sapma(s) 1, anlamlılık düzeyi 0.05, $Z_{\alpha}=1.96$ ve örneklem hatasını temsil eden etki büyüklüğü (d) 0.1 alınarak hesaplanan örneklem büyüklüğü sınırlı evrenler ($N < 10000$) için 224 olarak belirlenmiştir (Özdamar, 2001; Ural & Kılıç, 2018). Araştırmanın evrenini oluşturan bölümlere ilişkin bilgiler fakülte öğrenci işlerinden alınmıştır. Buna göre araştırmanın yapıldığı dönemde (Ocak-Nisan, 2024), Turizm Rehberliği bölümünde toplam 538 öğrenci eğitim görmektedir. Bu kapsamda araştırmacılar tarafından ilgili bölümlerdeki sınıfların öğrenci sayısına göre seçilen toplam 304 öğrenciye anket uygulanmış ve 250 anket geri dönüşü gerçekleşmiştir. Geri dönen anketler içerisinde eksik kodlama vb. nedenlerden dolayı elemeler neticesinde toplamda 227 anket değerlendirmeye alınmış olup, bu değer araştırmanın öngördüğü minimum örneklem sayısının (224) üzerinde bir sayıya ulaşıldığını göstermektedir.

Araştırmada verilerin toplanmasında anket tekniğinden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerine uygulanan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde rehberlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik (cinsiyet, öğrenim türü, sınıf, yaş, ikametgâh, barınma durumu) sorulara yer verilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde, Koç & Yastıbaş (2021) tarafından geliştirilen ve 34 maddeden oluşan “Yabancı Diller Yüksek Okullarında Eğitim Gören Öğrenciler İçin Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum Ölçeği”nden yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek yabancı dil öğrenmeye yönelik duygular, yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşünceler, yabancı dili sosyal medya için kullanma, yabancı dil öğrenmeye verilen önem ve yabancı dil derslerine yönelik düşünceler olmak üzere beş alt boyuttan oluşmaktadır. Üçüncü bölümde, katılımcıların kariyer beklentilerini değerlendirmeye yönelik altı madde yer almaktadır. Bu maddelerin ilk üçü, Aymankuy & Aymankuy (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan, son üçü ise Çavuş & Kaya (2015) tarafından yapılan araştırmadan alınarak kullanılmıştır. Ölçeklerin derecelendirmesi 5’li Likert derecelemesi olarak kullanılmış olup ölçekteki ifadeler; 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Az Katılıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Çok Katılıyorum, 5: Tamamıyla Katılıyorum” şeklinde sıralanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin uygulanmasından önce Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulundan gerekli izinler alınmıştır (Karar No: 2023/288).

Araştırma katılımcılarının bireysel ve demografik özelliklerine ilişkin veriler, frekans ve yüzde dağılımları hesaplanarak verilmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumları ve kariyer beklentileri düzeyleri, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile betimlenmiştir. Araştırmanın bağımsız değişken olan yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ile bağımlı değişken olan kariyer beklentisi arasındaki ilişki korelasyon analizi ile belirlenirken, söz konusu bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi regresyon analizi ile tespit edilmiştir.

4. Bulgular

Araştırmada katılımcıların %59,0’nın kadın, %41,0’inin erkeklerden oluşmakta olup, %51,1’inin normal öğretimde, %48,9’unun ise ikinci öğretimde eğitim almaktadır. Sınıf düzeyine göre dağılım değerlendirildiğinde, katılımcıların %33,0’ü birinci sınıfta, %22,9’u ikinci sınıfta,

%20,7'si üçüncü sınıfta ve %23,3'ü dördüncü sınıfta öğrenim görmektedir. Yaş grupları açısından bakıldığında, katılımcıların %45,4'ünün 17-20 yaş aralığında, %46,3'ünün 21-23 yaş aralığında, %6,2'sinin 24-26 yaş aralığında ve %2,2'sinin 27 yaş ve üzeri olduğu belirlenmiştir. Barınma koşulları açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların %38,3'ünün Kredi ve Yurtlar Kurumu (KYK) yurtlarında kaldığı, %38,3'ünün özel evlerde yaşadığı, %6,2'sinin aile yanında ikamet ettiği ve %17,2'sinin özel yurtlarda barındığı belirlenmiştir.

Araştırmada yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ölçeğinde yer alan her bir maddenin frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine Tablo 1'de yer verilmiştir. Bununla birlikte söz konusu tabloda yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ölçeğinin boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri sunulmuştur. Yabancı dil öğrenme tutum ölçeğindeki maddeler incelendiğinde, “En az bir yabancı dilde kendimi ifade etmek isterim.” maddesinin en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=4,40$) sahip olduğu, “Yabancı dil öğrenmenin bana bir şey katacağını düşünmüyorum.” maddesinin ise en düşük ortalamaya ($\bar{X}=1,72$) sahip olduğu belirlenmiştir. Yabancı dil öğrenme tutumu üzerine yapılan değerlendirmede, bireylerin yabancı dilde kendilerini ifade etme isteği oldukça yüksek bir ortalama ile öne çıkmaktadır. Bu durum, dil öğrenmenin bireyler için kişisel ve profesyonel gelişim açısından önemli görüldüğü ve iletişim kurma arzusunun güçlü olduğu şeklinde yorumlanabilir. Öte yandan, yabancı dil öğrenmenin kendilerine katkı sağlamayacağını düşünenlerin oranının düşük olması, öğrencilerin büyük ölçüde dil öğrenme sürecini faydalı bulduklarını ve bu süreçten beklentilerinin olduğunu işaret etmektedir. Bununla birlikte yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ölçeği boyutlar bazında incelendiğinde, en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=4,37$) sahip olan boyutun yabancı dil öğrenmeye verilen önem boyutu olduğu görüldükten, en düşük ortalamaya ($\bar{X}=1,81$) sahip olan boyutun yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşünceler boyutu olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşünceler boyutundaki maddeler, olumsuz ifadeler içerdiğinden dolayı beklenen şekilde daha düşük ortalama değerlerine sahip olmuştur. Bu durum, ilgili boyutun düşük ortalaması nedeniyle genel ortalamanın görece daha düşük seviyede gerçekleşmesine yol açmıştır. Bu doğrultuda yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumun genel aritmetik ortalama değerinin ortalamanın üzerinde bir değerde ($\bar{X}=3,42$) gerçekleştiği ortaya konulmuştur. Söz konusu sonuçlar, öğrencilerin dil öğrenme sürecine olumlu yaklaştıklarını ve öğrencilerin dil öğrenmenin mesleki ve kişisel gelişim açısından önemine dair farkındalık taşıdıklarını düşündürmektedir.

Tablo 1

Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler

Boyutlar	Yabancı Dil Tutum Ölçeğine İlişkin Maddeler	1	2	3	4	5	$\bar{X}$	SS
Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Duygular $\bar{X} \pm SS = 3,74 \pm 0,76$	Benim için yabancı dil öğrenmek eğlencelidir.	f 8	11	22	43	143	4,33	1,07
		% 3,5	4,8	9,7	18,9	63		
	Yabancı dil öğrenmek benim için çok kolaydır.	f 13	29	81	45	59	3,48	1,17
		% 5,7	12,8	35,7	19,8	26		
	Yabancı dil sınavları beni kaygılandırmaz.	f 30	32	60	44	61	3,33	1,36
		% 13,2	14,1	26,4	19,4	26,9		
	Yabancı dildeki kelimeler ilgimi çeker.	f 9	13	22	69	114	4,17	1,08
		% 4	5,7	9,7	30,4	50,2		
	Yabancı dil öğrenmek benim için çok karmaşıktır.	f 38	67	50	28	44	2,88	1,36
		% 16,7	29,5	22,0	12,3	19,4		
	Yabancı dil öğrenmeye çalışmak bana zevkli gelir.	f 8	11	41	53	114	4,12	1,09
		% 3,5	4,8	18,1	23,3	50,2		
	Yabancı dil öğrenmek hoşuma gider.	f 7	12	25	46	137	4,30	1,06
		% 3,1	5,3	11,0	20,3	60,4		
	Yabancı dilde yazılmış kaynakları okumaktan hoşlanırım.	f 10	24	32	54	107	3,99	1,20
		% 4,4	10,6	14,1	23,8	47,1		



Tablo 1

Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler (Devamı)

Boyutlar	Yabancı Dil Tutum Ölçeğine İlişkin Maddeler		1	2	3	4	5	$\bar{X}$	SS
Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Olumsuz Düşünceler $\bar{X} \pm SS = 1,81 \pm 1,34$	Yabancı dil öğrenmek çok zahmetlidir.	f	54	30	60	54	29	2,89	1,35
		%	23,8	13,2	26,4	23,8	12,8		
	Yabancı dil öğrenimi üzerine her aktivite ilgimi çeker.	f	10	21	48	43	105	3,93	1,20
		%	4,4	9,3	21,1	18,9	46,3		
	Ana dilim varken yabancı dil öğrenmeyi gereksiz buluyorum.	f	154	14	13	13	33	1,93	1,51
		%	67,8	6,2	5,7	5,7	14,5		
	Yabancı dil öğrenmektense boş zaman geçirmeyi tercih ederim.	f	156	17	13	16	25	1,84	1,41
		%	68,7	7,5	5,7	7,0	11,0		
	Yabancı dil öğrenmek için harcanan emek boşunadır.	f	160	17	10	13	27	1,81	1,42
		%	70,5	7,5	4,4	5,7	11,9		
Yabancı Dili Sosyal Medya İçin Kullanma $\bar{X} \pm SS = 3,86 \pm 1,16$	Yabancı dil öğrenmenin bana bir şey katacağını düşünmüyorum.	f	167	17	8	9	26	1,72	1,38
		%	73,6	7,5	3,5	4,0	11,5		
	Herhangi bir yabancı dil öğrenmekle ilgilenmem.	f	161	19	10	8	29	1,79	1,42
		%	70,9	8,4	4,4	3,5	12,8		
	Yabancı dil derslerinden nefret ederim.	f	162	15	11	12	27	1,80	1,42
		%	71,4	6,6	4,8	5,3	11,9		
	Çevremde yabancı dil konuşulmasından rahatsız olurum.	f	162	17	13	9	26	1,77	1,38
		%	71,4	7,5	5,7	4,0	11,5		
	Zorunlu olmadıkça yabancı dil öğrenmek aklımın ucundan bile geçmez.	f	158	18	13	10	28	1,82	1,42
		%	69,6	7,9	5,7	4,4	12,3		
Yabancı Dil Öğrenmeye Verilen Önem $\bar{X} \pm SS = 4,37 \pm 1,04$	İnternette yabancı dil kullanarak arkadaş ağımyı genişletmeyi severim.	f	22	31	30	44	100	3,74	1,39
		%	9,7	13,7	13,2	19,4	44,1		
	Sosyal medya hesaplarında yabancı dilde iletişim kurmak bana güven verir.	f	17	27	39	49	95	3,78	1,30
		%	7,5	11,9	17,2	21,6	41,9		
	İnternette yabancı dilde sohbet etmekten keyif alırım.	f	16	28	34	47	102	3,84	1,31
		%	7,0	12,3	15,0	20,7	44,9		
	Sosyal medya hesaplarında yabancı dildeki paylaşımlar ilgimi çeker.	f	18	14	28	46	121	4,05	1,27
		%	7,9	6,2	12,3	20,3	53,3		
	Yabancı dildeki sosyal medya hesaplarını takip etmek kendimi ayrıcalıklı hissetmemi sağlıyor.	f	12	27	42	47	99	3,85	1,25
		%	5,3	11,9	18,5	20,7	43,6		
	Sosyal medya hesaplarında yabancı dilde paylaşım yapmak beni mutlu eder.	f	16	24	32	50	105	3,90	1,29
		%	7,0	10,6	14,1	22,0	46,3		
	Yabancı dil öğrenmek günümüz dünyasında büyük kolaylık sağlar.	f	10	14	18	42	143	4,30	1,13
		%	4,4	6,2	7,9	18,5	63,0		
	Yabancı dil bilmenin meslek hayatımda fayda sağlayacağını düşünürüm.	f	10	13	15	35	154	4,37	1,11
		%	4,4	5,7	6,6	15,4	67,8		
	Yabancı dil öğrenmek geleceğe yönelik güvenimi artırır.	f	9	10	15	42	151	4,39	1,06
		%	4,0	4,4	6,6	18,5	66,5		
	En az bir yabancı dilde kendimi ifade etmek isterim.	f	10	10	12	40	155	4,40	1,07
		%	4,4	4,4	5,3	17,6	68,3		
	Yabancı dil öğrenmek beni mutlu eder.	f	9	11	13	42	152	4,39	1,06
		%	4,0	4,8	5,7	18,5	67,0		

Tablo 1

Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler (Devamı)

Boyutlar	Yabancı Dil Tutum Ölçeğine İlişkin Maddeler		1	2	3	4	5	$\bar{X}$	SS
Yabancı Dil Derslerine Yönelik Düşünceler $\bar{X} \pm SS = 3,87 \pm 0,92$	Yabancı dil ders kitaplarındaki konular ilgimi çekmez.	f	48	22	25	18	114	3,56	1,65
		%	21,1	9,7	11,0	7,9	50,2		
	Yabancı dil derslerindeki konular ilgimi çeker.	f	11	18	24	50	124	4,14	1,18
		%	4,8	7,9	10,6	22,0	54,6		
	Yabancı dil haftalık ders saatlerinin azaltılmasını isterim.	f	43	16	21	24	123	3,74	1,60
		%	18,9	7,0	9,3	10,6	54,2		
	Yabancı dil derslerine aktif olarak katılıyorum.	f	15	17	33	51	111	4,00	1,24
		%	6,6	7,5	14,5	22,5	48,9		
	Zorunlu yabancı dil derslerini saçma bulurum.	f	39	10	20	21	137	3,91	1,55
		%	17,2	4,4	8,8	9,3	60,4		
GENEL								3,42	0,63

Araştırmada kariyer beklentileri ölçeğinde yer alan maddelere ilişkin frekans ve yüzde değerleri ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de sunulmuştur. Buna göre kariyer beklentileri ölçeği incelendiğinde diğer maddelere göre daha yüksek ortalamaya sahip maddenin “Turizm sektöründe iyi yerlere geleceğime inanıyorum” maddesi olurken, diğer maddelere göre daha düşük ortalamaya sahip maddenin “Mezuniyet sonrası rehberlik alanında iş bulmada bir sıkıntı yaşayacağımı düşünmüyorum” maddesi olmuştur. Bu durum, katılımcıların turizm sektöründe ilerleme konusundaki genel güvenini yansıtmakla birlikte “mezuniyet sonrası rehberlik alanında iş bulmada bir sıkıntı yaşayacağımı düşünmüyorum” maddesinin görece daha düşük bir ortalama ile sonuçlanması, rehberlik alanındaki istihdam beklentilerine dair katılımcılar arasında daha temkinli bir tutumun mevcut olabileceğini göstermektedir. Ayrıca kariyer beklentileri ölçeği genel aritmetik ortalamasının yüksek düzeyde gerçekleştiği belirlenmiştir. Bu durum, katılımcıların kariyerlerine yönelik olumlu beklentiler içinde olduğunu ve gelecekteki mesleki hedeflerine ilişkin güçlü bir güven duyduklarını gösterebilir. Dolayısıyla çalışmanın örnekleminde kariyer beklentilerinin genel olarak iyimser bir eğilim sergilediği ifade edilebilir.

Tablo 2

Kariyer Beklentileri Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler

Kariyer Beklentileri Ölçeğine İlişkin Maddeler		1	2	3	4	5	$\bar{X}$	SS
Mezuniyet sonrası rehberlik alanında iş bulmada bir sıkıntı yaşayacağımı düşünmüyorum.	f	76	38	54	29	30	2,56	1,40
	%	33,5	16,7	23,8	12,8	13,2		
İleride rehberlik mesleği yaparak ailemi geçindirebileceğimi düşünüyorum.	f	25	25	44	40	93	3,67	1,39
	%	11	11	19,4	17,6	41		
Mezuniyet sonrası bu mesleği (Turizm Rehberliği) yapacağım.	f	29	22	48	33	95	3,63	1,43
	%	12,8	9,7	21,1	14,5	41,9		
Mezuniyet sonrası turizm sektörünün farklı alanlarında (işletme kollarında) çalışabilirim.	f	19	24	38	50	96	3,79	1,32
	%	8,4	10,6	16,7	22	42,3		
Turizm sektöründe iyi yerlere geleceğime inanıyorum.	f	11	15	32	52	117	4,10	1,16
	%	4,8	6,6	14,1	22,9	51,5		
Turizm sektörü uzun yıllar çalışmak için uygun bir iş alanıdır.	f	20	18	33	45	111	3,92	1,32
	%	8,8	7,9	14,5	19,8	48,9		
GENEL							3,76	1,09

Araştırmada yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ve boyutları ile kariyer beklentileri arasındaki ilişkiye yönelik korelasyon analizi sonuçlarına Tablo 3'te yer verilmiştir. Söz konusu tablo incelendiğinde, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ile kariyer beklentileri arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkinin ($r=0,711$, $p<0,001$) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kariyer beklentileri ile yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ölçeğinin boyutlarından olan yabancı dil öğrenmeye yönelik duygular ($r=0,599$, $p<0,001$) ve yabancı dili sosyal medya için kullanma ($r=0,646$, $p<0,001$) boyutları arasında pozitif yönde orta düzeyde, yabancı dil öğrenmeye verilen önem ($r=0,716$, $p<0,001$) boyutu arasında pozitif yönde yüksek düzeyde anlamlı ilişkiler belirlenmiştir. Ayrıca ilgili ölçeğin yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşünceler boyutu ile kariyer beklentileri arasında negatif yönde zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki ($r=-0,193$, $p<0,01$) tespit edilirken yabancı dil derslerine yönelik düşünceler boyutu ile kariyer beklentileri arasında anlamlı bir ilişki ($p>0,05$) saptanamamıştır.

Tablo 3

Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum ve Boyutları ile Kariyer Beklentileri Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Matrisi

Ölçekler ve Boyutları	YDÖYD	YDÖYOD	YDSMK	YDÖVÖ	YDDYD	Kariyer Beklentileri (Genel)
Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum (Genel)	0,599*	-0,193**	0,646*	0,716*	0,074	0,711*

*: $p<0,001$; **: $p<0,01$; YDÖYD: Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Duygular; YDÖYOD: Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Olumsuz Düşünceler; YDSMK: Yabancı Dili Sosyal Medya İçin Kullanma; YDÖVÖ: Yabancı Dil Öğrenmeye Verilen Önem; YDDYD: Yabancı Dil Derslerine Yönelik Düşünceler

Araştırmada yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ve boyutlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisine yönelik regresyon analizi sonuçlarına Tablo 4'te yer verilmiştir. Buna göre Tablo 4'te görüldüğü üzere, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ile kariyer beklentileri arasında kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu ($F=64,613$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Bununla birlikte hesaplanan belirlilik katsayısı (r^2) incelendiğinde, kariyer beklentilerindeki değişimlerin %22,3'ünün bağımsız değişken olan yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumdan kaynaklandığı ifade edilebilir. Bu doğrultuda, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumun kariyer beklentileri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon modeli; Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum= $0,785 + 0,747 \cdot KB$ şeklinde oluşturulabilir. Söz konusu bu modele göre, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumda meydana gelen bir birimlik artış, kariyer beklentilerinde 0,747 değerinde bir artış sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi almakta olan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumları arttıkça kariyer beklenti düzeyleri de buna bağlı olarak belirtilen oranda artmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda “turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde oluşturulan H_1 hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum boyutlarından olan yabancı dil öğrenmeye yönelik duygular ile kariyer beklentileri arasında kurulan regresyon modeli anlamlı olup ($F=125,998$, $p<0,05$), kariyer beklentilerindeki değişimlerin %35,9'unun bağımsız değişken olan yabancı dil öğrenmeye yönelik duygulardan kaynaklandığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda, yabancı dil öğrenmeye yönelik duyguların kariyer beklentileri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon modeli; Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Duygular= $0,557 + 0,856 \cdot KB$ şeklinde oluşturulabilir. Söz konusu bu modele göre, yabancı dil öğrenmeye yönelik duygularda meydana gelen bir birimlik artış, kariyer beklentilerinde 0,856 değerinde bir artış

sağlamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda “turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik duygularının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde oluşturulan H_{1a} hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada Tablo 4 görüleceği üzere yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum boyutlarından olan yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşünceler ile kariyer beklentileri arasında kurulan regresyon modeli anlamlı olup ($F=8,697$, $p<0,05$), kariyer beklentilerindeki değişimlerin %3,7’sinin bağımsız değişken olan yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerden kaynaklandığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerde meydana gelen bir birimlik artış, kariyer beklentilerinde 0,157 değerinde bir azalış sağlamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda “turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerinin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde oluşturulan H_{1b} hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 4

Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Tutum ve Boyutlarının Kariyer Beklentileri Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	b _j	S(b _j)	t	p	ANOVA	R ²
Sabit	0,785	0,375	2,091	0,038***	64,613	0,223
YDÖYT(Genel)	0,747	0,093	8,038	0,000*		
Sabit	0,557	0,291	1,912	0,047***	125,998	0,359
YDÖYD	0,856	0,076	11,225	0,000*		
Sabit	4,418	0,235	18,818	0,000*	8,697	0,037
YDÖYOD	-0,157	0,053	-2,949	0,004**		
Sabit	1,421	0,192	7,382	0,000*	160,853	0,417
YDSMK	0,605	0,048	12,683	0,000*		
Sabit	0,464	0,220	2,111	0,036***	237,363	0,513
YDÖVÖ	0,754	0,049	15,407	0,000*		
Sabit	3,420	0,313	10,919	0,000*	1,230	0,005
YDDYD	0,087	0,079	1,109	0,269		

*: $p<0,001$; **: $p<0,01$; ***: $p<0,05$; YDÖYD: Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Duygular; YDÖYOD: Yabancı Dil Öğrenmeye Yönelik Olumsuz Düşünceler; YDSMK: Yabancı Dili Sosyal Medya İçin Kullanma; YDÖVÖ: Yabancı Dil Öğrenmeye Verilen Önem; YDDYD: Yabancı Dil Derslerine Yönelik Düşünceler; Bağımlı Değişken: Kariyer Beklentileri

Araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum boyutlarından olan yabancı dili sosyal medya için kullanma ile kariyer beklentileri arasında kurulan regresyon modeli anlamlı olup ($F=160,853$, $p<0,05$), kariyer beklentilerindeki değişimlerin %41,7’sinin bağımsız değişken olan yabancı dili sosyal medya için kullanmadan kaynaklandığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda, yabancı dili sosyal medya için kullanmanın kariyer beklentileri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon modeli; Yabancı Dili Sosyal Medya için Kullanma= $1,421 + 0,605*KB$ şeklinde oluşturulabilir. Söz konusu bu modele göre, yabancı dili sosyal medya için kullanmada meydana gelen bir birimlik artış, kariyer beklentilerinde 0,605 değerinde bir artış sağlamaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda “turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dili sosyal medya için kullanmalarının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde oluşturulan H_{1c} hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada ayrıca yabancı dil öğrenmeye verilen önem ile kariyer beklentileri arasında kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu ($F=237,363$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Bununla birlikte hesaplanan belirlilik katsayısı (r^2) incelendiğinde, kariyer beklentilerindeki değişimlerin %51,3’ünün bağımsız değişken olan yabancı dil öğrenmeye verilen önemden kaynaklandığı ifade edilebilir. Bu doğrultuda, yabancı dil öğrenmeye verilen önemin kariyer beklentileri üzerindeki etkisine ilişkin regresyon modeli; Yabancı Dil Öğrenmeye Verilen Önem= $0,464 + 0,754*KB$ şeklinde

oluşturulabilir. Söz konusu bu modele göre, yabancı dil öğrenmeye verilen önemde meydana gelen bir birimlik artış, kariyer beklentilerinde 0,754 değerinde bir artış sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi almakta olan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye verilen önemleri artıkça kariyer beklenti düzeyleri de buna bağlı olarak belirtilen oranda artmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda “*turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye verdikleri önemin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır*” şeklinde oluşturulan H_{1d} hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmada son olarak gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda, yabancı dil derslerine yönelik düşüncelerin kariyer beklentileri üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı ortaya konulmuştur ($p>0,05$). Bu doğrultuda araştırmanın amacı ve önemi doğrultusunda “*turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil derslerine yönelik düşüncelerinin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır*” şeklinde oluşturulan H_{1e} hipotezi desteklenmemiştir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlayan bu araştırma sonucunda, turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının genel olarak orta düzeyin üzerinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Gökçe ve Batman (2015) tarafından turizm ön lisans programlarındaki öğrenciler üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, öğrencilerin büyük bir bölümünün mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışmayı hedeflediği ve bu doğrultuda yüz yüze iletişimde İngilizce dilinin kritik bir rol oynadığı vurgulanmıştır. Demirdağ (2022) tarafından yapılan çalışmada ise Türkiye turizminin sürdürülebilirliğini ve sunulan hizmetlerin kalitesini artırmak amacıyla özellikle İngilizce olmak üzere yabancı dil eğitiminin önemini ve gerekliliği vurgulanmıştır. Al-Tamimi & Shuib (2009) tarafından öğrenciler üzerinde yapılan araştırma sonucunda, öğrencilerin yabancı dil olarak İngilizce öğrenmeye yönelik olumlu bir tutuma sahip olduklarını ve bu olumlu tutum sonucunda ise İngilizce becerilerini ilerletmek için farklı kurslara katılmayı planladıklarını belirtmişlerdir. Bu doğrultuda turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının orta düzeyin üzerinde gerçekleşmesi, mesleki ve akademik açıdan olumlu bir gelişme olarak yorumlanabilir. Bu durum, öğrencilerin yabancı dile karşı daha güçlü bir ilgi ve motivasyona sahip olduğunu, dili öğrenme ve kullanma konusunda daha yüksek düzeyde bir bilinç geliştirdiğini gösterebilir. Öte taraftan turizm rehberliği eğitimi almakta olan öğrencilerin kariyer beklentilerinin yüksek düzeyde gerçekleştiği belirlenmiştir. Pelit & Zorlu (2022) tarafından yapılan çalışma sonucunda, turizm rehberliği öğrencilerin görüşlerinin kariyer beklentileri bağlamında değerlendirildiğinde turist rehberliği mesleğine ilişkin görüşlerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Tolga Korkmaz & Atay (2015) tarafından yapılan araştırma sonucunda turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerinin sektörde kariyer yapma isteklerinin benzer şekilde orta düzeyin üzerinde gerçekleştiği saptanmıştır. Turizm rehberliği öğrencilerinin kariyer beklentilerinin orta düzeyin üzerinde gerçekleşmesi, mesleki ve akademik açıdan olumlu bir gösterge olarak yorumlanabilir. Bu durum, öğrencilerin mesleğe yönelik yüksek motivasyon taşıdığını, sektörde daha aktif roller üstlenmeyi hedeflediğini ve profesyonel gelişimlerine daha fazla yatırım yaptıklarını/yapacaklarını gösterebilir.

Araştırma elde edilen sonuçlara göre yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumun geneli ve yabancı dil derslerine yönelik düşünceler boyutu dışındaki boyutları (yabancı dil öğrenmeye yönelik duygular, yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşünceler, yabancı dili sosyal medya için kullanma, yabancı dil öğrenmeye verilen önem,) ile kariyer beklentileri arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bununla birlikte yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumun ve yabancı dil derslerine yönelik düşünceler boyutu dışındaki diğer boyutların kariyer beklentileri üzerinde anlamlı etkilerinin

olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın konusu ve amacına uygun olarak geliştirilen hipotezler ile bu hipotezlerin desteklenme durumları Tablo 5'te detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Araştırmanın sonuçları, Piquemal & Renaud (2006) tarafından yapılan ve yabancı dil öğreniminin çeşitli alanlarda fırsatlar oluşturduğu fikrini destekleyen bulgularıyla uyumludur. Söz konusu araştırma, farklı eğitim seviyelerindeki katılımcıların yabancı dil öğrenimini, farklı kültürel geçmişlere sahip bireylerle bağlantı kurarak iletişimi, akademik arayışları ve kariyer olanaklarını geliştirme aracı olarak algıladıklarını vurgulamaktadır. Benzer şekilde Sevdı (2023) tarafından yapılan araştırmada, kariyer yaşamında yabancı dil bilgisinin giderek daha önemli hale geldiği ve gelecekte profesyonel başarı için kritik bir gereklilik olacağı vurgulanmıştır. Konu ile ilgili literatürde doğrudan turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentilerine etkisini inceleyen akademik çalışmalardan ziyade daha çok mesleki tutum ve kariyer planlamaları üzerine odaklanan çalışmalarla karşılaşmıştır. Ancak, yabancı dilin turizm rehberliği mesleğindeki kritik rolü göz önüne alındığında, bu çalışmalar dolaylı olarak yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumunun kariyer beklentileri üzerindeki etkisini anlaşılmasına yardımcı olabilir. Bu doğrultuda Pelit & Kabakulak (2019) tarafından turizm rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumlarının kariyer yapma istekleri üzerine etkisini incelemek amacıyla yapılan araştırmada, mesleki tutumun kariyer yapma isteği üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Çeşmeci vd. (2020) tarafından yapılan ve turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumlarını ele alan araştırmada ise, öğrencilerin büyük çoğunluğunun turizm sektöründe kariyer yapmayı hedeflediği ve mesleğe yönelik olumlu tutum sergiledikleri tespit edilmiştir. Can Aslan & Birdir (2024) tarafından yapılan çalışmada, Mersin Üniversitesi'nde turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe yönelik tutumları ile kariyer planlamaları arasındaki ilişkinin orta düzeyde ve olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda dolaylı da olsa bütün bu çalışmalardan yola çıkarak turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumları, mesleki gelişimleri ve kariyer beklentileri açısından önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte yabancı dil öğrenmeye yönelik olumlu tutum sergileyen öğrencilerin mesleki yeterliliklerini artırma konusunda daha istekli oldukları ve bu durumun kariyer hedeflerine ulaşmada önemli bir avantaj sağladığı ifade edilebilir. Dolayısıyla, yabancı dil bilgisi ve öğrenme motivasyonu, turizm rehberliği eğitimi alan bireylerin istihdam edilebilirliklerini artıran ve sektör içinde daha rekabetçi olmalarına katkı sağlayan önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Tablo 5

Araştırma Hipotezlerine İlişkin Sonuçlar

Hipotezler	Sonuçlar
H ₁ : Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır	Desteklendi
H _{1a} : Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik duygularının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H _{1b} : Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerinin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H _{1c} : Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dili sosyal medya için kullanmalarının kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H _{1d} : Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye verdikleri önemin kariyer beklentisi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H _{1e} : Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil derslerine yönelik düşüncelerinin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklenmedi

Araştırma sonucunda turizm rehberliği öğrencilerinin gerek yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının gerekse kariyer beklentilerinin orta düzeyin üzerinde gerçekleşmesi olumlu bir durum olsa da bu eğilimin sürekliliğini ve değişkenliğini analiz edebilmek için belirli aralıklarla ölçülmesi

önemlidir. Bu doğrultuda belirli aralıklarla yapılan izleme ve değerlendirme çalışmaları, öğrencilerin yabancı dil öğrenme süreçlerini ve kariyer beklentilerinin nasıl değiştiğini anlamak için akademik açıdan önemli veriler sağlayacaktır. Bununla birlikte bu tür düzenli ölçümler, öğrencilerin dil seviyelerinin gelişimini takip etmeye, kariyer hedeflerini nasıl şekillendirdiklerini analiz etmeye ve eğitim programlarını bu değişimlere uyum sağlayacak şekilde güncellemeye yardımcı olabilir. Sonuç olarak, periyodik ölçümlerle akademik izleme süreçlerinin güçlendirilmesi, turist rehberliği öğrencilerinin hem kariyer beklentilerinin hem de yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının sürdürülebilir gelişimini sağlamanın yanı sıra, turizm sektörünün nitelikli iş gücüne katkıda bulunmasına da destek olacaktır. Bu süreç, üniversiteler, akademik araştırmacılar, turizm sektörü temsilcileri ve ilgili kamu kurumları tarafından yürütülebilir. Özellikle, akademik ölçümler ve değerlendirme çalışmaları üniversitelerin turizm işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümleri tarafından gerçekleştirilebilirken, sektörel analizler ve mesleki gelişim süreçleri Turizm Bakanlığı, turizm dernekleri ve rehberlik odaları tarafından takip edilebilir. Ayrıca, turizm işletmeleri ve seyahat acenteleri, turist rehberlerinin mesleki gelişimini destekleyici geri bildirim mekanizmaları oluşturarak bu sürece katkı sağlayabilir. Bu çerçevede yapılan düzenli veri analizleri, eğitim müfredatının güncellenmesi, mesleki yeterliliklerin artırılması ve öğrencilerin kariyer beklentilerine yönelik daha etkili stratejilerin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla dil eğitimi süreçlerinin kariyer gelişimiyle bağlantılı olarak izlenmesi, öğrencilere daha etkin öğrenme fırsatları sunarak turizm rehberliği mesleğinde yüksek standartlara ulaşılmasını sağlayabilecektir.

Turizm rehberliği öğrencilerinin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarını geliştirmek daha da ileriye taşımak amacıyla uygulamalı dil eğitimleri artırılabilir. Yalnızca teorik derslerden ziyade, yabancı turistlerle etkileşim sağlayabilecekleri pratik konuşma ve rehberlik uygulamaları düzenlenebilir. Üniversiteler, turizm rehberliği öğrencileri için çift dil programları veya çok dilli sertifika kursları sunarak onların uluslararası alanda rekabet gücünü artırabilir. Öte taraftan kariyer beklentileri yüksek olan öğrencileri mesleki planlamalarını daha etkili şekilde yapabilmeleri için mentor rehberlik programlarına dahil edilebilir. Turizm sektöründe deneyimli rehberlerle yapılan birebir görüşmeler, öğrencilerin gelecek stratejilerini belirlemelerine yardımcı olabilir. Üniversiteler, kariyer merkezleri aracılığıyla öğrencilere staj ve iş imkanları sağlayarak sektöre adaptasyonlarını hızlandırabilir. Konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri ve kültürel mirası koruma amacı taşıyan müzeler, arkeolojik alanlar, sanat galerileri ve araştırma enstitüleri ile iş birliği yapılarak, turizm rehberliği öğrencileri için sektörle bağlantılı projeler ve saha çalışmaları oluşturulabilir. Sonuç olarak, bu söz konusu öneriler turizm rehberliği öğrencilerin dil becerilerini daha ileriye taşımasına, kariyer planlamalarını güçlendirmesine ve turizm sektörüne daha donanımlı şekilde katılmasına yardımcı olabilir. Akademik kurumlar ve sektör iş birlikleriyle bu sürecin desteklenmesi, öğrencilerin rehberlik mesleğinde başarılı olmalarını sağlayacaktır.

Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının ve yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum boyutlarından olan yabancı dil öğrenmeye yönelik duygular, yabancı dili sosyal medya için kullanma, yabancı dil öğrenmeye verilen önem, yabancı dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerin kariyer beklentileri üzerinde anlamlı etkilerinin olması, öğrencilerin yabancı dili yalnızca bir iletişim aracı olarak görmediğini, aynı zamanda mesleki gelişim ve kariyer beklentileri açısından stratejik bir unsur olarak benimsediğini göstermektedir. Turizm rehberliği öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik olumlu duygulara sahip olması, onların mesleki gelişim süreçlerine daha fazla yatırım yapmalarını teşvik edebilir. Dil öğrenme sürecine yönelik yüksek motivasyon, rehberlerin turizm sektöründe daha etkin rol almalarına katkı sağlayarak kariyer beklentilerini yükseltebilir. Bununla birlikte öğrencilerin yabancı dili sosyal medya platformlarında aktif olarak kullanmaları, turistlerle etkileşim kurmalarını ve mesleki ağlarını genişletmelerini sağlayarak kariyer fırsatlarını artırabilir. Ayrıca dil öğrenmeye yönelik olumsuz düşüncelerin azalması, öğrencilerin mesleki gelişim süreçlerine daha açık olmalarını sağlayabilir. Dil

öğrenme sürecinde yaşanan kaygı ve direnç azaldıkça, öğrencilerin kariyer beklentilerine ve hedeflerine ulaşma konusunda daha kararlı ve başarılı oldukları gözlemlenebilir. Nitekim bu bulgular doğrultusunda, turizm rehberliği eğitimi veren akademik kurumların yabancı dil eğitimine yönelik destekleyici programlar (öğrencilerin birden fazla yabancı dil öğrenmesini teşvik eden akademik programlar, dil kursları, TOEFL, IELTS gibi sınavlara yönelik hazırlık kursları, yabancı dil konuşma kulüpleri vb.) geliştirmesi, öğrencilerin dil becerilerini artırarak kariyer beklentilerini daha üst seviyeye taşımalarına yardımcı olabilir. Bunların yanında, dil öğrenme sürecine yönelik olumlu tutumları teşvik eden akademik ve profesyonel gelişim programları (Erasmus ve Mevlana gibi öğrenci değişim programları, sektörle işbirliği içinde yürütülen dil eğitimleri, turizm ve kültürel etkileşim seminerleri, yabancı dil destekli staj programları vb.) öğrencilerin turizm sektöründe daha etkin rol almalarını sağlayabilir.

Yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumun kariyer beklentileri üzerindeki etkisini inceleyen bu araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerle sınırlı tutulduğundan, gelecekte yapılacak araştırmaların kapsamını genişletmek ve farklı değişkenleri analiz etmek bilimsel katkı açısından büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda gelecek araştırmalarda farklı üniversitelerdeki turizm rehberliği bölümü öğrencileri de örnekleme dahil edilebilir. Özellikle farklı coğrafi bölgelerde bulunan üniversitelerin öğrencileri üzerinde yapılacak araştırmalar, yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlar ve kariyer beklentileri açısından daha kapsamlı ve çeşitli bakış açıları elde edilmesine yardımcı olabilir. Bununla birlikte araştırma kapsamı genişletilerek, yalnızca öğrenciler değil, aynı zamanda turizm sektöründe çalışan profesyoneller ve turist rehberleri de analiz sürecine dahil edilebilir. Bu sayede, mezuniyet sonrası mesleki beklentiler ile gerçek iş yaşamındaki deneyimler arasındaki farklılıklar karşılaştırmalı olarak incelenebilir. Ayrıca öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının ve kariyer beklentilerinin zaman içindeki değişimini anlamak adına periyodik değerlendirme çalışmaları yürütülebilir. Bu araştırmalarda farklı dönemlerde yapılan ölçümlerle, öğrencilerin dil öğrenme sürecindeki ilerleyişleri ve kariyer beklentilerindeki değişimler karşılaştırılabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, derinlemesine görüşmeler ve odak grup çalışmaları gibi nitel yöntemleri de içerecek şekilde tasarlanabilir. Bunun yanı sıra nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma yöntemli araştırmalar da yapılabilir. Böylelikle öğrencilerin dil öğrenme süreçleri, mesleki yönelimleri ve kariyer beklentileri daha kapsamlı bir şekilde analiz edilebilir. Turizm rehberliği bölümlerinde yabancı dil eğitime yönelik müfredatın, öğrencilerin kariyer beklentileri üzerindeki etkisini analiz eden eğitim odaklı araştırmalar yapılabilir. Bu kapsamda gerçekleştirilen bu araştırmanın ve gelecekte konu ile ilgili yapılacak araştırmaların hem literatüre hem de turizm sektörüne değerli bilgiler sağlaması açısından önemli olduğu/olacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akgöz, E. & Gürsoy, Y. (2014). Turizm eğitiminde yabancı dil öğrenme, istek ve kararlılıkları: Selçuk Üniversitesi Beyşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 21-29.
- Akram, A. & Yasmeen, R. (2011). Attitudes towards English & Punjabi language learning in Faisalabad. *Journal of Academic and Applied Studies*, 1(4), 9-32.
- AKÜ Turizm Fakültesi. (2024). *Turizm rehberliği bölümü: Bölüm genel tanıtımı*. <https://turizm.aku.edu.tr/bolum-genel-tanitimi3/>
- Al-Tamimi, A. & Shuib, M. (2009). Motivation and attitudes towards learning English: A study of petroleum engineering undergraduates at Hadhramout University of Sciences and Technology.



GEMA Online Journal of Language Studies, 9(2), 29-55.

- Altürk, A., Yel, G., Arık Yüksel, T. & Balcı, U. (2016). Turizm fakülte ve yüksekokullarında yabancı dil eğitimi. *Turkish Studies (Elektronik)*, 11(3), 139-150. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.9201>
- Aslan, Z. & Büyükkuru, M. (2015). Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi ve mevcut durum analizi, *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC - 2015)*, Konya.
- Avrupa Birliği. (2023). *Avrupa Birliği*, <https://european-union.europa.eu/select-language?destination=/node/1>
- Aymankuy, Y. & Aymankuy, Ş. (2013). Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdamla ilgili görüşleri ve sektördeki kariyer beklentileri (Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu örneği). *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-21.
- Bayram, G. E. (2016). Yabancı dil öğretim yöntemlerinin turizm rehberliği eğitimi açısından incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 136-147.
- Bingöl, D. (2013). *İnsan kaynakları yönetimi*, Beta Basım Yayın.
- Can Aslan, S. & Birdir, S. (2024). Öğrencilerin turist rehberliği mesleğine yönelik tutumlarının kariyer planlamalarına etkileri. *Journal of Travel and Tourism Research*, 25, 20-50.
- Chambers, G. N. (1999). *Motivating language learners* (Vol. 12). Multilingual Matters.
- Çavuş, Ş. & Kaya, A. (2015). Turizm lisans eğitimi alan bilgileri kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(5), 101-117.
- Çelikkanat Paslı, N. & Paslı, M. M. (2022). Turist rehberliği lisans bölümlerinde verilen yabancı dil derslerinin incelenmesi. *Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 21-30.
- Çeşmeci, N., Çalışkan, N. & Özsoy, A. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 852-869. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.584>
- Çiftçınar, B. (2014). Çağrışımın dil öğrenimindeki yeri. *Selçuk İletişim*, 2(3), 74-78. <https://doi.org/10.18094/si.53800>
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189-196.
- Demirdağ, Ş. A. (2022). Sürdürülebilir turizm kapsamında İngilizce eğitiminin yeri ve önemi: Eleştirel bir yaklaşım. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 251-262. <https://doi.org/10.32572/guntad.1033696>
- Els, T. V. (1983). The determination of foreign language teaching needs. *European Journal of Education*, 18(2), 109-120. <https://doi.org/10.2307/1503168>
- Eser, S. & Haşımoğlu, N. (2020). Turist rehberliğinde dil seçimi ve nadir dillerin önemi. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 225-240. <https://doi.org/10.1111/j.0026-7902.2004.00224.x>
- Gökçe, A. & Batman, O. (2015). Turizm ön lisans programlarında meslek amaçlı İngilizce (EOP) öğretiminin öğrenci görüşlerine dayalı ihtiyaç değerlendirmesi. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 11(1), 211-264.
- Graham, S. J. (2004). Giving up modern foreign languages? Students’ perception of learning French.



The Modern Language Journal, 88(2), 177-191.

- Günday, R. & Aycan, A. (2018). Yabancı dil öğreniminde kültürlerarası iletişim becerisi edinimi. *International Journal of Languages' Education and Teaching*, 6(3), 533-545. <https://doi.org/10.18298/ijlet.3100>
- Gürel, H. (1986). *Yabancı dil olarak İngilizce öğrenme başarısı ile öğrencilerin akademik benlik tasarımları ve tutumları arasındaki ilişki* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Hidalgo, M. G. (1984). Attitudes and behavior toward English in Juárez, Mexico. *Anthropological Linguistics*, 26(4), 376-392.
- Huang, Y. (2011). Chinese tour guides' strategies in intercultural communication—Implications for language teaching and tourism education. *Journal of Language Teaching and Research*, 2(1), 146-150. <https://doi.org/10.4304/jltr.2.1.146-150>
- Hussein, A. T., Temizkan, S. P. & Temizkan, R. (2008). Turizm alanında öğretmenlik eğitimi veren lisans programlarında yabancı dil eğitimi: Akademisyen ve öğrencilerin değerlendirmeleri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 102-119.
- İlgaz Yıldırım, B. & Güzel, Ö. (2019). Seyahat acentelerinin turist rehberi seçim kriterlerinin analitik hiyerarşi süreci (AHS) yöntemi ile değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 69-81. <https://doi.org/10.17123/atad.580649>
- İnal, S., Evin, İ. & Saracaloğlu, A.S. (2005). The relation between students' attitudes toward foreign language and foreign language achievement. *Dil Dergisi*, 130, 37-52.
- İşigüzel, B. (2013). Turizm işletmeciliği ve otelcilik programlarındaki mesleki Almanca dersleri üzerine bir araştırma. *NWSA-Humanities*, 8(4), 363-371. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2013.8.4.4C0174>
- Kanıslı, E. (2024). *Kariyer yapayım*. İksad Yayınevi.
- Karaş, M. (1997, 5-7 Eylül.). Using attitude scale to investigate student attitude, (paper presentation). 2. IATEFL Balkan ELT Konferansı, İstanbul.
- Kınsız, M. (2005). Mesleki yabancı dil eğitiminin sürdürülebilir gelişmeye katkıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13, 259-270.
- Koç, C. T. & Yastıbaş, A. E. (2022). Yabancı diller yüksek okullarında eğitim gören öğrenciler için yabancı dil öğrenmeye yönelik tutum ölçeğinin geliştirilmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42(1), 873-896. <https://doi.org/10.17152/gefad.1014605>
- Leslie, D. & Russell, H. (2006). The importance of foreign language skills in the tourism sector: A comparative study of student perceptions in the UK and continental Europe. *Tourism Management*, 27(6), 1397-1407. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.016>
- Malle, B. F. (1999). How people explain behavior: A new theoretical framework. *Personality and Social Psychology Review*, 3(1), 23-48. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0301_2
- Masgoret, A. M. & Gardner, R. C. (2003). Attitudes, motivation, and second language learning: A meta-analysis of studies conducted by Gardner and associates. *Language Learning*, 53(S1), 167-210. <https://doi.org/10.1111/1467-9922.00227>
- Mohan Bursalı, Y. & Bayrak Kök, S. (2018). İnsan kaynaklarında değişimin yeni yönelimi: Kariyer yönetimi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 46-67.



- Nyamwange, J. (2016). Influence of student's interest on career choice among first year university students in Public and Private Universities in Kisii County, Kenya. *Journal of Education and Practice*, 7(4), 96-102.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary. (2023). Definition of career noun from the Oxford Advanced Learner's Dictionary, <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
- Özdamar, K. (2004). *SPSS ile biyoistatistik* (4.baskı). Kaan Kitabevi.
- Pelit, E. & Kabakulak, A. (2019, 2-4 Mayıs). Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumlarının kariyer yapma istekleri üzerine etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Innovation and Global Issues and Congress V*, Ankara. <https://doi.org/10.34090/tured.581586>
- Pelit, E. & Zorlu, Ö. (2022, 12 31). Turizm rehberliği lisans öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılıklarının kariyer beklentilerine etkisi. *Turist Rehberliği Dergisi*, 5(2), 142-160. <https://doi.org/10.34090/tured.1196445>
- Piquemal, N. & Renaud, R. (2006). University students' beliefs and attitudes regarding foreign language learning in France. *TESL Canada Journal*, 24(1), 113-133. <https://doi.org/10.18806/tesl.v24i1.31>
- Robbins, S.P. (1994). *Örgütsel davranışın temelleri* (A. Öztürk, Çev). ETAM A.Ş.
- Rojewski, J. W. (2005). Occupational aspirations: Constructs, meaning and application. İçinde; D. Brown & R. W. S (Eds). *Lent career development and counseling: Putting theory and research to work*. John Wiley & Sons.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). *İnsan kaynakları yönetimi* (1. Baskı), Alfa Aktuel Yayınevi.
- Saracaloğlu, A. S. (2000). Öğretmen adaylarının yabancı dile yönelik tutumları ile akademik başarıları arasındaki ilişki. *Eğitim ve Bilim*, 25(115), 65-72.
- Sevdi, A. (2023). Gelişen ve değişen dünyada yabancı dilin önemi. *Genç Mütefekkirler Dergisi*, 4(1), 204-218.
- Şahin, S. (2018). Turist rehberinin yetkinlikleri, İçinde *Turist Rehberliği* S. Eser, S. Şahin, & C. Çakıcı (Eds.). ss. 48-67. Detay Yayıncılık.
- T.C. Resmî Gazete. (2012). *Turist rehberliği meslek kanunu* (Kanun No: 6326). 22 Haziran 2012 tarihli ve 28331 sayılı Resmî Gazete. <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2>.
- Tetik, N. (2016). Tourism guidance students' attitudes towards the english language course. *International. Journal of Education and Research*, 4(3), 271-284.
- Tolga, Ö., Korkmaz, H., & Atay, L. (2015). Lisans düzeyindeki turist rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumlarına yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2), 26-41.
- Turgut, H. H. B. (2019). Turizm öğrencilerinin yabancı dil öğretimindeki sorunlara ilişkin görüşleri: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. *Zeitschrift Für Forschungen Zur Deutschen Sprache und Literatur*, 1(1), 37-54.
- TÜRSAB, (2025). *Ziyaretçi sayıları*, <https://www.tursab.org.tr/ziyaretci-sayilari/ziyaretci-sayilari-2024>.
- Ulaş, Ö. & Özdemir, S. (2018). Üniversite son sınıf öğrencilerinde algılanan kariyer engellerinin yordayıcıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(3), 672-688. <https://doi.10.16986/HUJE.2017033806>.



- Ungan, S. (2006). Avrupa Birliğinin dil öğretimine karşı tutumu ve Türkçe'nin yabancı dil olarak öğretilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 217-226.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi* (5. baskı). Detay Yayıncılık.
- YÖK Atlas, (2023). Yükseköğretim program atlası, <https://yokatlas.yok.gov.tr/>
- Yücel, M. (2019). Kitle iletişim araçlarının ve teknolojik gelişmelerin küreselleşmeye etkisi. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 1(3), 34-50.
- Yücel, E. & Arıkan, A. (2019). Turizm personelinin yabancı dil gereksinimleri: Antalya örneği. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 657-668. <https://doi.org/10.29029/busbed.492135>

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 18.10.2023

Karar No: 2023/288 (Toplantı Sayısı:13).

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50

2. yazar katkı oranı : % 50

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 17.06.2025
Revizyon Tarihi (Revised) : 20.06.2025
Kabul Tarihi (Accepted) : 27.06.2025

TURED
JOTOG



Akreditasyon Süreçlerine İlişkin Öğretim Elemanlarının Bakış Açıları: Akreditasyon Alan Turizm Programları Üzerinde Bir Araştırma

Academician Perspectives on Accreditation Processes: A Study on Accredited Tourism Programs

Sengül EKER

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Institute of Social Sciences, Turkey
E-Mail: senguleker51@gmail.com

Arş. Gör. Dr. Melisa ATEŞ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: mates@aku.edu.tr

Öz

Amaç ve Önem: Bu çalışmanın amacı, akreditasyon alan turizm programlarındaki öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine ilişkin bakış açılarının belirlenmesidir. Bu kapsamda, akreditasyonun eğitim öğretim kalitesine, sürekli iyileştirmeye, öğrenci odaklılık gibi hususlara olan etkileri öğretim elemanları bakış açısından değerlendirilmiştir. Turizm eğitiminin niteliğini artırmaya yönelik akreditasyon uygulamalarının etkili bir biçimde gerçekleştirilmesinde, öğretim elemanlarının bu süreçte dair tutum ve yaklaşımlarının belirlenmesi önemli bir gerekliliktir. Çünkü öğretim elemanları, eğitim programlarının uygulanmasında ve geliştirilmesinde doğrudan etkili olan aktörlerdir. Bu doğrultuda akreditasyon süreçlerine ilişkin öğretim elemanlarının bakış açılarının belirlenmesi gerek akreditasyon süreçlerinin kurumsal kültüre entegrasyonunu sağlamak gerekse yapılacak iyileştirme çalışmalarına yön vermesi açısından önemli bir katkı sunacaktır.

Yöntem: Araştırmanın evrenini akredite olan turizm programlarındaki öğretim elemanları oluşturmaktadır. Akredite olan turizm programlarında toplam 392 öğretim elemanı bulunmaktadır. Öğretim elemanlarının tamamına ulaşılmış olup tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Öğretim elemanlarına anket formu yüz yüze, e-mail ve sosyal medya aracılığıyla ulaştırılmış olup, toplamda 180 anket geri dönmüştür. Veriler Nisan 2025-Mayıs 2025 tarihleri arasında toplanmıştır.

Bulgular: Yapılan çalışmada, akreditasyon alan turizm programlarındaki öğretim elemanlarının bakış açılarının olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğretim elemanlarının sürekli iyileştirmeye yönelik bakış açılarının yüksek düzeyde, öğrenciler boyutuna ilişkin bakış açılarının ise düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Akreditasyon süreçlerine ilişkin literatür incelemesi yapıldığında, sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Literatürde olan çalışmalar, akredite olan ve olmayan programların karşılaştırılması, turizm eğitiminde akreditasyona ilişkin kuramsal bir çerçeve şeklinde yapılmıştır. Bu kapsamda, öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine yönelik bakış açılarının belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışmanın ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sınırlılıklar: Bu çalışma yalnızca akreditasyon alan turizm programları ile sınırlandırılmıştır. Turizm dışında diğer programlar ve akredite olmayan turizm programları çalışmaya dahil edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Akreditasyon, turizm, turizm eğitimi.

Makale Türü: Araştırma makalesi



Abstract

Purpose and Importance: The aim of this study is to determine the perspectives of academician in accredited tourism programs regarding accreditation processes. Within this scope, the effects of accreditation on aspects such as the quality of education, continuous improvement, and student-centeredness have been evaluated from the viewpoints of the academician. Identifying academician attitudes and approaches toward these processes is crucial for the effective implementation of accreditation practices aimed at enhancing the quality of tourism education. This is because academician are directly influential actors in the execution and development of educational programs. In this regard, understanding their perspectives contributes significantly to both the institutionalization of accreditation processes and guiding future improvement efforts.

Methodology: The population of the study consists of academician working in accredited tourism programs. There are a total of 392 academician in these programs. A full enumeration method was employed, and efforts were made to reach all faculty members. The questionnaire was delivered through face-to-face interviews, e-mail, and social media channels. In total, 180 responses were received. Data collection was carried out between April 2025 and May 2025.

Findings: The findings of the study indicate that academician in accredited tourism programs hold generally positive views regarding the accreditation process. It was found that their perspectives on continuous improvement were at a high level, whereas their perspectives related to the student dimension were at the lowest level.

Originality/Value: A review of the literature on accreditation processes reveals that there is a limited number of studies in this area. Existing studies mainly focus on comparisons between accredited and non-accredited programs or provide a theoretical framework for accreditation in tourism education. In this context, this study, which aims to determine the perspectives of academician on accreditation processes, is expected to contribute to the related field.

Limitations: This study is limited to tourism programs that have received accreditation. Tourism programs without accreditation and programs outside the field of tourism were excluded from the scope of the study.

Keywords: Accreditation, tourism, tourism education.

Paper Type: Research article

Giriş

Ülkeler arasında eğitim ve öğretimin karşılıklı değişimini kapsayan yeni anlaşmaların imzalanması, eğitimdeki hareketlilik ve değişim, ülkeler ve üniversiteler arasındaki kalite arayışını ve rekabeti artırmaktadır. Günümüzde, kalite, kalite yönetimi, akreditasyon gibi yeni kavramlar özellikle sosyal bilimler alanında üniversitelerde kullanılmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak, yükseköğretimde hazırlanan öğrenci programları her ne kadar sıklıkla yurt dışı odaklı yapılandırılrsa da proje hareketliliği, kalite, kalite yönetimi ve akreditasyon gibi süreçlerin yükseköğretim kurumlarında etkin biçimde uygulanması gerekliliği de ön plana çıkmıştır. Kalite yönetiminde en önemli araçlardan bir tanesi akreditasyondur (Güney, 2019). Son yıllarda yükseköğretim sisteminde kalite gerek ulusal gerekse uluslararası ölçüde önem kazanmıştır. Bu doğrultuda, akreditasyon eğitim öğretim faaliyetlerinin belirli kalite standartları çerçevesinde yürütülmesini sağlamaya yönelik temel bir dış değerlendirme ve kalite güvence mekanizması olarak öne çıkmaktadır. Yükseköğretim programlarının sürekli iyileştirilmesi, ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığının artırılması akreditasyon süreçleri açısından önemli bir rol oynamaktadır. Turizm alanında faaliyet gösteren yükseköğretim programları, dinamik sektör yapısı, hizmet kalitesine duyulan gereksinim ve uluslararası rekabet baskısı nedeniyle kalite standartlarını sağlamaya yönelik girişimlerde bulunmaktadır.

Turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları, akreditasyon süreçlerine dâhil olarak hem ulusal hem de uluslararası düzeyde program kalitesini belgelendirmeye ve sürekli iyileştirmeye

yönelmektedir. Türkiye’de bu alanda önemli bir boşluğu dolduran Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (TURAK), turizm alanındaki ön lisans ve lisans programlarının kalite standartlarına uygunluğunu değerlendiren yetkili bir kurum olarak öne çıkmaktadır. TURAK, Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) tarafından tanınan ve bu kapsamda faaliyet gösteren bir akreditasyon kuruluşu olup; turizm eğitiminin sektörel beklentilere uygun hale getirilmesi, mezunların istihdam edilebilirliğinin artırılması ve eğitim programlarının uluslararası düzeyde tanınmasını sağlamak amacıyla çalışmalar yürütmektedir (TURAK, 2024). Akreditasyon süreci yalnızca belge temininden ibaret olmayıp, eğitim içeriğinin güncellenmesi, öğretim elemanlarının mesleki gelişimi, öğrenci memnuniyetinin artırılması ve sektörle iş birliği gibi alanlarda da sürdürülebilir kalite güvencesini teşvik etmektedir (YÖKAK, 2023). Bu nedenle, turizm eğitimi alanında akreditasyon, akademik yapının güçlendirilmesine katkı sağlayan ve küresel ölçekte eğitim kurumlarının tanınırlığını artıran önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Turizm eğitiminde kaliteyi yakalamak, turizm sektörü çalışanlarının niteliklerinin yükselmesi anlamına gelmektedir. Turizm fakültelerinde verilen eğitimin kalitesinin yükseltilmesi için akredite edilmeleri şeklinde eğitimin niteliğinin yükseltilmesine dönük çalışmalar yükseköğretim akreditasyon kuruluşlarının çalışmalarıyla ilerlemektedir (Oflaz, 2023). İlgili literatürde de akreditasyon ile ilgili sınırlı sayıda çalışma olmasından kaynaklı bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı akreditasyon alan turizm programlarındaki öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine bakış açısının belirlenmesidir.

1. Kavramsal Çerçeve

Yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesinin sağlanması ve sürdürülebilir akademik gelişimin desteklenmesi açısından akreditasyon süreçleri son yıllarda büyük önem kazanmıştır. “Akreditasyon” terimi, Latince kökenli olup Fransızca “accréditation” sözcüğünden türetilmiş ve temelde bir kişi ya da kurumun güvenilir ve geçerli kabul edilme durumunu ifade etmektedir. Fransızca’daki “accréditer” fiili ise, bir kurumun ya da bireyin güvenilirliğinin ve yetkinliğinin resmî olarak tanınması anlamına gelmektedir (Doğan, 1999). Buradan hareketle, akreditasyon, bir yükseköğretim programının, alanına özgü ve önceden tanımlanmış akademik kalite ölçütlerini karşılayıp karşılamadığını belirlemek amacıyla, yetkili bir akreditasyon kurumu tarafından yürütülen değerlendirme ve dış kalite güvencesi sürecidir (Yükseköğretim Kalite Kurulu, 2025). Akreditasyon, birçok ülke ve sektörde topluma sunulan program ve hizmetlerin niteliğinin sistematik bir yaklaşımla güvence altına alınması için geliştirilen bir yöntemdir (Bakioğlu & Baltacı, 2000).

Akreditasyon, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından belirlenen, alanına özgü ve önceden tanımlanmış akademik standartların, bir yükseköğretim kurumu ya da programı tarafından karşılanıp karşılanmadığını belirlemeye yönelik yürütülen dış kalite güvence ve değerlendirme sürecidir. Bu süreç, yükseköğretimde akademik kaliteyi güvence altına almanın yanı sıra, saydamlık ve hesap verebilirliğin sağlanmasında da temel bir araç olarak değerlendirilmektedir (Yükseköğretim Kurulu, 2025). Yükseköğretimde kalite güvencesi sağlamanın ve ulusal/uluslararası düzeyde rekabet edebilir programlar oluşturma temel yollarından biri akreditasyon olmakla birlikte, bu süreci destekleyen başka yollar da bulunmaktadır. Bunların başında, eğitim programlarının sistematik bir şekilde gözden geçirilmesi ve güncellenmesi gelmektedir. Bu uygulama, programların güncel bilgi ve becerilerle uyumlu kalmasını sağlayarak kaliteyi artırmaktadır (Harvey & Green, 1993). Uluslararası değişim programları ve ortak projeler yoluyla gerçekleştirilen uluslararasılaşma faaliyetleri de hem kalite güvencesine katkı sağlamakta hem de programların küresel düzeyde tanınırlığını artırmaktadır (Altbach & Knight, 2007). Bunun yanı sıra, öğrenci geri bildirimlerinin sistematik olarak toplanması ve bu verilerin kalite yönetimi süreçlerinde kullanılması, öğrenci merkezli eğitimin teşvik edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Yorke, 2000).

Turizm eğitimi, teorik bilgi kadar uygulamalı beceri kazanımını da içeren ve mezunlarının doğrudan hizmet sektörüne katıldığı bir alan olması nedeniyle eğitim kalitesinin standartlar çerçevesinde izlenmesini ve güvence altına alınmasını zorunlu kılmaktadır. Turizm sektörünün sürekli gelişen dinamikleri, sektöre nitelikli ve donanımlı bireyler kazandırmayı hedefleyen turizm programlarının da belirli kalite ölçütlerine göre düzenlenmesini gerektirmektedir. Bu noktada, akredite edilmiş bir turizm programı hem öğrenci hem de işveren açısından güvenilirlik ve kalite güvencesi sunmakta, eğitim çıktılarının sektörel beklentilerle uyumlu olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla akreditasyon, yalnızca eğitim veren kurumlar için değil, mezunların istihdam olanakları ve sektördeki itibarı açısından da belirleyici bir unsur haline gelmiştir (Duman, 2021).

Türkiye’de, turizm eğitimine gereken önemin verilmemesi ve her kademesinde karşılaşılan içerikleri birbirinden farklı pek çok sorunlar zinciri sektörde çalışan personelin temel ve mesleki eğitim durumlarının oldukça düşük bir seviyede seyretmesi sonucunu doğurmaktadır. Oysaki turizm sektöründen en yüksek faydanın sağlanabilmesi ancak; etkin, kaliteli ve tabana yayılmış temel ve mesleki bir turizm eğitim sistemiyle mümkün olmaktadır (Olca, 2008). Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların 90’lı yıllardan bu yana sektöre nitelikli eleman yetiştirmek amacıyla sayılarının hızla arttığı görülmektedir (Türkeri, 2014). Türkiye’de turizm sektöründe istihdam edilecek işgücüne iyi bir turizm eğitimi verilmesi amacıyla yükseköğretim kurumlarının kalitesinin artırılması gerekmektedir. Yükseköğretimde eğitim kalitesini artırmaya yönelik önemli bir dış kalite güvencesi mekanizması olan program akreditasyonuna ilişkin çalışmalar her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda, üniversiteler lisans programlarının akreditasyonunu sağlamak amacıyla çeşitli iyileştirme ve başvuru süreçlerini yürütmektedir. Günümüzde yükseköğretim kurumlarının kalite değerlendirmelerinde dikkate alınan temel göstergelerden biri, akredite edilmiş lisans programlarının sayısıdır. Hem Türkiye’de hem de diğer ülkelerdeki yükseköğretim kurumları, akademik kaliteyi yükseltmek adına program akreditasyon süreçlerini desteklemekte ve bu doğrultuda politika ve stratejiler geliştirmektedir (Yılmaz vd., 2023). Yükseköğretimde ilk akreditasyon uygulamaları ABD’de ortaya çıkmış ve zaman geçtikçe yaygınlaşmıştır. Avrupa’da ise yükseköğretim çok uzun yıllar büyük ölçüde devlet tarafından sunulan bir kamusal hizmet olarak kabul edilmesinden dolayı akreditasyona uzun süre ihtiyaç duyulmamıştır. Uluslararası alanda farklı akademik disiplinlere yönelik çalışmalar yapan önemli akreditasyon kuruluşları bulunmaktadır. The Accreditation Board for Engineering and Technology- Mühendislik ve Teknoloji Akreditasyon Kurulu, Fédération Européenne d’Associations Nationales d’Ingénieurs, American Assembly of Collegiate Schools of Business, European Foundation for Management Development, Foundation for International Business Administration ve Association of Business Schools gibi akreditasyon kurumları bulunmaktadır (Aktan & Gencel, 2010).

Eğitim kurumları ve programlar akredite olabilmek için bir dizi süreçten geçmektedir. Her akreditasyon kuruluşunun değerlendirme ölçütleri farklı olsa da temelde akreditasyon süreçleri genellikle üç adımı içermektedir. Bunlardan ilki, kurumun veya programın öğretim elemanları, yöneticileri ve personeli tarafından yürütülen ve akreditasyon kuruluşunun standart ve ölçütlerini referans alan bir raporla sonuçlanan bir öz değerlendirme sürecidir. İkinci adımda akreditasyon kuruluşu tarafından seçilen bir takım tarafından yürütülen ve kanıtları inceleyen, kurumu ziyaret eden, akademik ve idari personel ile görüşmeler yapan ziyaret, bir değerlendirmeyle sonuçlanan akredite eden kuruluşun komisyonuna tavsiye içeren bir rapor sunulmaktadır. Son adımda ise takım tarafından kaliteyle ilgili verilen ölçütler temelinde kanıtların incelenerek nihai bir sonuca varılmaktadır (Vlasceanu vd., 2007). Akreditasyon süreci kapsamında, ilgili paydaşların belirlenmesi ve bu paydaşların program değerlendirme sonuçları (özellikle mezuniyet sonrası öğrenci öğrenme kazanımları ve program hedefleri) hakkında düzenli ve resmi bir biçimde bilgilendirilmesi ve görüşlerinin alınması sağlanmalıdır. Bu paydaşlardan elde edilen geri bildirim ve öneriler programla ilgili alınacak kararlar sürecinde dikkate alınmalıdır (Tuna & Çelen, 2019).

Turizm alanında verilen yükseköğretim programlarının niteliğinin artırılması ve sektörel beklentilere uyumunun sağlanması amacıyla, Türkiye'de TURAK yetkilendirilmiştir. TURAK Yükseköğretim Kalite Kurulu tarafından ön lisans (Aşçılık, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Turist Rehberliği, İkram Hizmetleri, Sağlık Turizmi İşletmeciliği, Turizm Animasyonu) ve lisans (Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, Rekreasyon Yönetimi) programlarının akreditasyonu konusunda yetkilendirilmiş ulusal akreditasyon kuruluşudur (Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu, 2025a). TURAK tarafından yürütülen akreditasyon süreçleri, turizm alanında eğitim veren programları öğrenci, öğrenme amaçları, öğrenim çıktıları, öğretim planı, yönetim yapısı, alt yapı, kurum desteği ve parasal kaynaklar ve sürekli iyileştirme ölçütlerinde değerlendirilmesini içermektedir (TURAK, 2025b). Böylece programların sektörün değişen ihtiyaçlarına uyum sağlaması, mezun yeterliliklerinin artırılması ve öğrencilerin ulusal ve uluslararası iş gücü piyasasında rekabet edebilir niteliklerle donatılması amaçlanmaktadır.

2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, akreditasyon süreçlerine ilişkin öğretim elemanlarının bakış açılarını belirlemektir. Bu kapsamda, öğretim elemanlarının akreditasyonun eğitim-öğretim kalitesine, kurumsal gelişime ve öğrenci çıktılarının iyileştirilmesine olan etkilerine yönelik algıları incelenmiştir.

Turizm alanındaki programların akreditasyon süreçlerine entegrasyonu, teorik bilginin yanı sıra uygulamalı eğitimin kalitesini artırmak açısından önemli bir rol oynamaktadır. Sektörle sürekli etkileşim hâlinde olan turizm programlarında, öğretim elemanlarının kaliteyi benimsemesi ve akreditasyon sürecine aktif katılım göstermesi hem eğitim programlarının sürdürülebilirliği hem de mezunların sektördeki yeterlilikleri açısından belirleyici olmaktadır. Ayrıca, öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine yönelik olumlu tutum geliştirmeleri; ders içeriklerinin güncellenmesi, öğrenci merkezli yaklaşımların benimsenmesi ve değerlendirme ölçütlerinin şeffaflaştırılması gibi birçok kalite unsurunun kurumsal yapıya entegre edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu durum, yalnızca akademik başarının değil, aynı zamanda sektörel beklentilere uygun, donanımlı bireyler yetiştirilmesini de mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla, öğretim elemanlarının algı ve deneyimleri, akreditasyonun etkinliği açısından vazgeçilmez bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Yükseköğretimde kalite güvencesi anlayışının giderek önem kazandığı günümüzde, program akreditasyonu, eğitimde standardizasyonun sağlanması ve uluslararası tanınırlığın artırılması açısından önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ancak, akreditasyon süreçlerinin başarısı, yalnızca yönetsel kararlarla değil, aynı zamanda sürece doğrudan katkı sunan öğretim elemanlarının tutum ve algılarıyla da yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, çalışmanın turizm alanındaki programlara odaklanması, disiplinin uygulamalı yapısı ve sektörle güçlü ilişkileri nedeniyle önem taşımaktadır.

3. Yöntem

Çalışmada veri toplama yöntemlerinden anketten yararlanılmıştır. Uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların bireysel özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümde akreditasyon süreçlerine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Uygulanan anket formundaki ifadeler TURAK tarafından belirlenen değerlendirme ölçütleri temel alınarak hazırlanmıştır. Daha sonra oluşturulan ifadeler turizm alanında uzman 3 akademisyene gönderilmiş, gelen geri bildirimler doğrultusunda ankete son hali verilmiştir. Uygulanan anketin etik açıdan sakıncalı olmadığına ilişkin Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan izin alınmıştır.

Türkiye'de TURAK tarafından akredite olan 27 üniversite bulunmaktadır. Akredite olan programlar arasında Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği,



Seyahat İşletmeciliği ve Turizm ve Otel İşletmeciliği yer almaktadır. Akredite olan programlar Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1

Akredite Edilen Turizm Programları

Üniversite	Fakülte/Yüksekokul	Program
T.C. Adıyaman Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği
T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Turizm İşletmeciliği Turizm Rehberliği
T.C. Anadolu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Turizm İşletmeciliği Turizm Rehberliği
T.C. Atılım Üniversitesi	İşletme Fakültesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği
T.C. Atatürk Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Turizm İşletmeciliği
T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Seyahat İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği
T.C. Batman Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği
T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm İşletmeciliği
T.C. Doğuş Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm İşletmeciliği
T.C. Düzce Üniversitesi	Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	Turizm İşletmeciliği
T.C. Erciyes Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm İşletmeciliği Turizm Rehberliği
T.C. İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Fakültesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği
T.C. İstanbul Beykent Üniversitesi	Güzel Sanatlar Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. İstanbul Gedik Üniversitesi	Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi	Sanat ve Tasarım Fakültesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Turizm Rehberliği
T.C. İstinye Üniversitesi	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. İzmir Ekonomi Üniversitesi	Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. Kapadokya Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. Kastamonu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. Mardin Artuklu Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Turizm İşletmeciliği Turizm Rehberliği
T.C. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm İşletmeciliği Turizm Rehberliği Gastronomi ve Mutfak Sanatları (1. Öğretim) Gastronomi ve Mutfak Sanatları (2. Öğretim)
T.C. Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm İşletmeciliği
T.C. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Turizm İşletmeciliği
T.C. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	Turizm Fakültesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Turizm İşletmeciliği
T.C. Şımak Üniversitesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu	Gastronomi ve Mutfak Sanatları
T.C. Trakya Üniversitesi	Uygulamalı Bilimler Fakültesi	Turizm İşletmeciliği

Kaynak: TURAK, 2025

Araştırmanın evrenini akredite olan turizm programlarındaki öğretim elemanları oluşturmaktadır. Akredite olan turizm programlarında toplam 392 öğretim elemanı bulunmaktadır. Öğretim elemanlarının tamamına ulaşılmış olup tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Öğretim elemanlarına anket formu yüz yüze, e-mail ve sosyal medya aracılığıyla ulaştırılmış olup, toplamda

180 anket geri dönmüştür. Veriler Nisan 2025-Mayıs 2025 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS programıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistikler kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan akreditasyon süreçlerine yönelik ölçeğe ilişkin faktör analizi ve güvenirlik analizi (Cronbach's Alpha) sonuçlarına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2

Akreditasyon Süreçleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlik Analizi Bulguları

Faktör	Madde Sayısı	Özdeğer	Varyans %	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha
F1: Öğrenciler	5	29,079	69,236	69,236	0,922
F2: Program Öğretim Amaçları	5	1,701	4,050	73,285	0,920
F3: Program Öğrenim Çıktıları	3	1,190	2,832	76,119	0,873
F4: Öğretim Planı	5	0,930	2,215	78,334	0,937
F5: Öğretim Kadrosu	5	0,845	2,012	80,346	0,945
F6: Yönetim Yapısı	3	0,655	1,559	81,905	0,930
F7: Alt Yapı	6	0,577	1,373	83,278	0,943
F8: Kurum Desteği ve Parasal Kaynaklar	6	0,532	1,267	84,544	0,959
F9: Sürekli İyileştirme	4	0,492	1,171	85,715	0,965
Genel	42				0,989

Tablo 2 incelendiğinde, yapılan faktör analizi sonucunda, akreditasyon süreçlerine ilişkin ölçeğin toplam varyansın %85,715'ini açıklayan 9 faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu faktörler “öğrenciler”, “program öğretim amaçları”, “program öğrenim çıktıları”, “öğretim planı”, “öğretim kadrosu”, “yönetim yapısı”, “alt yapı”, “kurum desteği ve parasal kaynaklar” ve “sürekli iyileştirme” olarak sıralanmaktadır. Akreditasyon süreçleri ölçeğine ilişkin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,989 olarak hesaplanmıştır.

4. Bulgular

Katılımcıların bireysel özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 3'de sunulmaktadır. Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların %57,8'inin erkek, %42,2'sinin ise kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde, 39-46 yaş aralığında olanların (%32,2) diğerlerine göre daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Katılımcıların kadrolarının bulundukları bölüm incelendiğinde, Turizm Rehberliğinde olan katılımcıların yoğunlukta (%33,3) olduğu, bunu takiben ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Turizm İşletmeciliği bölümlerinin (%30,0) geldiği tespit edilmiştir. Katılımcıların unvan dağılımları incelendiğinde, sırasıyla Doç. Dr. (%28,9), Dr. Öğr. Üyesi (%23,3), Arş. Gör. (%17,7), Prof. Dr. (%16,7), Öğr. Gör. (%9,5) ve Dr. (%3,9) olduğu görülmektedir. Katılımcıların deneyim yılları incelendiğinde, yarıdan fazlasının (%73,9) 6 yıldan fazla deneyime sahip olduğu, bunu takiben 1-6 yıl (%21,7) ve 1 yıldan az (%4,4) gelmektedir.

Tablo 3

Bireysel Özelliklere İlişkin Bulgular

Değişken		f	%	Değişken		f	%
Cinsiyet	Kadın	76	42,2	Unvan	Prof. Dr.	30	16,7
	Erkek	104	57,8		Doç. Dr.	52	28,9
Yaş	23-30	23	12,8		Dr. Öğr. Üyesi	42	23,3
	31-38	47	26,1		Öğr. Gör.	17	9,5
	39-46	58	32,2				
	47 ve üzeri	52	28,9	Arş. Gör.	32	17,7	
Kadronun bulunduğu bölüm	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	54	30,0	Deneyim	Dr.	7	3,9
	Turizm İşletmeciliği	54	30,0		1 yıldan az	8	4,4
	Turizm Rehberliği	60	33,3		1-6 yıl	39	21,7
	Turizm ve Otel İşletmeciliği	8	4,4		6 yıldan fazla	133	73,9
	Seyahat İşletmeciliği	4	2,2				

Tablo 4'te akreditasyon süreçlerine ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine ilişkin bakış açılarının genel ortalamasının 3,58 olduğu görülmektedir. Boyutlar bazında bakıldığında sırasıyla sürekli iyileştirme (X=3,86), program öğrenim çıktıları (X=3,69), yönetim yapısı (X=3,62), program öğretim amaçları (X=3,59), öğretim kadrosu (X=3,59), alt yapı (X=3,58), öğretim planı (X=3,57), kurum desteği ve parasal kaynaklar (X=3,39) ve öğrenciler (X=3,36) olmuştur.

Katılımcıların sürekli iyileştirme boyutuna ilişkin verdikleri cevapların en yüksek ortalamaya (X=3,86) sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. *“Programda sürekli iyileştirme faaliyetlerini gerektirdiğinden, fakülte/yüksekokullardaki tüm faaliyetlerin (öğrenciler/mezunlarla iletişim, müfredat ölçme ve değerlendirme, yönetim yapısı, alt yapı, öğretim kadrosu, öğretim planı kurum desteği vb.) sistematik bir şekilde yürütülmesini sağlar”* ifadesi sürekli iyileştirme boyutunda en yüksek ortalamaya (X=3,95) sahip olan ifade olmuştur. En düşük ortalamaya (X=3,82) sahip olan ifade ise *“Programın gelişmeye açık tüm alanları ile ilgili bir eylem planı hazırlanmasını sağlar”* olmuştur.

Sürekli iyileştirme boyutunu takiben X=3,69 ortalama ile program öğrenim çıktıları boyutu gelmektedir. Program öğrenim çıktıları boyutunda *“Program öğrenim çıktılarına ulaşıldığına dair kontrolünün belirli bir ölçme ve değerlendirme sistemine bağlı olarak gerçekleştirilmesini sağlar”* ifadesi en yüksek ortalamaya (X=3,89) sahip olduğu görülmektedir. *“Derslerin işleyişindeki kontrol mekanizmasının sağlanması için uzaktan eğitimde gerekli şartlarının sağlanmasına yardımcı olur”* ifadesi ise en düşük ortalamaya (X=3,71) sahip olan ifade olmuştur.

Tablo 4

Akreditasyon Süreçlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

İfadeler	X	SS
Öğrenciler Boyutu	3,36	1,01
1. Öğrencilerin lisans eğitiminde mesleğe yönelik kazanımlar elde etmesine katkı sağlar	3,66	1,06
2. Öğrencilerinin kariyer planlaması yapmalarına yardımcı olur	3,32	1,18
3. Öğrencilerin eleştirel düşünmesine ve sorun çözme yeteneğinin geliştirilmesine katkı sağlar	3,19	1,15
4. Bölüm tercihi sürecinde öğrencilere yol göstermeye yardımcı olur	3,37	1,24
5. Öğrencilerin mesleğe karşı farkındalıklarının sağlanmasında yol gösterici olur	3,27	1,24
Program Öğretim Amaçları Boyutu	3,59	0,97
6. Öğrencilere turizm sektörü ile ilgili eğilimleri anlama ve yorumlama becerisini geliştirmelerine fayda sağlar	3,21	1,20
7. Belirlenen program öğretim amaçları sayesinde eğitimin gelişmesine katkı sağlar	3,84	1,06
8. Program öğretim amaçlarına ulaşıldığına dair kontrolünün belirli bir ölçme ve değerlendirme sistemine bağlı olarak gerçekleştirilmesini sağlar	3,96	1,06
9. Programda yer alan öğretim amaçlarının belirlenmiş ve yayınlanmış olması ile daha kaliteli bir hedef göstermesini sağlar	3,89	1,08
10. Evrensel bilginin üretimi konusunda mezun olmuş veya mezuniyet aşamasına gelmiş öğrencilerine akademik çalışmalar yapabilme becerisini sağlar	3,05	1,17
Program Öğrenim Çıktıları Boyutu	3,69	1,00
11. Program öğrenim çıktılarına ulaşıldığına dair kontrolünün belirli bir ölçme ve değerlendirme sistemine bağlı olarak gerçekleştirilmesini sağlar	3,89	1,04
12. Derslerin işleyişindeki kontrol mekanizmasının sağlanması için uzaktan eğitimde gerekli şartlarının sağlanmasına yardımcı olur	3,49	1,13
13. Öğrencilerin programdan mezun oluncaya kadar kazanmaları gereken bilgi, deneyim ve becerilerin sürekliliğini sağlayarak programların geleceğini güvence altına almasına katkı sağlar	3,71	1,19
Öğretim Planı Boyutu	3,57	1,03
14. Öğrenim yılı içerisinde ders ilişkilerini güvence altına alarak öğretim planının sürekli gelişimini sağlar	3,88	1,05
15. Öğrencilerin derslerde edindikleri bilgi ve becerileri verimli şekilde kullanmaları ile turizm rehberliği eğitiminde kalitenin devamını sağlar	3,53	1,16
16. Teorik eğitimin uygulamalı eğitimle (staj) desteklenmesine yardımcı olur	3,54	1,21

Tablo 5

Akreditasyon Süreçlerine İlişkin Betimsel İstatistikler (Devamı)

İfadeler	X	SS
17. Uygulamalı eğitimin (staj) mesleki etiğe uygun tutum ve davranışların geliştirilmesine katkı sağlar	3,36	1,24
18. Öğretim planında kullanılan öğretim yöntemleri öğrencilerin mesleki yeterliliklerinde gelişmelerine katkı sağlar	3,57	1,11
Öğretim Kadrosu Boyutu	3,59	1,01
19. Öğretim kadrosu ile programın etkin şekilde sürdürülmesini, değerlendirilmesini ve geliştirilmesini sağlar	3,72	1,11
20. Öğretim programlarının yürütülmesinin yanında, bilimsel araştırma yapma, öğretim elemanı-öğrenci ilişkisi ve öğrenci danışmanlığı yapılmasına yardımcı olur	3,42	1,15
21. Öğretim programlarının yürütülmesinin yanında, üniversiteye, topluma hizmet ve mesleki gelişim hizmetlerinin yerine getirilmesine yardımcı olur	3,46	1,15
22. Minimum kalite standartlarının karşılanması ile öğretim kadrosunun nitelikli oluşu, turizm programlarında temel standartların sağlanmasına yardımcı olur	3,69	1,13
23. Öğretim kadrosunun ilgili sektör, mesleki kuruluşlar ve işverenlerle ilişkilerinin sürdürülebilir nitelikte olmasını sağlar	3,68	1,03
Yönetim Yapısı Boyutu	3,62	1,07
24. Fakülte/yüksekokulda programın yürütülmesinde görevli tüm bireylere iş ve görev tanımlamaları yaparak onların sürece dahil olmalarını sağlar	3,72	1,07
25. Yönetim yapısındaki şeffaflığın her daim esas olması eğitim programlarında eşitliği sağlar	3,58	1,21
26. Kuruluş ve yönetim yapısı, öğretim faaliyetleri ve destek hizmetleri arasındaki ilişkilerin güçlenmesini sağlar	3,57	1,14
Alt Yapı Boyutu	3,58	1,03
27. Engelli bireyler için alt yapı düzenlemesinin yapılması öğrencilerin öğrenimine kolaylık sağlar	3,87	1,15
28. Öğrencilere sunulan kütüphane olanaklarının yeterli düzeyde olmasını sağlar	3,51	1,12
29. Öğretim elemanlarına gerekli ekipmanları sağlayarak ders izlencesinin işleyişini kolaylaştırmada yardımcı olur	3,34	1,30
30. Öğrencilerin öğrenim ve yaşam ortamlarında gerekli yangın ve güvenlik önlemlerini alarak daha güvende olmalarını sağlar	3,57	1,16
31. Sınıflar, laboratuvarlar ve gerekli donanım sayesinde program öğretim amaçları ve çıktılarına ulaşmada yardımcı olur	3,64	1,16
32. Alan dışı sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayan bir altyapıya sahip olması ile öğrencilerin mesleki gelişimlerine katkı sağlar	3,59	1,11
Kurum Desteği ve Parasal Kaynaklar Boyutu	3,39	1,12
33. Üniversitenin idari desteği, yapıcı liderliği, parasal kaynaklar ve bunların dağıtımında izlenen strateji ile programlara destek olur ve kalitesini artırır	3,51	1,29
34. Programların kurum desteği ile ulusal ve uluslararası tanınmalarına olanak sağlar	3,63	1,13
35. Gereken altyapının sağlanması için kurum desteği olarak idari destek ve parasal kaynaklar sağlamada yardımcı olur	3,34	1,23
36. Yeterli kaynakların sağlanması öğretim kadrosunun akademik gelişiminin sürdürülmesine destek olur	3,46	1,22
37. Program gereksinimlerinin karşılanması için destek personeli ve kurumsal hizmetlerin sayıca yeterli olmasını sağlar	3,23	1,23
38. Program için gereken altyapıyı temin etmeye, bakımını yapmaya ve işletmeye yetecek parasal kaynakları sağlamaya yardımcı olur	3,19	1,24
Sürekli İyileştirme Boyutu	3,86	1,11
39. Sürekli denetimlerde bulunarak fakülte/yüksekokul programlarının iyileştirilmesine katkı sağlar	3,86	1,15
40. Yürütülen sürekli iyileştirme faaliyetleri ile sürdürülebilir kalitenin devamını sağlar	3,84	1,20
41. Programın gelişmeye açık tüm alanları ile ilgili bir eylem planı hazırlanmasını sağlar	3,82	1,19
42. Programda sürekli iyileştirme faaliyetlerini gerektirdiğinden, fakülte/yüksekokullardaki tüm faaliyetlerin (öğrenciler/mezunlarla iletişim, müfredat ölçme ve değerlendirme, yönetim yapısı, alt yapı, öğretim kadrosu, öğretim planı kurum desteği vb.) sistematik bir şekilde yürütülmesini sağlar	3,95	1,14
Genel Ölçek Ortalaması	3,58	0,96

En düşük ortalamaya ($X=3,36$) sahip olan boyut ise öğrenciler boyutu olmuştur. Öğrenciler boyutu ifadeleri arasında yer alan “*Öğrencilerin lisans eğitiminde mesleğe yönelik kazanımlar elde etmesine katkı sağlar*” en yüksek ortalamaya ($X=3,66$) sahip ifade olmuştur. “*Öğrencilerin eleştirel düşünmesine ve sorun çözme yeteneğinin geliştirilmesine katkı sağlar*” ifadesinin ise en düşük ortalamaya ($X=3,19$) sahip olan ifade olduğu görülmektedir.

En düşük ortalamaya sahip boyutlardan bir tanesi de kurum desteği ve parasal kaynaklar boyutu olmuştur. Bu boyutta yer alan “*Programların kurum desteği ile ulusal ve uluslararası tanınmalarına olanak sağlar*” ifadesi en yüksek ortalamaya ($X=3,63$) sahip olan ifade olurken; “*Program için gereken altyapıyı temin etmeye, bakımını yapmaya ve işletmeye yetecek parasal kaynakları sağlamaya yardımcı olur*” ifadesi en düşük ortalamaya ($X=3,19$) sahip olan ifade olmuştur.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırmanın amacı, akreditasyon alan turizm programlarındaki öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine ilişkin bakış açılarını ortaya koymaktır. Akreditasyon gerek eğitim öğretim kalitesinin artırılmasında gerekse kurumsal açıdan gelişimde önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, öğretim elemanları akreditasyon süreçlerinde doğrudan ve dolaylı olarak rol oynamaktadır. Öğretim elemanlarının program öğrenim çıktıları ve program öğretim amaçlarının hazırlanması, müfredat güncellemesi, ölçme ve değerlendirme araçlarının geliştirmesinde katkıları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, öğretim elemanları akreditasyon süreçleri kapsamında hazırlanan öz değerlendirme raporunun hazırlık sürecinde de aktif olarak rol almaktadırlar. Buradan hareketle, bu çalışmada akreditasyon alan turizm programlarındaki öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine ilişkin bakış açıları belirlenmiştir.

Araştırmada, öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine yönelik algılarında en yüksek ortalamaya sahip boyutun “sürekli iyileştirme” olduğu belirlenmiştir. Bu durum, öğretim elemanlarının akreditasyon kurumlarının akademik yapısını ve hizmet kalitesini sürekli gözden geçirme ve geliştirme adına önemli bir fırsat sunduğunu düşündüklerini ortaya koymaktadır. Sürekli iyileştirme kültürünün benimsenmesi, kalite güvencesinin sürdürülebilirliği açısından da olumlu bir göstergedir. Sürekli iyileştirme öğretim yöntemlerinin güncellenmesi, öğrenci/mezunlarla iletişim, yönetim yapısı, kurum desteği gibi alanlarda sürekli yenilenmeyi teşvik etmektedir. Özellikle turizm gibi hizmet odaklı bir sektörde faaliyet gösteren programlar için sürekli iyileştirme, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli elemanların yetiştirilmesi konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla akreditasyon kurumları için sadece bir denetim aracı olarak görülmemekte, sürekli iyileştirme ve gelişim için yönetim mekanizması olarak da değerlendirilebilmektedir. Bu süreç, kurumların eğitim-öğretim faaliyetlerini sistematik bir şekilde gözden geçirmelerine, güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek hedef odaklı planlamalar yapmalarına olanak tanımaktadır.

Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu, diğer boyutlara göre daha düşük ortalamanın “öğrenciler” boyutu olduğu tespit edilmiştir. En düşük ortalamanın öğrenciler boyutunda yer alması, öğretim elemanlarının akreditasyonun öğrencilere sağladığı doğrudan katkılara dair algılarında belirli bir mesafeyi koruduklarını belirtmek mümkündür. Öğrenciler boyutunun düşük çıkmasının nedenlerinden bir tanesi akreditasyon çalışmalarının henüz yeni (son yıllarda) uygulanmaya başlamasıdır. Programı geliştirmeye yönelik çalışmaların sistemli şekilde devam etmesi ile birlikte öğrencilere katkılarının ve çıktıların önümüzdeki yıllarda daha net bir şekilde görünür hale geleceği düşünülmüyor olabilir. Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu ise, öğretim elemanlarının akreditasyonun öğrencilerin eleştirel düşünme ve sorun çözme becerilerinin geliştirilmesine katkısı konusunda diğer ifadelerle kıyasla daha düşük bir düzeyde katıldıklarıdır. Bu durum, bir yandan öğrencilerin akreditasyon süreçlerine yeterince entegre edilmemesiyle ilişkili olabilirken, diğer

taftan öğretim elemanlarının öğrenci çıktılarını değerlendirirken daha çok kurumsal hedeflere ve program yeterliliklerine odaklanmalarından da kaynaklanıyor olabilir. Öğrenci katılımcıların kalite ve akreditasyon süreçlerine dâhil olması giderek daha fazla kabul gören ve yaygınlaşan bir anlayıştır. Dünyadaki örnek uygulamalara bakıldığında öğrenci katılımcıların kalite ve akreditasyon süreçlerine getirdiği farklı bakış açıları ve doğru geribildirimler ile sürece olumlu katkılar yaptıkları yadsınamaz bir gerçektir (Kaynak Altıngüzgün & Coşgun, 2020). Öğrenciler akreditasyon sürecinde aktif bir paydaş olarak süreçlere dahil edilmektedir. Öğrenci temsilcilerinin kurullarda yer alması, öğrencilerden gelen geri bildirimlerin etkin kullanılması gibi iyileştirmeler bu boyutun geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Öğrencilerin süreçlerde yer almaları, onların bakış açılarıyla sistemlerin gelişmeye açık yanlarının tespit edilerek iyileştirme çalışmalarının yürütülmesi açısından önem taşımaktadır. Böylelikle, yükseköğretim kurumlarının sürekli gelişimine de katkıda bulunurlar.

Çalışmanın amacı ve elde edilen bulgular doğrultusunda, eğitim kurumlarına, akreditasyon kuruluşlarına ve gelecekte çalışma yapacak araştırmacılara yönelik öneriler sunulmaktadır. Eğitim kurumları, öğretim elemanlarının akreditasyon süreçlerine aktif bir şekilde katılımını sağlaması için iç paydaş toplantıları düzenlemelidir. Uygulamalı eğitimlerin niteliğini artırmak amacıyla sektör ile eğitim kurumları arasındaki iş birlikleri güçlendirilmelidir. Böylelikle hem eğitim programları hem de sektörün beklentileri belirlenerek, beklentilere göre güncellemeler gerçekleştirilebilir. Akreditasyon kuruluşları tarafından, değerlendirme süreçlerinde öğretim elemanlarının görüş ve deneyimlerine daha fazla yer verilmelidir. Akreditasyon süreçleri kapsamında yapılan saha ziyaretleri, sadece belge denetimi değil, aynı zamanda kalite kültürünün yerleşip yerleşmediğine yönelik nitel değerlendirmeler de içermelidir. Böylelikle daha derinlemesine bir değerlendirme süreci gerçekleştirilecektir. Öğrencilere yönelik akreditasyon eğitim materyalleri hazırlanarak akreditasyon süreci daha anlaşılır bir hale getirilebilir.

Yapılan bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anketten yararlanılmıştır. Gelecekte konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılar, nitel araştırma yöntemleri kullanarak öğretim elemanlarının görüşlerini daha derinlemesine analiz edebilirler. Bir başka çalışma konusu, öğrencilerin akreditasyon süreçlerine bakış açıları ile ilgili olabilir. Öğrencilerin akreditasyon kavramına yönelik bakış açılarını ele alan bir çalışma literatüre bir katkı sunması açısından gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra, akreditasyon alan ve almayan turizm programlarının bir karşılaştırılması yapılabilir. Akreditasyon sürecinde saha ziyareti sırasında aktif rol oynayan takım üyelerinin bakış açılarına yönelik de bir çalışma gerçekleştirilebilir.

Kaynakça

- Aktan, C. C. & Gencel, U. (2010). Yüksek öğretimde akreditasyon. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 137-155.
- Altbach, P. G. & Knight, J. (2007). The internationalization of higher education: Motivations and realities. *Journal of Studies in International Education*, 11(3/4), 290-305. <https://doi.org/10.1177/1028315307303542>
- Bakioğlu, A. & Baltacı, R. (2000). Üniversitede akreditasyon ve düşünceler. *Öneri Dergisi*, 3(13), 39-47. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.732273>
- Duman, S. N. (2021). Akreditasyon alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 19(1), 54-74. <https://doi.org/10.37217/tebd.824611>
- Güney A. (2019). Kalite yönetimi çerçevesinde yükseköğretimde akreditasyon süreci. *Electronic Turkish Studies*, 14(2), 401-412. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.14835>
- Harvey, L. & Green, D. (1993). Defining quality. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 18(1), 9-34. <https://doi.org/10.1080/0260293930180102>



- Kaynak Altıngüzgün, H. G. & Coşgun, D. M. (2020). Peyzaj mimarlığı öğretim programlarının kalite ve akreditasyon süreçlerine öğrenci katılımı. *PEYZAJ- Eğitim, Bilim, Kültür ve Sanat Dergisi*, Özel Sayı, 1-9.
- Oflaz, M. (2023). Akredite olan ve olmayan turizm işletmeciliği programlarının karşılaştırmalı incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(86), 630-652. <https://doi.org/10.17755/esosder.1232202>
- Olcay A. (2008). Türk turizmde eğitimin önemi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 383-390.
- Tuna, M. & Çelen, O. (2019). Turizm eğitiminde akreditasyon: Turak örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 526-540. <https://doi.org/10.32958/gastoria.570627>
- Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (2025a). *Turak hakkında*. Erişim tarihi: 18 Nisan 2025. <https://turak.org/hakkinda/>
- Turizm Eğitimi Değerlendirme ve Akreditasyon Kurulu (2025b). *Değerlendirme ölçütleri*. Erişim tarihi: 18 Nisan 2025. <https://turak.org/belgeler/>
- Türkeri, İ. (2014). Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitiminin özel nitelikli sorunları ve çözüm önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 1-14.
- Vlasceanu, L., Grünberg, L. & Parlea, D. (2007). *Quality assurance and accreditation: A glossary of basic terms and definitions*. (Revised and updated edition) Unesco-Cepes.
- Yılmaz, B., Salar, R., Aslan, B. E., Sözbilir, M. & Keskin, A. (2023). Yükseköğretimde kalite ve akreditasyon: Program akreditasyonunda Atatürk Üniversitesi'nin uygulamaları. *Trakya Üniversitesi Kalite ve Strateji Yönetimi Dergisi*, 3(2), 67-87. <https://doi.org/10.56682/ksydergi.1284982>
- Yorke, M. (2000). Developing a quality culture in higher education. *Tertiary Education and Management*, 6, 19-36. <https://doi.org/10.1080/13583883.2000.9967008>
- Yükseköğretim Kalite Kurulu (2025). *Program akreditasyonu nedir?*. Erişim tarihi: 15 Nisan 2025. <https://www.yokak.gov.tr/program-akreditasyonu/>
- Yükseköğretim Kurulu (2025). Yükseköğretimde akreditasyon. Erişim tarihi: 15 Nisan 2025. <https://denklik.yok.gov.tr/akreditasyon-tanima-denklik-nedir>



ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 16.04.2025

Karar No: 2025/154

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50

2. yazar katkı oranı : % 50

Gönderilme Tarihi (Submitted) : 18.06.2025
Revizyon Tarihi (Revised) : 20.06.2025
Kabul Tarihi (Accepted) : 29.06.2025

TURED
JOTOG



Turist Rehberliğinde Mesleki Sorunlar: Afyonkarahisar Örneği

Professional Problems in Tourist Guidance: Afyonkarahisar Case

Harun ÖZBEY

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Institute of Social Sciences, Turkey
E-Mail: harun.ozbey@usr.aku.edu.tr



Prof. Dr. Özcan ZORLU

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Tourism Faculty, Turkey
E-Mail: ozcanzorlu@aku.edu.tr



Öz

Amaç ve Önem: Bu araştırmanın amacı, turizm faaliyetleri kapsamında bilinirliği son yıllarda giderek artan Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirilen turist rehberliği faaliyetlerine ilişkin sorunları farklı paydaşların (turist rehberleri, Seyahat acentalarının yetkilileri, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilileri) görüşleri bağlamında incelemek ve bu sorunların çözümlenmesine yönelik bulguları ortaya koymaktır.

Yöntem: Bu çalışmada, Afyonkarahisar ilinde turist rehberliği faaliyetlerinde yaşanan mesleki sorunları belirlemek için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile 8 turist rehberi, 5 seyahat acentası temsilcisi ve Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilisi (Md. Yrd.) görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi ile seçilen katılımcılardan elde edilen veriler, Maxqda programında açık ve gizli içerik analizi yapılarak incelenmiştir. Bulgular, turist rehberleri, seyahat acentaları ve yerel yönetimler bağlamında değerlendirilmiştir.

Bulgular: Araştırma sonucunda turist rehberlerinin ücretlendirme, çalışma saatleri, sosyal haklar ve mesleki saygınlık gibi konularda sorunlar yaşadığı, rehberler ile seyahat acentaları ve İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü arasında iletişim sorunlarının var olduğu saptanmıştır.

Özgünlük/Bilimsel Katkı: Turist rehberliği faaliyetlerinde yaşanan mesleki sorunlar ile ilgili çalışmalar olduğu görülse de Afyonkarahisar ve çevresindeki turist rehberlerinin sorunlarını ele alan bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sınırlılıklar: Araştırma, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren turist rehberleri, seyahat acentaları ve yerel yönetimler ile sınırlıdır. Zaman kısıtı nedeniyle yüz yüze görüşmeler yerine internet ortamında yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen rehberlerinin ikametgahlarının Afyonkarahisar'da bulunması gerekliliği, örneklem büyüklüğünü 8 rehber ile sınırlandırmıştır. Bazı katılımcıların soruları eksik veya içtenlikle yanıtlanamaması da çalışmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, turist rehberliği, mesleki sorunlar.

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: The aim of this research is to examine the problems related to tourist guiding activities carried out in Afyonkarahisar province, which has become increasingly popular in recent years within the scope of tourism activities, in the context of the opinions of different stakeholders (tourist guides, travel

agency officials, Provincial Directorate of Culture and Tourism officials) and to present findings for the solution of these problems.

Methodology: In this study, a qualitative research method was used to determine the professional problems experienced in tourist guiding activities in Afyonkarahisar province. Semi-structured interviews were conducted with 8 tourist guides, 5 travel agency representatives, and official of Afyonkarahisar Provincial Directorate of Culture and Tourism (Asst. Mgr.). The data obtained from the participants selected by the snowball sampling method were analysed by explicit and implicit content analysis in Maxqda software. The findings were evaluated in the context of tourist guides, travel agencies, and local administrations.

Findings: As a result of the research, it was determined that tourist guides had problems with issues such as remuneration, working hours, social rights, and professional reputation, and that there were communication problems between the guides and travel agencies and the Provincial Directorate of Culture and Tourism.

Originality/Value: Although there are studies on the professional problems experienced in tourist guide activities, it is thought that this study, which addresses the problems of tourist guides in Afyonkarahisar and its surroundings, will contribute to the literature.

Limitations: The research is limited to tourist guides, travel agencies and local administrations operating in Afyonkarahisar province. Due to time constraints, semi-structured interviews were conducted online instead of face-to-face interviews. In addition, the requirement that the residence of the tourist guides selected using the snowball sampling method should be in Afyonkarahisar limited the sample size to 8 guides. The fact that some participants did not answer the questions incompletely or sincerely is also among the limitations of the study.

Keywords: Afyonkarahisar, tourist guidance, professional problems.

Paper Type: Research article

Giriş

Türkiye, bulunduğu stratejik ve jeopolitik konumu dolayısıyla geçmişten günümüze birçok güçlü medeniyete ev sahipliği yapmış ve bu medeniyetlerin kalıntılarının, eserlerinin hatırı sayılır bir bölümünü muhafaza edebilmiştir. Bu noktada gelir kaynağı oluşturmaya açısından bu eserlerin dış dünyaya pazarlanması ve turizm hareketlerinin canlanmasında turist rehberlerinin rol oynadığı bilinmektedir. Turist rehberleri turizm sektöründe müşteri memnuniyeti ve destinasyon çekiciliğinin artışında da önemli roller üstlenmektedirler. Bir ülkenin doğal ve kültürel çekiciliklerinin ön planda olması o ülkenin politik konumunda da etkin bir değişiklik ortaya koyabilmektedir. Bu sebeple turist rehberlerinin geçmişten beri gelen görünmezlik algılarının yıkılarak hak ettiği konumu elde etmesi gerekliliği her defasında yapılan çalışmalarda vurgulanmaktadır (Ap & Wong, 2001; Değirmencioglu, 2001; Black & Weiler, 2005; Ahipaşaoğlu, 2006; Köroğlu, 2013; Güzel vd., 2014; Akkuş & Güllüce, 2016; Çetin & Yarcın, 2017; Tsaur & Teng, 2017; Zengin vd., 2017; Gökdemir & Hacıoğlu, 2018). Turist rehberlerinin tur kapsamında turizm işletmeleri, turistler, tur personeli, ekipman yetersizliği gibi konularda ve hava koşulları gibi kontrol edilemeyen hususlarda, birçok sorun ile karşılaşma potansiyeli bulunmaktadır. Ancak gerek ülke imajı gerekse turist memnuniyeti açısından turist rehberlerinin yaşadığı ya da yaşama potansiyeli bulunan konularının bilimsel araştırmalar ile araştırılarak etkin çözümler sunulması gerekmektedir.

Afyonkarahisar ili, sahip olduğu doğal ve kültürel çekiciliklerden dolayı, son yıllarda önemli miktarda turizm yatırımı almaktadır. Nitekim Afyonkarahisar ili ile komşu iller karşılaştırıldığında, Afyonkarahisar'da turizm yatırımlarında çok hızlı bir artışın olduğu görülmektedir. Şifalı termal kaynakları yanında, turizme konu olan doğal, tarihi ve kültürel kaynakların zenginliği, Afyonkarahisar ilini turizm açısından önemli bir çekim merkezi haline getirmektedir. İlin doğal ve kültürel turizm çekicilikleri arasında termal kaynaklar (Gazlıgöl, Ömer – Gecek, Bolvadin-Heybeli ve Sandıklı-Hüdaî kaplıcaları), Frigya Afyonkarahisar bölgesi, Afyonkarahisar Kalesi, Ulu Cami,

Akdağ Milli Parkı, göller (Akşehir Gölü, Eber Gölü, Karakuyu Gölü, Karamık Gölü ve Acıgöl), peribacaları, mağaralar (Kurtini Mağarası, Dişevler/İnsuyu Mağarası, Su çıkan Mağarası, Buzluk Mağarası, Balcam Mağarası, Karacamal ve Dipsiz Mağarası), yaylalar, Başkomutan Tarihi Milli Parkı gibi değerler bulunmaktadır (Kervankıran, 2014). Çeşidi ve sayısı daha da artırılabilir bu değerlerin turistlere etkin ve doğru bir biçimde aktarımı ise öncelikle turist rehberliği faaliyetlerinin kalitesine ve niteliğine bağlıdır. Bu çalışmada Afyonkarahisar ili ve çevresinde gerçekleştirilen turist rehberliği mesleğine ilişkin sorunlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında “Afyonkarahisar ilinde gerçekleştirilen turist rehberliği faaliyetlerine yönelik mesleki sorunlar nelerdir?” ve “Saptanan sorunların çözümüne yönelik neler yapılabilir?” olmak üzere iki temel araştırma sorusuna cevap aranmıştır. İlgili konuda Afyonkarahisar özelinde çalışma bulunmaması bu araştırmayı alanında öncü kılmakta, diğer çalışmalardan farkını ve önemini ortaya koymaktadır. Araştırma bulgularının turist rehberlerine, turizm işletmelerine, seyahat acentalarına, sektör temsilcilerine, eğitim-öğretim müfredatlarına ve alan yazına yararlı olacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Turist rehberleri, World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA) tarafından yapılan resmi tanımlamaya göre, ziyaretçilere kendi tercih ettikleri dilde rehberlik hizmeti sunan ve bulundukları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, yetkili kurumlar tarafından tanınan spesifik yetkinliklere sahip profesyonellerdir (WFTGA, 2025). 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ise turist rehberliği hizmetini seyahat acentacılığı faaliyeti kapsamı dışında kalmak kaydıyla, bireysel veya gruplar halinde seyahat eden yerli ve yabancı turistlere, önceden belirledikleri dilde, ülkenin kültürel, turistik, tarihi, çevresel, doğal, sosyal ve benzeri değerlerini, kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtarak gezdirme faaliyetidir şeklinde tanımlamaktadır. Kanuna göre seyahat acentalarının organize ettiği turların, acentanın yazılı belgelerinde belirtilen ve müşteriye satılan program dahilinde yürütülmesi ve acenta adına yönetilmesi de turist rehberliği hizmeti kapsamındadır (Resmi Gazete, 2012). İlgili kanunda turist rehberi, ilgili kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilmiş ve turist rehberliği hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip gerçek kişi olarak tanımlanmıştır (Eser & Şahin, 2020).

Alan yazın incelendiğinde, turist rehberliği mesleğinin icrası sırasında karşılaşılan çeşitli sorunlar üzerine kapsamlı araştırmalar yapıldığı görülmektedir (Batman, 2003; Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Ahıpaşaoğlu, 2006; Çolakoğlu vd., 2010; Çetin & Kızılırmak, 2012; Güzel vd., 2014; Yılmaz, 2017; Albuz vd., 2018; Çakmak, 2018). Batman'ın (2003) gerçekleştirdiği araştırmada, turist rehberlerinin karşılaştığı sorunlar seyahat acentalarıyla yaşanan sorunlar, turistlerle yaşanan sorunlar, konaklama işletmeleriyle yaşanan sorunlar ve müze-ören yerlerinde karşılaşılan sorunlar olmak üzere dört ana başlık altında kategorize edilmiştir. Büyüktepe ve diğerleri (2019) ise turist rehberlerinin seyahat acentalarıyla yaşadığı başlıca sorunları finansal meseleler, sosyal hakların yetersizliği ve mesleğin öneminin yeterince anlaşılmaması olarak belirtirken, turistlerle yaşanan sorunların başlıcalarını tur programı uyumsuzlukları, işletmelerin/mağazaların yarattığı satış baskısı ve turist gruplarının kültürel birikimlerinin yetersizliği olarak listelemişlerdir. Araştırmacılar ayrıca, turist rehberlerinin konaklama işletmeleriyle personelin nitelik ve nicelik açısından yetersizliği ve tesislerin vaat edilen standartları karşılayamaması gibi konularda sorun yaşadıklarını ortaya koymuşlardır. Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu ise turist rehberlerinin müze ve ören yerlerinde hijyen eksikliği, çalışma saatlerindeki düzensizlikler, yüksek giriş ücretleri ve personelin yetersiz bilgi düzeyi gibi sorunlarla baş etmek zorunda kalmasıdır (Büyüktepe vd., 2019). Türkiye'de turist rehberliği mesleğinin karşılaştığı zorluklar ve mesleki engeller üzerine yapılan diğer araştırmalarda da önemli sorunlar tespit edilmiştir. Bu sorunların başlıcaları acentaların belirlenen taban ücreti ödememesi ve ödemelerde gecikme yaşanması, düşük bahşış oranları, taban yevmiyenin altında çalışmaya razı olan rehberlerin varlığı, satış baskısı, uzun ve düzensiz çalışma saatleri, yoğun seyahat

programları, özel hayatın olumsuz etkilenmesi, sosyal yaşamın kısıtlanması, resmi tatillerde dahi çalışma zorunluluğu, kadın rehberlerin aile sorumlulukları nedeniyle erkek meslektaşlarına göre daha az tura çıkabilmeleri, mesleğin fiziksel ve duygusal açıdan yıpratıcı olması, sağlık sorunlarına yol açması, mevsimsellik özelliği nedeniyle iş güvencesi sorunları, sürekli iş imkanının olmaması ve cinsiyet ayrımcılığıdır (Batman, 2003, Tetik, 2006, Yarcan 2007; Güzel 2007; Yazıcıoğlu vd., 2008; Köroğlu & Köroğlu, 2011; Güzel vd., 2013; Atilla vd., 2013; Güzel vd., 2014). Turist rehberliği mesleğinin karşılaştığı zorluklar sadece Türkiye'ye özgü değildir. Örneğin, Huang ve diğerleri (2010) çalışmalarında, rehberlerin iş güvencesi, sezonluk çalışma ve mesleki gelişim fırsatlarının eksikliği gibi sorunların global ölçekte yaşandığını ortaya koymuşlardır.

Turist rehberliği alanında yaşanan ve yukarıda belirtilen sorunlar mesleğin icrası söz konusu olduğunda turun gerçekleştirildiği yer fark etmeksizin herhangi bir turda görülebilmektedir. Dolayısıyla mesleğini aktif olarak icra eden her bir turist rehberinin herhangi bir zaman diliminde ve herhangi bir destinasyonda bu sorunların bazılarına maruz kalma ihtimali bulunmaktadır. Afyonkarahisar ili de bu kapsamda turist rehberliğine yönelik sorunların ortaya çıkabileceği bir çekim merkezidir. Afyonkarahisar, antik çağlardan günümüze değin termal suların sağlık amaçlı kullanıldığı, Anadolu'nun önemli kavşak noktalarından biri olan seçkin bir destinasyon olup "Termal turizmin başkenti" olarak anılmaktadır (Sandıkçı & Özgen, 2013). İlin 2019 yılında UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na Gastronomi şehir olarak dahil olması (www.en.unesco.org), Afyonkarahisar Ulu Cami'nin 2023 yılında Anadolu'nun Ortaçağ Dönemi Ahşap Hipostil Camileri altında UNESCO dünya listesine alınması (whc.unesco.org) ile yönelik turizm talebini ve rehberli tur sayısını artırmıştır. Buna bağlı olarak son dönemde özellikle il merkezi ve İhsaniye-Döğler bölgesinde rehberli tur sayısı gözle görülür şekilde artmıştır. Bununla birlikte ilgili alan yazında bu turların niteliği, turlardan memnuniyet düzeyi, turist-rehber ilişkileri, turda yaşanan sorunlar gibi konularda çok sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Pelit & Katırcıoğlu, 2018; Eser & Şahin, 2020; Ürekli & Çelik, 2024). Buradan hareketle bu çalışmada Afyonkarahisar ili özelinde turist rehberliği mesleğinde yaşanan sorunlar ele alınarak, sorunlara kaynak teşkil eden engellerin aşılmasına yönelik çözüm önerileri geliştirilmesi hedeflenmiştir.

2. Yöntem

Sosyal bilimlerde alanında gerçekleştirilen araştırmalarda araştırma probleminin yorumlayıcı bir yaklaşımla incelenmesi ve ele alınan konu hakkında derin bir kavrayışa ulaşma çabası (Karataş, 2015) bağlamında bu çalışmada nitel araştırmalardan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği (Yıldırım & Şimşek, 2005) kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından Frig kültürü, Mevlevilik, gastronomi kültürü başta olmak üzere çeşitli turizm faaliyetleri son yıllarda hızla gelişen Afyonkarahisar'da turist rehberliği bağlamında önemli sorunların olduğunun gözlemlenmesi bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde temel motivasyondur. Araştırmacıların Afyonkarahisar'da ikamet ediyor olması da gözlem sürecinin daha etkili olmasını sağlamıştır. Araştırma amacı ve temel motivasyon doğrultusunda kapsamlı bir literatür taraması yapılarak, üç farklı paydaş grubu için üç farklı görüşme formu oluşturulmuştur. Turist rehberleri için hazırlanan formda yer alan görüşme soruları Büyüktepe, Gökdemir, Korkmaz'ın (2019) çalışmasından 4 boyut ve 16 soru şeklinde hazırlanmıştır. Seyahat Acentaları ve Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü için hazırlanan formlardaki görüşme soruları için uzman görüşü alınmıştır. Bu noktada Afyonkarahisar ilinde eylemli rehber olarak görev yapan ve aynı zamanda akademisyen olan 4 uzmanın görüşüne başvurulmuştur. Uzman görüşleri doğrultusunda seyahat acentaları için hazırlanan formda 7 soru, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü için hazırlanan formda 6 soru yer almıştır. Araştırma kapsamında son şekli verilen görüşme formları için Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 2025/107 sayılı etik kurul kararı alınmıştır. Etik kurul kararının akabinde kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak 15.02.2025-15.05.2025 tarihleri arasında katılımcılar ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler kapsamında Afyonkarahisar ili ve

çevresinde tur gerçekleştiren ve ikametgahı Afyonkarahisar olan 8 turist rehberinden, ilde kültür turları düzenleyen 5 seyahat acentası temsilcisinden ve Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden (Müdür yardımcısı) veri elde edilmiştir.

Elde edilen veriler daha sonra araştırmacılar tarafından deşifre edilerek bilgisayar ortamına aktarılmış ve düzenlenmiştir. Sonraki aşamada veri seti üç uzman ile paylaşılarak açık ve gizli içerik kodlaması ile araştırmaya ilişkin kodları belirlemeleri talep edilmiştir. Araştırma analizinin sonraki aşamasında veriler Maxqda nitel veri analiz programına aktarılarak belirlenmiş tema (turist rehberleri için 4, seyahat acentaları için 1 ve İl Kültür Turizm Müdürlüğü için 1) ve kodlar (turist rehberleri için 15, seyahat acentaları için 4 ve Kültür Turizm Müdürlüğü için 2) doğrultusunda metin tekrar tekrar okunmuş ve ilgili kodlara metin ataması gerçekleştirilmiştir. İlgili atamaların sonucunda veri setindeki bulgular turist rehberleri, seyahat acentaları ve yerel yönetimler bağlamında ayrı ayrı değerlendirilmiş ve çeşitli yorumlamalarda bulunulmuştur.

3. Bulgular

Bu bölüm araştırma kapsamında elde edilen verilerin araştırma amacına uygun incelenmesiyle elde edilen bulguları içermektedir.

Turist Rehberlerine İlişkin Bulgular

Katılım sağlayan turist rehberlerinin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde katılımcılara Tablo 1'de görüldüğü gibi K1, K2, K3... şeklinde kodlanmıştır ve katılımcılardan alınan alıntılar bu kodlara göre ifade edilmiştir.

Tablo 1

Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Medeni Durum	Yaşınız	Öğrenim Durumu	Mesleki Deneyim
K1	Erkek	Evli	31 - 40 yaş	Lisansüstü	0 - 10 yıl
K2	Erkek	Evli	31 - 40 yaş	Doktora	11 - 20 yıl
K3	Kadın	Bekar	31 - 40 yaş	Lisans	0 - 10 yıl
K4	Erkek	Evli	51 ve üzeri	Lisansüstü	0 - 10 yıl
K5	Kadın	Evli	31 - 40 yaş	Lisans	11 - 20 yıl
K6	Erkek	Bekar	31 - 40 yaş	Ön Lisans	0 - 10 yıl
K7	Erkek	Bekar	31 - 40 yaş	Lisans	11 - 20 yıl
K8	Kadın	Bekar	21 - 30 yaş	Lisansüstü	0 - 10 yıl

Katılımcıların demografik özelliklerine dayalı olarak yapılan analiz, turist rehberliği alanında çeşitlilik ve farklı profillerin olduğunu göstermektedir. Çoğunluğu erkek, evli ve 31-40 yaş aralığında olan katılımcılar, turist rehberliği mesleğinde daha fazla temsil edilmektedir. Bununla birlikte, kadın katılımcılar da aktif olarak bu alanda yer almaktadır. Katılımcıların genellikle lisansüstü ve lisans düzeyinde eğitim aldığı görülmektedir, bu da turist rehberliği mesleğinin iyi eğitilmiş bireyler tarafından icra edildiğini göstermektedir. Mesleki deneyim açısından, katılımcıların çoğunluğu 0-10 yıl arasında deneyime sahipken, uzun yıllardır bu alanda çalışanlar da bulunmaktadır. Bu bulgular, turist rehberliği mesleğinin farklı demografik gruplara açık olduğunu ve her bir katılımcının deneyimleri ve perspektifleriyle birlikte geniş bir mesleki yelpazeyi temsil ettiğini göstermektedir. Kelime frekans analizi ve kelime bulutu oluşturma yöntemleri kullanılarak betimsel bulgular ortaya konulmuştur. Bu çalışma kapsamında fiziksel, sosyal, kişisel ve yönetsel sorunların anahtar kavramları belirlenmiştir. Analiz için MAXQDA 2020 paket sürümü yazılımının MAXDicto sekmesi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 8 kişinin tüm ifadeleri listelenmiş ve sözcüksel taramaya tabi tutulmuştur. Tarama sonucunda analize göre toplamda 8119 kelime sıklığı

ve 695 kelime grubu tespit edilmiştir. Kelime grubuna ilişkin kelime bulutu Şekil 1' de gösterilmektedir.

Şekil 1

Turist Rehberlerinden Elde Edilen Veri Setine İlişkin Kelime Bulutu



Şekil 1’de gösterilen kelime bulutu incelendiğinde ilk olarak, katılımcıların genel olarak turist rehberliği konusunda net ifadeler kullandıkları dikkati çekmektedir. En sık kullanılan "Kesinlikle" sözcüğü katılımcıların bazı konularda kesin bir şekilde düşündüklerini ve ifadelerini net bir şekilde ilettiklerini göstermektedir. Konu ile ilgili katılımcılardan K8’e yöneltilen “Acentaların turist rehber taban yevmiyesi altında rehber çalıştırmak istemeleri hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?” sorusuna K8 net ve kesin bir dil kullanarak, “...Kesinlikle karşıyım, emeğin karşılığı ne ise verilmeli diye düşünüyorum...” şeklinde cevap vermiştir. Diğer yandan "Yeterli" sözcüğünün sıkça kullanılması dikkati çekmiştir. Katılımcılara yöneltilen “Turlarda yemek, dinlenme ve tuvalet gibi ihtiyaçların giderilmesine yönelik tesisler yeterli midir?” sorusuna K2 “...Ana güzergahlarda böyle yerler yeterli olmasına rağmen, çoğu turda ana güzergâh dışında bir yoldan gitmeniz gerekiyor ve tesisler yeterli olmuyor...” yanıtını verirken K5’de “...Maalesef yeterli değil. Mevcut tesisler özellikle kalabalık gruplarda turizm hizmeti verebilecek bantta çalışmamaktadır...” yanıtını vermiştir ve bu yanıtlar da katılımcıların turist rehberliği hizmetlerinin belirli alanlarda yeterli olmadığına dikkat çektiklerini göstermektedir. Bu da katılımcıların sektördeki iyileştirme alanlarının ve eksikliklerin belirlenmesi gerektiğini düşündükleri yönünde yorumlanmıştır.

Turist rehberleri ile gerçekleştirilen görüşmeler için oluşturulan kelime bulutu sonrasında görüşmelerden elde edilen ve temalar altında yer alan kodlara ilişkin sayısal değerler Tablo 2.’de yer almaktadır. Katılımcıların araştırma kapsamında ele alınan kodlara (konulara) ne sıklıkla ve ne oranda görüş bildirdiğini gösteren tabloda en yüksek frekans değerine sahip kod yönetsel sorunlar altında yer alan "Diğer rehberlerin yasaya aykırı davranması ve bunun yarattığı baskı" kodudur. Buna göre katılımcı konumundaki diğer turist rehberleri diğer turist rehberlerinin yasaya aykırı davranmaları konusunda endişe duyduklarını ve bu durumun baskısı altında olduklarını göstermektedir. Bu durum, turist rehberlerinin mesleki etik ve yasal sorumluluklarını korumak için daha fazla önlem alınması gerektiği konusunda bir uyarı niteliği taşımaktadır. Bununla ilgili olarak katılımcıların yanıtları şöyledir;

K2: “... İçimizde yasayı çiğneyenler var.... ...Önceden de bahsedildiği gibi garanti bir gelirin olmaması insanı buna zorluyor. Ancak rehberler ortaklaşa hareket ederlerse bunun önüne

geçebilirler...”

K4: “...Zaten tüm baskı ve kontroller turist rehberleri üzerinde yapılıyor. Düşük ücrete çalıştırılmak istenmesi, mesai mefhumu gözetilmemesi, denetlemelerde ısrarla açık aranması daha ne tür baskı olabilir ki...” “...Her zaman rehber bulamamaktan şikâyet eden seyahat acentaları işlerine gelmediği için bulundukları yerin rehberler odasını arayıp da rehber talep etmiyorlar neden çünkü Rehberler Birliği az da olsa rehberlerin hak ve hukukunu savunmaya çalışıyor seyahat acentalarıda ısrarla rehberlerin hakkını vermek istemiyor. Turizm bakanlığı ve Türkiye rehberler birliği hak veren makam seyahat acentalarda hakkı ihlal eden makamlar bu iletişimsizliğin sebebi...”

K8: “...Herkes yasaya uysun ama bazen rehberleri de oldukça zorluyorlar...”

Tablo 2

Turist Rehberlerinden Elde Edilen Veri Setine İlişkin Tema-kod Frekans Analizi

Tema ve kodlar	Frekans	Grup içi %	Genel %
1 Fiziki Sorunlar			
1.1 Ulaşım ve transfer ile ilgili sorunlar	9	32,14	5,73
1.2 Turist güvenliği ve önlemler ile ilgili sorunlar	11	39,29	7,01
1.3 Turistik tesislerinin yeterliliği ile ilgili sorunlar	8	28,57	5,10
2 Sosyal Sorunlar			
2.1 Turist rehberinin taban yevmiyeyle çalışmaya zorlanması	9	16,98	5,73
2.2 Meslek Yasası (6326) ve hakların korunması ile ilgili sorunlar	11	20,75	7,01
2.3 Acentaların rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlaması	9	16,98	5,73
2.4 Maddi kazanç yetersizliği	12	22,64	7,64
2.5 Gelir belirsizliği	12	22,64	7,64
3 Kişisel Sorunlar			
3.1 Tur hakkında yetersiz bilgiye sahip olma ve tecrübesizlik	10	35,71	6,37
3.2 Turistlerin beklentilerini karşılayamama endişesi	9	32,14	5,73
3.3 İkna kabiliyeti ile ilgili sorunlar	9	32,14	5,73
4 Yönetsel Sorunlar			
4.1 Yasadışı (kaçak) rehberlik uygulamalarının varlığı	10	20,83	6,37
4.2 Alternatif faaliyetlerde bulunma	10	20,83	6,37
4.3 Diğer rehberlerin yasaya aykırı davranması ve bunun yarattığı baskı	18	37,50	11,46
4.4 Acenta ve rehberler arasındaki iletişim sorunları	10	20,83	6,37
Toplam	157		100

Tablo 2’de yer alan "Gelir belirsizliği " ve "Maddi kazanç yetersizliği" kodları, turist rehberliği mesleğindeki ekonomik zorlukları ve gelir istikrarının önemini vurgulamaktadır. Katılımcılar, turist rehberlerinin sabit bir gelir kaynağına sahip olmamasının aile geçimini sağlama konusunda zorluklara yol açtığını ve bu durumun sektördeki çalışanlar için endişe verici bir durum olduğunu belirtmektedir. **K1**’in “...Kıyı kesimlerde evet. Anadolu içlerinde hayır. Yabancı turist odaklı sistemini kurabilen rehber para kazanıyor. Harici çok zor...” ve “...Rehberlikte Gelecek planlaması yapamazsınız” ifadeleri bu durumu özetler niteliktedir. Diğer yandan Tablo 2’de yer alan " Meslek Yasası (6326) ve hakların korunması ile ilgili sorunlar" kodu, katılımcıların turist rehberliği mesleğinin yeterince korunup desteklenmediği konusunda düşüncelerini yansıtmaktadır. Bu da turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken haklarının ve mesleki standartların güvence altına alınması gerektiğini vurgulayan bir konudur. Bu hususta **K2** “...Meslek yasası yeterli ancak uygulamada sıkıntılar var...” ifadesini kullanırken, **K4** “...profesyonel turist rehberlerinin para kazanmasına (kaçak) rehber olmayan kişileri kullanarak engel oluyorlar. Tabi bu da hem seyahat edip hizmet almak isteyen tüketicilere hakaret hem de bu işin eğitimini almış emek harcamış maddi manevi beklenti içinde olan rehberlerin hak ve hukuklarını ihlal etmek anlamına geliyor” ifadesini

kullanmıştır.

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda “Turist güvenliği ve önlemler ile ilgili sorunlar” kodu altında Afyonkarahisar’ı ziyaret eden turistlerin güvenliği için alınan önlemlerin yetersiz olduğu yönünde önemli tespitler yapılmıştır. Katılımcılar, turistlerin güvenliği ve sağlığını korumak için daha fazla önlem alınması gerektiğini düşünmektedir. Örneğin, **K2** “Ören yerlerinde önlemler çok düşük seviyede. Çoğu ören yerinde hiçbir önlem alınmıyor” ifadesi ile durumu özetlerken, **K5** “Herhangi bire önlem alındığını düşünmüyorum”, **K1** ise “Her yer için geçerli değil fakat bazı noktalarda ciddi aksaklıklar var. Mesela Ayazini deki tarihi katlı apartmanın merdivenlerinde korkuluk yok. İkinci kata çıkmak isteyenler için tehlikeli bir durum” ifadesini kullanmıştır. Tabloda dikkati çeken bir diğer husus “ Yasadışı (kaçak) rehberlik uygulamalarının varlığı” hususudur. Katılımcılar, bu konunun önemli bir endişe kaynağı olduğunu ve bu tür uygulamaların engellenmesi ve denetlenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. **K7** bu konuda “...seyahat acentaları işlerine gelmediği için bulundukları yerin rehberler odasını arayıp da rehber talep etmiyorlar” ifadesini, **K1** ise “Afyon da mükemmel derecede yaygın ... kendini uzman diyerek tanıtan şarlatanlar Frig Vadisine rehber sokmuyorlar...” ifadesini kullanmıştır.

Tablo 2’deki verilere göre, “ Ulaşım ve transfer ile ilgili sorunlar ”, “Acentaların rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlaması”, “Turistlerin beklentilerini karşılayamama endişesi” ve “ Turistik tesislerinin yeterliliği ile ilgili sorunlar” gibi konular, katılımcılar arasında diğerlerine oranla daha az sıklıkla dile getirilen konular olarak ortaya çıkmaktadır. Buna bağlı olarak ilgili konuların genel olarak diğer konulara kıyasla daha az önem verilen veya daha az sorun yaşanan konular olduğunu söylemek mümkündür. Ulaşım ve transfer sorunları, turist rehberliği deneyiminde önemli bir unsurdur. Ancak, verilere göre katılımcılar bu konuda daha az endişe duymaktadır. Örneğin **K7** buna ilişkin olarak “Ana güzergahlarda böyle ulaşım yeterli olmasına rağmen, bazen turda ana güzergâh dışında bir yoldan gitmeniz gerekiyor...” görüşünü dile getirmiştir. Bir diğer husus olan acentaların rehberleri satış odaklı çalışmaya zorlaması hususunda da katılımcılar arasında bu konuda endişe duyanların sayısının düşük olduğu saptanmıştır. **K6** bu hususta “Afyonkarahisar için sorulduğunda zaten bu şekilde bir durum söz konusu değil. Diğer şehirler ele alındığında kesinlikle desteklemiyorum” ifadesini dile getirmiştir. Turist rehberliği hizmetinde temel bir husus olan turistlerin beklentilerini karşılamama endişesi de görece olarak az değinilen bir husustur. Bu hususta **K1**, **K3**, **K5** ve **K7** nadiren bu sorunu yaşadığını dile getirirken **K8** “En başta çok detaya takıldım ama aslında müşterinin istediği yeterli bilgi ve güzel bir tur o kadar” ve **K2** “Kesinlikle oluyor. Bizim amacımız turistleri memnun etmek. Onların memnun olmadığı bir tur ne kadar iyi olursa olsun başarılı olamaz. İşin en zor kısmı turist beklentilerini karşılamak.” Şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 2’den elde edilen Afyonkarahisar ilinde turist rehberliği mesleğinde yaşanan sorunlara ilişkin bulgular, sektördeki çeşitli zorlukları ve iyileştirme potansiyellerini ortaya koymaktadır. Turist rehberlerinin mesleki eğitimi, gelir istikrarı, meslek etiği ve yasal sorumluluklar gibi alanlarda alınacak tedbirler daha sürdürülebilir ve gelişmiş bir mesleğe katkı sağlayabilir. Ayrıca sektördeki paydaşlar arasında daha etkin bir iletişim ve iş birliği, turist rehberlerinin yaşadığı sorunlara çözüm sağlayabilir. Bu sayede turist rehberleri hem mesleklerinde daha iyi bir çalışma ortamına sahip olabilir hem de turistlere daha kaliteli hizmet sunabilirler. Bu bulgular, turizm sektöründe turist rehberliği mesleğinin geliştirilmesi ve sektöre değer katması için önemli bir kaynak olarak değerlendirilebilir.

Seyahat Acentalarına İlişkin Bulgular

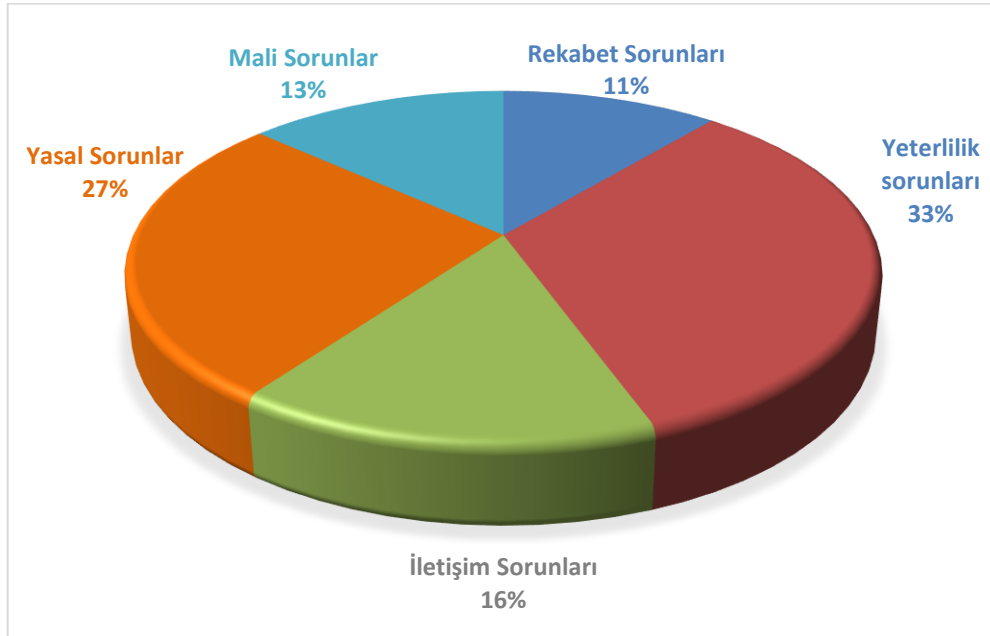
Turizm sektörünün büyümesi için seyahat acentalarının Türkiye’de yaygınlaşması ve turizm üzerindeki etkilerinin artırılması büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, seyahat acentalarının karşılaştığı zorlukları analiz etmek ve etkili çözümler sunmak çok önemlidir (Buzcu, & Oğuz, 2015). Araştırma kapsamında turist rehberleri ile en fazla etkileşim içerisinde bulunan seyahat acentalarının,

turist rehberleri, mevzuat, ilgili bakanlık ve diğer turizm seyahat acentaları ile yaşadıkları sorunların ortaya konulması amacıyla kültür turları düzenleyen seyahat acentalarıyla görüşmeler yapılmıştır. Bu bağlamda 5 farklı turizm seyahat acentasının görüşleri alınarak en çok ve en az değinilen sorunlar ortaya çıkarılmıştır. Bu aşamada veri seti incelenerek araştırmacılar tarafından Rekabet sorunu, Yeterlilik sorunu, İletişim sorunu, Yasal sorunlar, Mali sorunlar olmak üzere 5 tema oluşturulmuştur. İlgili temalardan rekabet sorunları işletmelerin birbiri ile olan pazar çekişmesi, fiyat politikası, rant, kayırcılık gibi temel unsurları kapsamaktadır. Diğer yandan yeterlilik sorunları teması eğitim, kalifiye eleman, çalışanların yeterli sayıda olmaması gibi unsurları içermektedir. İletişim sorunları temasında işletmelerin diğer işletmeler ve çalışanlar arasındaki yaşadığı bireysel ve kurumsal iletişim sorunları ele alınırken, yasal sorunlar temasında hukuki ve cezai işlemlerin, yasaya aykırı davranışların olduğu durumlar incelenmiştir. Son olarak mali sorunlar temasından ise işletmelerin yeterli bütçelere sahip olamamaları, ekonomik sorunlar ve aidat gibi sorunlar yer almaktadır. İlgili temalara yönelik gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen yüzde değerleri ise Şekil 2’de sunulmuştur.

Şekil 1’de görüldüğü üzere seyahat acentalarının sorunlarının büyük bir bölümü yeterlilik sorunları teması altında yer almaktadır. Bu durum turizm sektöründe eğitime çok daha fazla önem verilmesi gerekliliğini, turizm çalışanı yetiştiren kurumlar ile işletmeler arasında iş birliklerinin çoğaltılması ihtiyacını ortaya koymaktadır. Diğer yandan yasal sorunlar temasının ikinci sırada yer alması da etik iklimin önemini işaret etmektedir. Bu noktada etik iklimin sağlanması için öncelikle eğitime yeteri kadar önem verilmesi gerektiği de unutulmamalıdır. Nitekim toplumlarda genel kanı olarak eğitilmiş bireylerin yasal mevzuata daha çok uyması beklenilmektedir.

Şekil 2

Seyahat Acentalarının Sorunları



Seyahat acentalarında yeterlilik sorununun ortaya çıkmasına neden olan temel faktörün eğitim olduğu; bununla birlikte turizm işletmeleri ve eğitim kurumları arasında iş birliği eksikliği olması, farklı istihdam türlerinin mevcut olması ve nitelik sorunlarının bu durumu ortaya çıkarttığı öngörülmektedir. Bu duruma örnek olarak verilen yanıtlardan bazılarının eğitim açısından durumu değerlendirmekte iken, bazı yanıtlar ise tur öncesi, esnası ve sonrasında yaşanan eksikliklere dem

vurmaktadır. Örneğin;

S2: “...Yok açıkçası biz işi bilenlerden çok işe ihtiyacı olan insanlarla çalışıyoruz. Çünkü işi bilen insanların yani birçok konuda çakallık yapabileceğini düşündüğüm için ki kendimden ödün verebilirim. Yani işe ihtiyacı olan insana işi öğrettikten sonra ondan istediğiniz verimi alabilirsiniz. Yani turizm konusunda da yani özetle tabii ki turizm mezunu olan insanları çalıştırmaya özen gösteriyoruz ama burada asıl benim kriterim işe ihtiyacı olması, işi bilenden çok işe ihtiyacı olması. Aslında çok fazla rağbet yok. Özellikle turizm öğrencilerinin yani şöyle bir şey yani bunu meslek haline getirecek olan insanların ki özellikle rehberlik yapacak olan insanların acentacılık olayını da öğrenmeleri gerekiyor...”

S2: “Aslında Afyon'da şöyle söyleyelim gününbirlik turlarda rehber alan nadir acentalardan bir tanesiyiz. Yani rehbersiz turlara kesinlikle çıkmıyoruz. Ama Afyon'da 17-18 yaşındaki çocukları ki daha yani SSK'sı bile olmayan çocukları, turlara gönderen firmalardan dolayı biz sıkıntı yaşıyoruz açıkçası...”

S1: “...Biz Afyon'da yaşıyoruz acentamız Afyon'da olduğu için. Küçük bir şehir, buradaki potansiyel de belli öyle olduğu için rehber sayısı az, biz ne yapıyoruz öyle olduğu için araç kalktığı anda rehber olmak zorundayız ama biz genelde gittiğimiz yerden rehber alıyoruz. Kapadokya'ya gittiğimizde Kapadokya'dan, İstanbul'a gittiğimiz zaman İstanbul'dan, İzmir'e gittiğimizde yine oradan ya da o bölgedeki rehberlerden almaya çalışıyoruz. Çünkü o bölgeye hakim bizim için daha avantajlıdır...”

S3: “...Turizm konusunda yeterli kalifiyede eleman çok bulamıyoruz. Aldığımız kriterle de görevine göre, pozisyonuna göre değişiyor...”

En az sıklıkta görülen mali sorunlar teması ve iletişim sorunları temasına yönelik verilen cevaplar ise şu şekildedir;

S5: “...Frig vadisi geliştirmekte olan bir destinasyon bu aşamada teşviklerle bir Kapadokya olunması zor değil. Haftada bir gün yerli gruplara Frig vadisi turu yapıyoruz ama turist sayısı az maalesef...”

S1: “...Yani diksiyon önemli, giyim kuşam önemli, insanlara karşı hitap, en önemlisi sabır, uyku. Yani örnek verelim İstanbul'a gideceğiz tura eee adam görevli arkadaş uyuyor ya şimdi kaldıramadığın zaman uykusu ağır olduğu zaman sıkıntı ya da gece 3'te tur çıkacak hadi sen 2 3 saat uyu sonra kalkar tura gidersin dediğin zaman uykusu ağırsa bunu aradığın zaman ulaşamadığın zaman problem. Ya da diyelim ağzı bozursa örnek veriyorum konuşmasında görüşmeye geliyor gayet kibar konuşuyor, tura çıktığı zaman telefonda bağıra bağıra konuşuyorsa, müşteriye rahatsız edecek şekilde sarkıntılık tarzı şeyleri yapıyorsa bunlar bizim personel açımızdan sıkıntı. Çünkü Afyon küçük bir şehir en ufak bir şey duyulabiliyor burada bizim açımızdan sıkıntı...”

Sonuç olarak, seyahat acenteleri arasında yeterlilik sorunlarının yaygınlığı, turizm sektöründe eğitime yönelik kapsamlı bir yaklaşımın gerekliliğinin altını çizmektedir. Turizm bileşenleri ile eğitim kurumları arasındaki bağlantıların güçlendirilmesi, sektörün karşılaştığı zorlukların ele alınması açısından hayati önem taşımaktadır. Yasal sorunlar da bunu yakından takip etmekte ve hem etik hem de eğitim müdahalelerine duyulan ihtiyaca işaret etmektedir. Mali sorunlar ve iletişim sorunlarının nispeten az görülmesi, seyahat acentelerinin yararına olacak şekilde bu alanlarda hedefe yönelik iyileştirmeler yapılabileceğini göstermektedir.

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne İlişkin Bulgular

Turizm sektörünün resmi paydaşlarından olan İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, illerin turizm konulu sorunlarını ortaya çıkarmakta önemli bir konumdadırlar. Bu nedenle araştırmanın

temel amacı kapsamında Afyon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile görüşme gerçekleştirilmiştir ve yanıtlar kayıt altına alınmıştır. Gerçekleştirilen görüşme sonucunda mali sorunlar ve iletişim sorunları ön plana çıkmış, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile seyahat acentaları ve rehberler arasında iletişim kopukluğu olduğu saptanmıştır. Bu hususta verilen **İKTm**: “...Yapılan faaliyetlerde son zamanlarda birlikte yürümeye devam ediyoruz. Sivil toplum örgütleriyle, kamu kurum ve kuruluşlarıyla birlikte bir arada yol yürümeye çalışıyoruz. Yani yapacağımız etkinliklerde olsun, çalışmalarda olsun birlikte hareket etmeye özen gösteriyoruz. Elimizden geldiği kadarıyla. Neden? Birlikten güç doğar. Yani ayrı ayrı yapmaktansa birlikte yapmak hepsinden faydalı olacağını düşünüyoruz daha doğrusu...” yanıtı durumu özetler niteliktedir. Bu durum turizm sektörünün paydaşlar arasında sağlıklı iletişimin riskli bir durumda olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte verilen yanıtların seyahat acentaları sahiplerinin yanıtları ve turist rehberlerinin yanıtları ile çakışması da dikkate değer bir diğer husustur. Diğer yandan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün yatırımlar üzerine verilen cevaplarla turizm sorunlarını çözme noktasında yetersiz olduğu görülmüş ve mali sorunların kurum özelinde değerlendirildiği saptanmıştır.

İKTm: “...Bugün Afyonkarahisar’da turizme yönelik 27 bin yatak kapasitesine ulaştık. Bunlar yatırımlarla birlikte dahil ettiğimizde önümüzdeki yıllarda 30 bin yatak kapasitesine çıkarmayı hedefliyoruz. Yıllık ortalama misafir ağırlaması, Afyonkarahisar’ın bu konaklama tesislerine termal turizmde konaklama tesisi demek ki ilk 10 ayı söylemiştir bizim bir şefimiz ilk on ayı 1 milyon küsur bin lira oldu. Dediğim gibi 1 milyon küsur bin rakamına ulaştık şu anda...”

“...Yatırımlarda en büyük sorun bütçe yetersizlikleri, birinci aşamada bu. Kaynak üretmede bütçenin yeterli olmayışı veya yıllara sari yapılan yatırımlarda yeterli kaynak üretemememiz. Yani yatırımlar hep kaynak bütçeye dayalı, yıl içerisinde yeterli bütçe sağlayamadığımız için. Biz yerel yönetim olarak, şey olarak genel bütçeye tabiyiz, Bakanlık olarak genel bütçeye tabiyiz. Kullandığımız kaynaklar hep genel bütçe kaynakları, bakanlık kaynaklar yani...”

“...Afyonkarahisar’da 2017 yılında başladık yeni müze inşaatıyla ilgili 25 bin metre kare alana sahip 55 bin arsası olan bölgenin en iyi bir müze kompleksi içerisinde eee 50.000 eser. 1 müze, yeni müze inşaatı yatırımımız var. İkinci bir konu belediye iş birliği içerisinde Sandıklı İlçe Halk Kütüphanesi yeni bir, yeni bir binamız var. Yeni bina yapıyoruz. Kütüphane binası. Diğer bir konu merkezde belediye, Afyonkarahisar Belediyesi iş birliğinde yeni bir kütüphane binası yapıldı. Bunlar da tabii hem bir tarafı kültüre dayanıyor hem bir tarafı turizme dayanıyor...”

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından verilen yanıtlar, yatırımların turizme yönelik olduğunu ima etmektedir. Ancak daha yakından incelendiğinde kültürel ve eğitsel çabalara ağırlık verildiği görülmektedir. Turizm konusundaki kararlılığa rağmen, kaynakların etkin kullanımı konusunda süregelen sorunlar, stratejik mali planlama ve tahsisat ihtiyacına işaret etmektedir. Kültürel yatırımlara odaklanılması hem kültürel zenginleşmeye hem de turizm tanıtımına katkıda bulunarak ikili bir fayda sağlamaktadır.

Bu yatırımlar kültür ve eğitim ortamına katkıda bulunabilirken, bölgede turizmin teşvik edilmesine yönelik daha geniş hedeflerle uyumlu olmalarını sağlamak çok önemlidir. Bütçe yönetiminin iyileştirilmesi ihtiyacı ve kaynak yaratma konusundaki zorlukların kabul edilmesi, mali kısıtlamaların üstesinden gelmek için stratejik planlamanın önemini vurgulamaktadır.

Sonuç olarak, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nden gelen yanıtlar, Afyonkarahisar’da turizmle ilgili zorluklar ve girişimler hakkında değerli bilgiler sunmaktadır. Tespit edilen mali sorunlar ve iletişim sorunlarının paydaşlar arasında iş birliği gerektiren alanlar olduğu görülmektedir. Kültürel yatırımlara odaklanılması, kültürel kalkınma için faydalı olmakla birlikte, bu girişimlerin bölgede turizmin teşvik edilmesine yönelik genel hedeflere etkili bir şekilde katkıda bulunması sağlanmalıdır. Bu noktada finansal zorlukların ele alınması, iletişim kanallarının iyileştirilmesi ve

kültürel yatırımların turizm hedefleriyle uyumlu hale getirilmesi, Afyonkarahisar'da sürdürülebilir ve canlı bir turizm sektörünün teşvik edilmesi için önemli adımlardır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırma, Afyonkarahisar ili ve çevresinde görev yapan turist rehberlerinin karşılaştığı sorunları belirlemeyi ve bu sorunlara yönelik potansiyel çözüm önerileri sunmayı amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemleriyle üç farklı örneklem grubundan elde edilen veriler, turist rehberlerinin çalışma koşulları, mesleki yeterlilikleri, seyahat acenteleriyle ilişkileri ve bölgenin turizm potansiyeli gibi çeşitli konularda önemli zorluklarla karşılaştığını göstermiştir. Araştırma bulgularına göre, Afyonkarahisar'da rehberlik hizmeti sunan turist rehberleri, genel olarak Türkiye'de turist rehberliği mesleğinde karşılaşılan sorunlara benzer şekilde, ücretlendirme, çalışma saatleri, sosyal haklar ve mesleki saygınlık gibi konularda sorunlar yaşadığını ortaya koymuştur. Araştırma kapsamında eylemli turist rehberleri ile gerçekleştirilen görüşmelere göre il genelinde en çok karşılaşılan sorunlar yasaya aykırı rehberlik hizmetlerinin (taban ücret altı çalışma, kaçak rehberlik vb.) varlığı ve bu durumun mesleği icra eden eylemli rehberler tarafından endişe ile karşılanması, il genelinde rehberli turların istikrar göstermemesi maddi kazancın yetersiz kalması ve buna bağlı olarak gelir belirsizliği endişesi, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Yasası kapsamında turist rehberlerinin haklarının korunmaması şeklindedir. Bununla birlikte il genelinde faaliyet gösteren seyahat acentalarının temsilcileri ile yapılan görüşmelerde en önemli sorunların turist rehberlerinin mesleğin icrasında yetersiz kalması, kalifiye rehber bulmada zorluk yaşanması, bazı seyahat acentalarının rehbersiz tur düzenlemesi olduğu saptanmıştır. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile yapılan görüşmeler ise kurumun esasen il genelinde turizmin gelişimine odaklandığı belirlenmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgular ortak olarak değerlendirildiğinde özellikle turist rehberleri ve seyahat acentaları tarafından vurgulanan ortak hususlar Afyonkarahisar'da Ayazini başta olmak üzere il genelindeki turistik çekicilik merkezlerinde çalışma kartı olmayan kişilerin kaçak rehberlik faaliyeti gerçekleştirmesi, taban ücret altında tura çıkan rehberlerin var olması, ilde nitelikli/kalifiye rehber bulma sıkıntısı çekilmesi, ile yönelik turların düzenli olmaması ve buna bağlı ortaya çıkan gelir belirsizliğidir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, konu ile ilgili olarak daha önce gerçekleştirilmiş bilimsel çalışmalarda da dile getirilmiştir. Turist rehberliği mesleğinin sorunları üzerine ilk çalışmalardan birini gerçekleştiren Ercenk (1992), kaçak ya da korsan rehber çalıştırılması sorununa özellikle vurgu yapmıştır. İlhan ve Soybalı (2018) ise bu çalışmada da belirtilen turist rehberlerinin satış odaklı çalıştırılması ve turist rehberlerinin taban ücret altında çalışmaya zorlanması hususlarına vurgu yapmışlardır. Benzer şekilde Kapadokya'da hizmet veren turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunlar üzerine çalışma gerçekleştiren Karacaoğlu ve Sert (2018), çalışma sonucunda en önemli üç sorunun kaçak rehberlik faaliyetleri, acentaların taban ücretin altında turist rehberi çalıştırmak istemeleri ve turist rehberliği meslek yasasının rehberlerin haklarını koruma konusunda yetersiz ve eksik kalması olduğunu ortaya koymuşlardır. Eser ve Şahin (2020) de 28 turist rehberinden elde ettikleri veriler doğrultusunda seyahat acentalarının taban rehberlik ücretlerini ödemekten kaçınması, kaçak rehberlik faaliyetleri, meslek etiği yoksunluğu, üniversite ve belediyelerin rehbersiz tur düzenleme faaliyetleri gibi sorunlar olduğunu saptamışlardır. Turist rehberlerinin karşılaştığı birçok sorunun çözümsüz kaldığını ifade eden Pelit ve Katırcıoğlu (2018) 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu, TUREB ve odalar ile ilgili sorunlar bulunduğunu, turist rehberlerinin emeğinin karşılığını alamama başta olmak üzere alanda çeşitli sorunlar ile karşılaştığını ifade etmişlerdir. Mevcut araştırmanın sonuçlarını destekler nitelikteki benzer araştırmaların sonuçlarından da görüldüğü üzere, Türkiye'de turist rehberleri mesleğin icrasında genel olarak kaçak rehberlik, taban ücret altında çalıştırılma baskısı, satış odaklı çalıştırılma ve rehbersiz turlar olması gibi temel sorunlar ile karşılaşmaktadır.

Afyonkarahisar'ın kendine özgü turizm dinamikleri (termal turizm, kültürel miras vb.) turist rehberlerin belirli bilgi ve becerilere sahip olmasını gerektirmektedir. Bununla birlikte araştırma kapsamında saptanan sorunların farklı kapsam ve örneklem grubunu ele alan çalışmalarda da saptanmış olması, sorunların ortak olduğu kadar çözüm önerilerinin de benzer şekilde olması gerekliliğine işaret etmektedir. Bu araştırma turist rehberlerinin mesleki gelişimlerine yönelik sürekli eğitim programlarına ihtiyaç duyulduğunu, seyahat acenteleriyle daha şeffaf ve adil ilişkiler kurulmasının önemini ve destinasyon yönetiminde rehberlerin daha aktif bir rol almasının gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca, Afyonkarahisar'ın turizm potansiyelinin tam olarak kullanılabilmesi için, rehberlerin bölgenin tanıtımına yönelik stratejilerde daha etkin bir şekilde yer alması gerektiği açıktır. Bu araştırmanın sonuçları doğrultusunda, Afyonkarahisar'daki turist rehberliği faaliyetlerinin geliştirilmesi ve sorunların çözülmesi için aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- *Mesleki Eğitim ve Gelişim:* Afyonkarahisar'daki turist rehberlerine yönelik, bölgenin tarihi, kültürel ve doğal mirasını kapsayan detaylı eğitim programları düzenlenmelidir. Bu programlar, rehberlerin bilgi düzeylerini artırmanın yanı sıra, iletişim becerilerini, problem çözme yeteneklerini ve turistlerle etkileşimlerini geliştirmelerine yardımcı olmalıdır.
- *Seyahat Acenteleriyle İlişkilerin İyileştirilmesi:* Turist rehberleri ile seyahat acenteleri arasındaki ilişkilerin daha şeffaf, adil ve sürdürülebilir bir zemine oturtulması gerekmektedir. Acenteler, rehberlerin ücretlerini zamanında ödemeli, çalışma koşullarını iyileştirmeli ve mesleki saygınlıklarını desteklemelidir. Ayrıca, rehberlerin acenteler tarafından satış yapmaya zorlanması gibi uygulamalardan kaçınılmalıdır.
- *Destinasyon Yönetiminde Rehberlerin Rolünün Artırılması:* Afyonkarahisar'ın turizm stratejilerinin belirlenmesinde ve uygulanmasında turist rehberlerinin daha aktif bir rol alması sağlanmalıdır. Rehberler, bölgenin tanıtımına yönelik pazarlama faaliyetlerine katılmalı, yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesine katkıda bulunmalı ve turistlerin geri bildirimlerini destinasyon yönetimiyle paylaşmalıdır.
- *Yasal Düzenlemeler ve Denetim:* Turist rehberliği mesleğinin yasal çerçevesi güncellenmeli ve mesleki standartların uygulanması konusunda daha sıkı denetimler yapılmalıdır. Özellikle, kaçak rehberlik faaliyetlerinin önlenmesi ve turistlerin güvenliğinin sağlanması için gerekli önlemler alınmalıdır.
- *Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları:* Afyonkarahisar'daki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için turist rehberlerinin bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi önemlidir. Rehberler, çevreye duyarlı turizm uygulamaları konusunda turistleri bilgilendirmeli, kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunmalı ve yerel halkın turizmden en yüksek düzeyde fayda sağlamasına yardımcı olmalıdır.

Bu önerilerin hayata geçirilmesi, Afyonkarahisar'daki turist rehberliği mesleğinin kalitesinin artırılmasına, turist memnuniyetinin yükseltilmesine ve bölgenin turizm potansiyelinin tam olarak kullanılabilmesine katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte mevcut çalışma bulguları dikkate alınarak ilerleyen dönemde nicel ve nitel araştırma yöntemlerini birlikte ele alan, turist rehberliğinin sorunlarını bölgeler bazında karşılaştırmalı olarak ortaya koyan, turist rehberliğinin sorunlarını dönemsel olarak ele alan geniş kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilmesi ile ilgili literatüre daha çok katkı sağlanacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde rehberlik*. Gazi Kitabevi.
- Akkuş, G. & Güllüce, A. Ç. (2016). Turist rehberlerinin iş-yaşam dengesi, tükenmişlik ve işten ayrılma niyetlerinin incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 917-933.
- Ap, J. & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 117-134.
- Black, R. & Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: A systematic review. *Journal of Tourism Studies*, 16(1), 24-37.
- Buzcu, Z. & Oğuz, S. (2015). Adana'daki A grubu seyahat acentalarının sorunlarını belirlemeye yönelik bir çalışma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 78-85.
- Büyüktepe, H. S., Gökdemir, S. & Korkmaz, H. (2019). Turist rehberlerinin sorunları üzerine nitel bir araştırma: Çanakkale örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14, 94-117.
- Çetin, G. & Yarcın, Ş. (2017). The professional relationship between tour guides and tour operators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(4), 345-357.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye'de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189-196.
- Ercenk, G. (1992). Turist rehberliği mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 14-16.
- Eser, S. & Şahin, S. (2020). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan güncel sorunlar üzerine bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2020, 4(2): 1344-1355.
- Gökdemir, S. & Hacıoğlu, N. (2018). Turist rehberlerinde tükenmişlik ve meslekten ayrılma niyeti. *Bahkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(39), 511-541.
- Güzel, F. Ö., Türker, A. & Şahin, İ. (2014). Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 173-190.
- Huang, S., Hsu, C. H. & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- İlhan, Y. & Soybalı, H. H. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 13-23.
- Karacaoğlu, S. & Sert, A. N. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(3), 81-99.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kervankıran, İ. (2014). The sustainable usage of geothermal sources and their importance in tourism in Afyonkarahisar. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 6(1), 201-212.
- Koroğlu, Ö. (2013). Turist rehberlerinin iş yaşamındaki rolleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.



- Mason, M. (2010). *Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews*. In Forum qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative social research 11(3), 1-19.
- Pelit, E. & Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 74-94.
- Sandıkçı, M. & Özgen, Ü. (2013). Afyonkarahisar ilinin termal turizm açısından SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 51-79.
- Tsaur, S. H. & Teng, H. Y. (2017). Exploring tour guiding styles: The perspective of tour leader role. *Tourism Management*, 59, 438-448.
- 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.
- WTFGA, (2022). “What is Tourist Guide”, <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> (Erişim Tarihi: 19.03.2022).
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (5. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Zengin, B., Eker, N. ve Erkol, G. (2017). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 168-183.
- UNESCO (2025). *Afyonkarahisar*. <https://www.unesco.org/en/creative-cities/afyonkarahisar?hub=80094>
- UNESCO (2025). *Wooden hypostyle mosques of medieval Anatolia*<https://whc.unesco.org/en/list/1694/>

ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turist Rehberliği Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir. Yazarlar etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgileri (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca burada belirtmişlerdir.

Kurul adı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Tarih: 19.03.2025

Karar No: 2025/107

ARAŞTIRMACILARIN MAKALEYE KATKI ORANI BEYANI

1. yazar katkı oranı : % 50

2. yazar katkı oranı : % 50