

Journal of Applied Tourism Research

2021, Vol. 2, No. 2, 159-168



ISSN: 2717-8951

THE EFFECT OF EXPRESSION PERFORMANCES OF TOURIST GUIDES ON THE TOUR SATISFACTION: A STUDY ON CAPPADOCIA

Özlem ÖZBEK¹ & Ali İSKENDER²

Abstract

In this study, the effect of the narration activity of the tourist guides on tour satisfaction was investigated. Research data were collected by questionnaire technique. The research data were obtained from the tourists who visited Cappadocia with a guide in March-July 2019. Participants were included in the study by simple random sampling method. The obtained data were made ready for statistical analysis. Afterwards, regression analysis was carried out to determine the effect of the narration activity of the tourist guides on the level of tour satisfaction. As a result of this analysis, it was found that the narrative of the tourist guides significantly affected the tour satisfaction level ($\beta,55$) ($p<0.05$). In line with the findings, suggestions were presented such as that the tourist guides should use a dynamic, fluent and interesting style while narrating during the tour.

Keywords:

Tour Guide,
Tourist
Satisfaction,
Tour Guide
Presentation

Article

History:

Received:
24 Nov 2021
Accepted:
30 Dec 2021

TURİST REHBERLERİNİN ANLATIM PERFORMANSLARININ TUR MEMNUNİYETİNE ETKİSİ: KAPADOKYA ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Özet

Bu araştırmada turist rehberlerinin anlatım performansının tur tatmin düzeyi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırma verileri anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırma verileri 2019 yılı Mart-Temmuz ayları içerisinde Kapadokya'yı rehber eşliğinde ziyaret eden turistlerden elde edilmiştir. Katılımcılar basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile araştırmaya dahil edilmiştir. Elde edilen veriler istatistik analizine hazır hale getirilmiştir. Daha sonrasında turist rehberlerinin anlatım etkinliğinin tur tatmin düzeyi üzerindeki etkisi belirleyebilmek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonucunda turist rehberlerinin anlatımının tur tatmin düzeyini anlamlı bir şekilde etkilediği ($\beta,55$) bulgusuna ulaşılmıştır ($p<0,05$). Bulgular doğrultusunda, turist rehberlerinin tur esnasında anlatım yaparken dinamik olup, akıcı ve ilgi çekici bir üslup kullanmaları gibi öneriler sunulmuştur.

Anahtar

Kelimeler:

Turist Rehberi,
Turist tatmini,
Turist Rehberi
Anlatımı

Makale

Geçmişi:

Alınan tarih:
24 Kasım 2021
Kabul tarihi:
30 Aralık 2021

¹ ORCID: 0000-0001-6999-9324, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksekokulu, ozlemtekin10@gmail.com

² Corresponding Author. ORCID: 0000-0003-2753-1242, Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, ali.iskender@atauni.edu.tr

1. Giriş

Bir destinasyona gelişinden ayrılışına kadar, turistlere eşlik eden, bilgi aktarımının yanı sıra her konuda turistlere yardımcı olan turist rehberleri, anlatım yaptığı yeri yansıtan kişi konumundadır. Turist rehberlerinin davranışları ve anlatım etkinliği, temsil ettiği bölge ve toplum konusunda fikir vermektedir. Belki de ilk kez karşılaştığı bir kültürel ortamı deneyimleyen turistler, rehberin anlatım etkinliği ve tur yönetimi becerileriyle, güvende hissetmektedir. Geldiği yere uyum sağlayabilmeleri, yeterli ölçüde bilgi edinebilmeleri ve neticesinde seyahatlerinden memnun olmaları rehberlerin performansına bağlıdır (Tetik, 2006; Yarcın, 2007). Rehberler turist gruplarının memnuniyetini sağlamak için fiziksel, entelektüel ve aynı zamanda duygusal emek harcamaktadır. Rehberlik anlatımının etkin olabilmesi için bazı duygular ön plana çıkartılırken bazıları ise gizlenebilmektedir. Bu bağlamda etkin rehberlik anlatımı ve grupla doğru iletişim, duygu yönetimi ile de doğrudan ilişkilidir (Güzel vd., 2013).

Temel sorumluluğu, yerli ve yabancı turistlere bir bölgedeki somut ve somut olmayan kültürel miras konusunda ilham verici ve eğlendirici bir bilgi aktarımı yapmak olan turist rehberleri, hizmetiyle tur organizasyonunda misafir memnuniyetini en çok etkileyen görevlilerdir. Ziyaretçi gözünden ise, turist rehberi bir gezgindir. Seyahat acentası tarafından seyahat süresince bilgilendirme, açıklama, yönlendirme ve tavsiyede bulunmak ile yetkilendirilmiş kişidir. Tanıtıcı rolüyle turist rehberi, tur rotasına dahil olan her destinasyonla ilgili dikkat çekici ve gerçekçi bilgiler aktarmalıdır. İyi bir eğitimin sonrasında tur operasyonlarında görev almaya başlayan rehberler, turistlerin memnuniyetini sağlamalı ve destinasyonların imajını olumlu yönde geliştirmelidir. Turistlerin memnuniyeti ise pek çok değişkenle ilişkili olmakla birlikte, beklentiler doğrultusunda şekillenmektedir ve tur esnasında ya da sonrasında alınan geri dönüşler ile ölçülmektedir. Turist rehberleri ise, tur memnuniyeti konusundaki olumlu ve olumsuz geri dönüşler çerçevesinde anlatım etkinliğini geliştirmelidir. Bu gereklilikten yola çıkılarak, bu çalışmada turist rehberlerinin anlatım performansının tur memnuniyetine ne derecede etkisinin olduğu araştırılacaktır.

Araştırma, ilgili alan yazında turist rehberliği anlatım performansı ve tur memnuniyeti ilişkisi ile ilgili araştırmaların kısıtlı olması sebebiyle önemlidir. Turistlerin, rehberlerin anlatım performanslarına dair nelerden etkilendiği yerli ve yabancı turistlerin görüşleri karşılaştırılarak incelenecektir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Turist Rehberi Anlatımı

Belli bir dilde uzmanlaşan ve bir destinasyona dair bilgileri uzmanlaştığı bu dilde aktarabilen, misafirin gezi sürecini bir deneyime dönüştürme yetisine sahip kişiye turist rehberi denilmektedir (Ap ve Wong, 2001: 551). Bireysel turist ya da paket tur tercih eden bir turist gurubu, bir yere seyahat gerçekleştiren kişinin / gurubun gittikleri yerde en çok etkileşim halinde olduğu kişi turist rehberidir (Değirmencioğlu, 2001; Genç, 1992). Turist rehberinin destinasyonun özelliğine, tur konseptine uyumlu bir anlatımla bilgi vermesi destinasyonla ilgili akılda kalan olumlu ya da olumsuz bilgi ve deneyimleri şekillendiren bir etkidir. Bu yönüyle de turist rehberleri, bir yerin imajını oluşturan ya da tur operasyonunun başarılı olması adına gerekli kalitede hizmet sunması gereken görevlilerdir (Zhang vd., 2004). Turist rehberlerinin beklentileri karşılar nitelikte hizmet verebilmesi için, yabancı dilin yanı sıra, hem bilgi aktarımı yaptığı bölgenin tarihi ve kültürünü bilmesi hem de ağırladığı misafirlerin kültürüne hakim olması gerekmektedir. İyi bir rehberin aynı zamanda, yönetsel becerileri, davranış psikolojisi ve iletişim kabiliyetlerinin de olması hizmet kalitesini etkileyen diğer etkenlerdir (Weiler ve Black, 2015).

Turist rehberleri, bir tur programının sağlıklı ve güvenli bir şekilde tamamlanmasına dair sorumluluklarının yanı sıra, turistlerin seyahat deneyimlerinin tatmin edici olmasından da yükümlüdür. Turistler ve destinasyonlar arasında bir iletişim köprüsü olan rehberler, turist memnuniyetini sağlayabilmek için ziyaret edilen yerle ilgili bilgi aktarımı yaparken bunu eğlenceli bir üslupla yapmalıdır (aro.org.tr, 2021).

Turist rehberi anlatımının, turistlerin gözüyle değerlendirilmesi ile ilgili araştırmalarda iyi bir rehber anlatımının teorik olarak altı maddelik nitelikte olması gerektiği savunulmuştur (Kim, Airey ve Szivas, 2010; Tilden, 1957):

- Rehber anlatımı tur grubuna özel olmalıdır. Ziyaretçilerin demografik özelliklerine ve seyahat deneyimine uygun bir anlatım yapılmalıdır.
- Bilgilendirme süreci, rehberin kişisel yorumları katılmaksızın yapılmalıdır. Gerçekleri objektif bir şekilde aktarmak gerekmektedir.
- Rehber anlatımı öğretici nitelikte, sanatsal bir üslupta, etkileyici olmalıdır.
- Anlatım üslubu talimat verici şekilde değil, insanları bir eyleme teşvik edici nitelikte olmalıdır.
- Anlatım bir parçadan çok, bütünü aktarmayı amaçlamalıdır. Kavramsal olan bir anlatım, olaylar arasındaki ilişkileri açıklamalıdır.
- Çocuk turistlere gerçekleştirilen anlatım ise yetişkinlere yönelik anlatım içeriğinin seyreltilmesi şeklinde olmamalıdır. Anlatım üslubu yaş grubuna uygun bir dil ile olmalıdır.

Turist rehberinin anlatım etkinliği ile şekillenen turist memnuniyeti turizm pazarını da etkileyen bir unsurdur. Çünkü rehberlerin anlatım etkinliği, turistlerin seyahat ürünleri ve hizmetlerini satın alma tercihlerini etkilemektedir. Beklentileri karşılar nitelikte bir hizmet sunan profesyonel turist rehberinde bulunması gereken özellikler şu şekilde sınıflandırılabilir (iro.org.tr, 2021):

- **Etik Nitelikler:** dürüstlük, alçakgönüllülük, onur, içtenlik, mizah yeteneği, saygınlık ve güvenilirlik,
- **Entelektüel Nitelikler:** gezi düzenlenen bölgeler ile ilgili bilgiye ve sosyo-kültürel meselelere hakim olma,
- **Profesyonel Nitelikler:** planlama, organize etme, koordine etme, iletişim kurma ve yönlendirme yetisi,

2.2. Turist Rehberi Performansı ve Tur Memnuniyeti İlişkisi

Toplumsal pazarlama döneminde olduğumuz bu süreçte, turizm sektöründe de misafir memnuniyeti, işletmelerde turistik ürün üretiminden yönetsel süreçlere kadar her adımı etkilemektedir. Elbette küreselleşmenin toplumlar üzerindeki etkisi de bu süreci şekillendiren bir gerçektir (Çokal ve Büyükkuru, 2018). 2020 yılında dünya genelinde yaşanan pandemi ile birlikte tüm sektörlerde olduğu gibi bir hizmet sektörü olan turizm sektörü de misafir memnuniyeti için sektöre özel uygulamalar gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Daha az sayıda misafir, sosyal mesafe ve hijyen konularında hassasiyet bunlardan bazılarıdır (Aydın ve Doğan, 2020).

Uluslararası rekabetin artması ile birlikte kalite kavramı da değişmiştir. Tüketiciler dijital araçların yaygınlaşmasıyla geçmişe göre seyahat öncesinde çok daha fazla araştırma yapabilmektedir ve her konuda daha seçici daha bilinçli hareket etmektedir. Elbette tur memnuniyeti de, müşterilerin beklentilerini karşıladığı oranda oluşabilecek bir durumdur (LeBlanc, 1992).

Tur memnuniyetini belirleyen öncelikli faktörler, tatile çıkma amacı ve daha önceki deneyimlerin etkisidir. Bir tüketim sürecinden sonra oluşan tur memnuniyetinin, her bir turiste aynı oranda olması ya da olmaması mümkün olamamaktadır (Joppe vd., 2001). Memnuniyeti etkileyen diğer faktörler ise, turistlerin sosyo-ekonomik ve demografik özellikleridir. Kültür, yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, gelir durumu gibi etkenler turistlerin beklentilerini belirleyeceği gibi, aldıkları hizmet karşılığındaki memnuniyet algısını da etkilemektedir (Kozak ve Rimington, 2000). Memnuniyet göreceli bir kavramken ve uluslararası rekabet son derece gelişmiş durumdayken, turizm işletmeleri pazar paylarını artırmak veya maksimum gelir elde etmek için öncelikle mevcut müşterilerinin sadakatini kazanmalıdır. Çünkü, daha önce bir işletmeden ürün ya da hizmet satın alan bir turiste yeniden ürün satmak, hiç satın almamış turiste göre çok daha az maliyetlidir (Kızgın, 2002). Bu nedenle turizm işletmeleri turistlerin ihtiyaç ve isteklerini sürekli takip edip, turistlerin işletmeye aidiyet duygusunu geliştirmek için çeşitli müşteri ilişkileri yönetimi programları uygulamaktadır (Yıldırğan vd., 2016).

Turistik ürünün nitelikleri sebebiyle tur sonrasında turist memnuniyetini ölçme süreci de kolay olmamaktadır. Nihayetinde turistik ürün görmeden satın alınan ve stoklanamayan, üretim ve tüketimin eş zamanlı olduğu, soyut bir özellik taşımaktadır. Sektöre ilişkin turist memnuniyeti konulu diğer araştırmalarda memnuniyetin, temizlik, konum, fiyat, hizmet standardı, işletmenin ve turun güvenliği, personelin tutumu ve eğitim düzeyi, ulaşılabilir olma gibi faktörlere bağlı olduğu ifade edilmiştir (Kılıç ve Pelit, 2004: 116).

Misafir memnuniyetinin ölçümü adına araştırmalarda geçen “Benzeşim ve Zıtlık Teorisi” hizmet alınan işletmeden yeterli ölçüde memnun kalınmasa dahi, turistlerin idare edebileceği kadar hizmet görmesi durumunda sorun oluşmayacağını ve olumsuz bir tepkinin olmayacağını öne süren bir teoridir (Vavra, 1999). Turist rehberlerinin performanslarının turist memnuniyetine etkisini araştıran bir diğer çalışmada da, turistlerin rehber anlatımı sayesinde gezdikleri yerle ilgili yeterli bilgi sahibi olmaları nedeniyle memnun olduklarını fakat rehberlerin tur planına yeterince uymadığı, yani dakik olmadığı gerekçesiyle de memnuniyetsiz olduğu sonuçları tespit edilmiştir. Rehberlerin sahip oldukları nitelikler ve turist memnuniyeti konusunda ise, rehberlerin profesyonel yeterlilikleri ve yönetim yetkinlerini hususlarına dair memnun kaldıkları görülmektedir. Ancak, mesleki sorumluluk, kişisel özellik ve grup içi sorumluluk faktörlerine dair memnun olmadıkları da diğer bir tespit olmuştur (Kılıçlar ve Çevrimkaya, 2019). Benzer bir araştırmada da aynı şekilde turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri arttıkça, turistlerin destinasyona dair genel memnuniyetinin de artmakta olduğu tespiti mevcuttur (Ünal ve Caber, 2019). Zang ve Chow (2004) tarafından yürütülen bir diğer araştırmada da turistlerin, rehberlerin dakik olması, nazik bir üslubunun olması ve yeterli bilgi düzeyine sahip olması sebebiyle memnun oldukları, bunlara ek olarak yabancı dil bilgisi konusunda da yeterlilik bekledikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Yukarıda bahsedilen, Kılıçlar ve Çevrimkaya'nın (2019) araştırmasında rehberlerin kadın ya da erkek olmasının performansı üzerinde etkisi olmadığı yönünde bir tespit olmasına karşın, literatürde bir başka araştırmada erkek turist rehberlerinin, turist grupları tarafından daha kaliteli hizmet sundukları algısı nedeniyle daha çok tercih edildiği bulgusu mevcuttur (Yıldırım ve Özbek, 2019). Profesyonel turist rehberlerinin performanslarının yerli turistler tarafından değerlendirilmesi konulu bir diğer araştırmada ise, yerli turistlerin, turist rehberlerinden bekledikleri ölçüde hizmet alamadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırma bulgularına göre, rehberlerin bilgi -donanım, yetenek ve karakter özelliklerini geliştirmesi gerekmektedir (Olçay vd., 2015). Turist rehberlerinin iletişim becerilerinin, turistlerin tur deneyimi üzerine etkisi konulu bir araştırmada ise, iletişim

becerilerinin turist deneyimi üzerinde etkisinin bulunduğu ve öğrenme, eğlence gibi deneyimlere etkisinin yüksek olduğu tespit edilmiştir (Büyükkuru, 2015). Çapacı ve Temizkan (2020), yerli turistlerin tur kalitesi algısı ve tüketici hakları açısından belgeli rehber ve belgesiz rehber karşılaştırması yapmış ve belgeli turist rehberlerine dair rehberin hizmet kalitesi, rehberden beklentiler, memnuniyet gibi faktörler anlamlı bir şekilde yüksek çıkmıştır. Öte yandan, turist rehberlerinin duygusal beceri seviyelerinin müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi de araştırılmış ve müşteri memnuniyeti üzerinde en yüksek etkiye sahip duygusal becerinin 'iş ahlakı' olduğu sonucu çıkmıştır (Türker, 2016).

3. Yöntem ve Bulgular

Bu araştırmada anket tekniği kullanılmış olup veriler SPSS 21 programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada veri olarak kullanılan anketler 2019 yılı Mayıs-Ekim ayları içerisinde toplanmıştır. Anketler bir turist rehberi eşliğinde Kapadokya'yı ziyaret eden turistlere uygulanmıştır. Verileri araştırmaya hazır hale getirmek için öncelikle uç değerlere bakılmıştır. Buna göre tek değişkenli uç değer için her bir maddenin standart "z" değerleri hesaplanmıştır. Her maddenin standart "z" değeri -3 ile +3 arasında bulunmuştur. Çok değişkenli uç değerlerin tespiti için değişkenler arası "Cook uzaklığı" hesaplanmış ve kritik değer olan $(4/n) = 0,0034$ 'den büyük olan 13 adet veri analize dahil edilmemiştir. Daha sonrasında normallik sayıltısını belirlemek için maddelerin basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2'den büyük olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre verilerin normal dağılım göstermediği anlaşılmıştır (Harrington, 2009:42). Verilerin normal dağılım göstermediği araştırmalarda parametrik testlerin kullanılması uygun görülmemektedir. Bunun yerine parametrik olmayan analizlerin uygulanması gerekmektedir (Karagöz, 2010).

Araştırmanın evrenini Kapadokya bölgesini rehberli turlar ile ziyaret eden turist grupları oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak olasılıklı örneklem yöntemlerinden basit tesadüfî örneklem kullanılmıştır. Bu örneklem yönteminde evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Bundan dolayı hesaplamada her elemana verilecek ağırlık birbirine benzerdir (Arıkan, 2004, s.141). Araştırma kapsamında 360 veri toplanmış olup bunlardan 13 tanesi uç değer olduğundan araştırmadan çıkarılmıştır. Bunun dışında 45 ankette ise ciddi eksiklikler olduğundan araştırmaya dahil edilememiştir. Toplamda ise 302 anket verisi bu araştırma kapsamında kullanılmıştır.

Tablo 1. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik düzeyleri

Ölçekler	α
Rehberin anlatım düzeyi ölçeği	,959
Turist memnuniyeti ölçeği	,822

Tablo 1'de araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenirlik düzeyleri gösterilmektedir. Buna göre Rehberin anlatım düzeyi ölçeğinin güvenirlik düzeyinin mükemmel olduğu ve turist memnuniyeti ölçeğinin güvenirlik düzeyinin çok iyi olduğu görülmektedir. Kline (2010) güvenirlik katsayısı açısından 90 ve üzeri değerleri "mükemmel", 80 ve 90 arası değerleri "çok iyi", 70-80 arası değerleri ise "yeterli" olarak kabul etmiştir.

Ölçeklerin açımlayıcı faktör analizi sonucunda orijinal ölçek ile benzer sonuçlar verdiği görülmüştür. Rehberin anlatım düzeyi ölçeği tek boyutta oluşmakta olup KMO değeri 944'tür ($P<0,05$). Barlett küresellik test sonucu 5614 olup açıklanan toplam varyans ise 64,793'tür. Yapılan faktör analiz sonucu turist memnuniyeti ölçeği de orijinal ölçek ile benzer sonuçları vermiştir. Turist memnuniyeti ölçeği tek boyuttan oluşmaktadır. Turist memnuniyeti ölçeğinin KMO değeri ,853'dür ($p<0,05$). Barlett küresellik test sonucu 1065 olup açıklanan toplam varyans ise 61,57'dir.

3.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Rehberin anlatım düzeyi ölçeği ve turist memnuniyeti ölçeği; 7'li Likert tipi ölçeklerdir. Ölçeklerin ikisi de tek boyuttan oluşmakta olup rehberin anlatım düzeyi ölçeği toplam 18 ve tur memnuniyeti ölçeği ise 5 ifade içermektedir. Rehberin anlatım düzeyi ölçeği ve tur memnuniyeti ölçeği Cheng, Xu, Zhang ve Zhang (2010)'un çalışmalarından Türkçeye uyarlanarak oluşturulmuştur. Ölçekler Türkçeye uyarlanırken iki İngilizce öğretmeninin görüşü alınarak Türkçe çeviri işlemi gerçekleştirilmiştir. Daha sonrasında bir Türk Dili uzmanının Türkçeleştirilen anket hakkındaki olumlu görüşleri alındıktan sonra çalışmaya son hali verilmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı turist rehberlerinin anlatım düzeylerinin turistlerin tur memnuniyeti üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Chan, Hsu ve Baum (2015) yapıları çalışmada turist rehberlerinin hizmet kalitesi ile turist memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmanın sonuçları ile turist rehberlerinin tur tatmin düzeylerini etkilemede oldukça önemli rolleri olduğu ortaya konmuştur. Rehber anlatım etkinliğine dair müşteri memnuniyeti çeşitli araştırmalarda Beklenti Onaylamama Teorisi (Expectancy Disconfirmation Theory) ile ölçülmüştür (Chen ve Chen, 2010; Chen ve Tsai, 2008). Bu teori ile bir ürün ya da hizmetin algılanan performansı, önceki beklentilerle karşılaştırılarak memnuniyet belirlenmektedir (Oliver, 1980). Türkiye’de ise, turist rehberlerinin performansını ölçen araştırma sayısının kısıtlı olması nedeniyle, bir performans ölçeği geliştirme çalışması yapılmıştır. Düz (2016), rehberlerin performans kriterleri ile ilgili yapmış olduğu nitel bir araştırmayla performans kriterleri belirlemiş ve nicel bir araştırmayla da 18 madde 3 faktörden oluşan bir ölçek geliştirmiştir.

Bu araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotez ise şu şekildedir:

H^1 Turist rehberlerinin anlatım düzeyi turistlerin tur memnuniyet düzeylerini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

4. Bulgular

Tablo 2. Katılımcıların demografik bilgileri

Değişkenler		F	%
Cinsiyet	Erkek	120	40,4
	Kadın	182	59,6
Yaşınız	“7/19”	36	11,9
	“20/39”	180	59,6
	“40/54”	66	21,9
	“55/69”	20	6,6
Eğitim Durumu	İlkokul	30	9,9
	Lise	88	29,1
	Üniversite	180	59,6
	Eğitim görmemiş	4	1,3
Ekonomik Durum Algısı	Düşük gelirli	26	8,6
	Orta gelirli	202	66,9
	Yüksek gelirli	74	24,5
Yerli/Yabancı Turist	Yerli turist	242	80,1
	Yabancı turist	60	19,9

Tablo 2 araştırmaya dahil olan katılımcıların demografi bilgilerini içermektedir. Buna göre bu çalışmaya dahil olan toplam katılımcı sayısı 302 olup bu kişilerin %59,6'sı kadın ve %40,4'ü ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların ağırlıklı yaş aralıkları 20/39 (%59,6) aralığındadır. Bunun yanı sıra katılımcıların %21,9'u 40/54; %11,9'u 7/19 ve %6,6'sı 55/69 yaş aralığındadır. Katılımcıların eğitim durumları ise %59,6'su üniversite mezunu; %29,1'i lise mezunu; %9,9'u ilköğretim mezunu ve %1,3'ü ise eğitim almamış kişilerden oluştuğu görülmektedir. Çalışmaya dâhil olan katılımcıların %80,1'i yerli ve %19,9'u ise yabancı turistlerden oluşmaktadır.

Tablo 3. Araştırma ölçek ifadeleri ve ortalamalarını gösteren frekans tablosu

ÖLÇEKLER			
Turist Rehberi Anlatım Düzeyi Ölçeği	N	\bar{x}	Sd.
Rehberin yaptığı anlatımın içeriğini beğendim.	302	6,464	,9061
Rehberin yaptığı anlatımdan bilgiler edindim.	302	6,556	,9123
Rehberin yaptığı anlatım içerik açısından zengindi.	302	6,477	,9282
Rehberin yaptığı anlatım Kapadokya için beni heyecanlandırdı.	302	6,338	1,0042
Rehber farklı turistler için farklı anlatım içerikleri sağladı.	302	5,742	1,6199
Rehberin anlatımı ilgi çekiciydi.	302	6,483	,9635
Rehberin anlatımı sayesinde artık Kapadokya'yı daha iyi biliyorum.	302	6,430	,8818
Rehberin anlatımı akıcıydı.	302	6,457	,9203
Rehberin dinamik bir anlatımı vardı.	302	6,457	,9488
Rehberin anlatımı anlaşılır bir düzeydeydi.	302	6,556	,9339
Rehberin anlatımı beni tatmin etti.	302	6,417	,9738
Rehberin anlatımı sayesinde Kapadokya turundan memnun oldum.	302	6,523	,9770
Rehberin turistlerle etkileşimi iyiydi.	302	6,450	,9896
Rehber memnuniyet verici bir anlatım sundu.	302	6,444	,9410
Rehber yerel bilgileri anlayabilmemi sağladı.	302	6,450	,9127
Rehber anlatımı ile ilgi ve hevesini belli ediyordu.	302	6,404	1,1246
Rehberin anlatım süreleri idealdi.	302	6,397	1,0251
Rehber anlatım yapmadan önce hazırlık yapıyor ve konular üzerine önceden çalışıyordu.	302	5,980	1,5657
Turist memnuniyeti	N	X	Sd
Kapadokya turunun tüm sürecinden memnun kaldım.	302	6,450	1,1038
Kapadokya turunda bölgeye özgü satın aldığım ürünlerden memnun kaldım.	302	5,987	1,2035
Kapadokya turu boyunca kendimi keyifli hissettim.	302	6,536	,8532
Kapadokya turunu gerçekten çok beğendim.	302	6,510	,8845
Kapadokya turu süresince adeta büyüledim.	302	6,205	1,1314

Tablo 3'te katılımcıların ölçek ifadelerine verdiği yanıtların ortalamaları görülmektedir. Buna göre turist rehberlerinin anlatım düzeyini belirleyen ölçekte en yüksek ortalama "Rehberin yaptığı anlatımdan bilgiler edindim (\bar{x} ;6,55)" ifadesinde ortaya çıkarken en düşük ortalama sahip olan ifade ise "Rehber farklı turistler için farklı anlatım içerikleri sağladı (\bar{x} ;5,74)" ifadesidir. Turist memnuniyeti ölçeğinde en yüksek ortalama sahip olan ifade "Kapadokya turu boyunca kendimi keyifli hissettim (\bar{x} ;6,53)" iken en düşük ortalama sahip olan ifade ise "Kapadokya turunda bölgeye özgü satın aldığım ürünlerden memnun kaldım (\bar{x} ;5,98)" ifadesidir.

Tablo 4. Rehberin anlatım düzeyinin turistlerin memnuniyeti üzerindeki etkisi regresyon analizi

Faktör	β	r	T	p	F
Rehberin anlatım düzeyi	,556	,746	6,605	,000	375,822
Tur Memnuniyeti					

Tablo 4'te rehberin anlatım düzeyinin turist memnuniyetini orta derecede anlamlı düzeyde etkilediği görülmektedir ($p < 0,05$). Buna göre rehberin anlatım düzeyi turist memnuniyetini %55 düzeyinde etkilemektedir. H^1 kabul edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Mevcut çalışmada turist rehberlerinin anlatım düzeylerinin turistlerin tur tatmin düzeyleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu araştırma sonucunda turist rehberlerinin anlatım düzeylerinin turistlerin turdan elde ettikleri tatmin düzeyini (tur memnuniyeti) büyük ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır ($\beta,55$). Alan yazınında gerçekleştirilen bazı çalışmaların sonuçları mevcut araştırmayı destekler niteliktedir (Kılıçlar ve Çevrimkaya, 2019; Ünal ve Caber, 2019; Syakier ve Hanafiah, 2021).

Bu sonuç doğrultusunda şu öneriler geliştirilmiştir:

- Rehberler tur esnasında anlatım yaparken dinamik olmalı, akıcı bir üslup kullanmalı ve karşı tarafın ilgisine çekmelidir.
- Turist rehberinin anlatımı, gerçekçi, sade, iyi yapılandırılmış bir bilgi aktarımı olmalıdır. Anlatım hem tur rotası konusunda hem de yerel halk ile ilgili bilgiler içermelidir. Gezdiği bölge tarihine, mimarisi, coğrafi özellikleri ve jeolojik özellikler konusunda zengin bilgi verebilmelidir. Aynı zamanda bu bilgilerde, turistlerin memleketine dair referansların olması anlatım etkinliğini pekiştirecektir.
- Rehber iyi bir zaman yönetimi sergilemelidir. Anlatım planlaması yaparken zaman faktörü unutulmamalıdır. Sıkıcı ve yavaş anlatımlardan kaçınmalıdır. Bir süre sonra turistlerin ilgileri farklı yönlere kayabilmektedir.
- Rehber aynı zamanda bir iletişim uzmanıdır. Rehber gerek sözel gerek sözsüz iletişim becerilerini geliştirmelidir. Farklı milletlerin kültürel özelliklerine hakim olmalı ve iletişim kurarken bu hususta kültürel farklılıkları da göz önünde bulundurmalıdır.
- Turist rehberleri tur memnuniyetini sağlayabilmek için öncelikle grubunu iyi tanımalıdır. Turist grubuna dair uyruk bilgisi, yaş, sosyo-ekonomik özellikler, özel ilgi alanları, daha önce nerelerde bulunduğu ve nerelere seyahat ettiklerine dair bilgileri edinmeli ve bu doğrultuda anlatım programı yapmalıdır.
- Yerel halk ve somut kültürel miras konusunda kısa, ilginç ve gerçek hikayeler ile anlatım zenginleştirilmelidir. Neşeli ve ölçülü mizahi üslupta bir anlatım turist memnuniyeti için diğer bir gerekliliktir. Bunların yanı sıra, turist rehberi seyahat planlaması yapmalı, rota üzerindeki her ziyaret noktasını tur gününden önce ziyaret uygunluğu konusunda kontrol etmelidir. Zamanlama planı ve ödemeler konusunda planlama yapmalıdır.

Turist rehberlerinin anlatım düzeyleri ile tur memnuniyeti arasındaki ilişkiye yönelik çalışmalar yeterli düzeyde değildir. Bu nedenle farklı tur gruplarının (üçüncü yaş, genç gruplar, iş grupları vb.) tur tatmin düzeyleri ile turist rehberinin anlatımı arasındaki ilişkiye yönelik akademik çalışmaların yapılması tavsiye edilmektedir. Bu çalışmada turist rehberinin anlatım düzeyi tek boyut ile incelenmiştir. Gelecekte bu konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacılar rehberin anlatım düzeyini farklı boyutlar (sözel İletişim, sözsüz iletişim becerileri, dinamizm, içerik, tutarlılık, inandırıcılık vb.) ile birlikte inceleyebilirler.

Kaynakça

- Ap, J. and Wong, K. K. F. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22 (5), 551-563.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni koronavirüs (covıd-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6 (1), 93-115.
- Büyükkuru, M., (2015). Turist rehberlerinin iletişim becerilerinin turistlerin tur deneyimi üzerine etkisi: Nevşehir ilinde bir araştırma. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chan, A., Hsu, C. H. C. and Baum, T. (2015). The impact of tour service performance on tourist satisfaction and behavioral intentions: A study of Chinese tourists in Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(1-2), 18-33.
- Cheng , S.; Xu , F.; Zhang, J. and Zhang, Y. (2010). Tourists' attitudes toward tea tourism: a case study in Xinyang, China, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(2), 211-220.
- Çapacı, R. ve Temizkan, R. (2020). Yerli turistlerin tur kalitesi algısı ve tüketici hakları açısından belgeli rehber ve belgesiz (sahte) turist rehberi karşılaştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 8, (2), 1132-1147.
- Çokal, Z. ve Büyükkuru, M. (2018). Güncel pazarlama yöntemlerinin turizm sektöründe uygulanabilirliğine yönelik bir değerlendirme. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 3 (2) , 53-65.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye’de turizm rehberliği üzerine bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2): 189-196.
- Düz, B. (2016). Turist rehberlerinin performans kriterlerini belirlemeye yönelik bir çalışma: turist rehberliği performans ölçeği geliştirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Genç, Ö. (1992). Rehberlik eğitime eleştirel bir yaklaşım. *Turizm Eğitimi Konferansı Bildirileri 09-11 Aralık 1992, içinde Ankara: Turizm Bakanlığı Yayını*, 215-217.
- Güzel F.Ö., Gök., G.A. ve Büyüker İşler, D. (2013). Duygusal emek ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: turist rehberleri üzerinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 10 (3), 107-123.
- Harrington, D. (2009). *Confirmatory factor analysis*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Karagöz, Y. (2010). Nonparametrik tekniklerin güç ve etkinlikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (33), 18-40.
- Kılıçlar, A. ve Çevrimkaya, M. (2019). turist rehberlerinin performanslarının turist memnuniyetine etkileri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*. 4(2), 136-145.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling (3th ed.)*. New York: Guilford Press.

- Olçay, A., Bozgeyik, Y. Akköz, H. ve Sürme, M. (2015). Profesyonel turist rehberlerinin performanslarının yerli turistler tarafından değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 7(2), 349-374.
- Syakier, W.A. and Hanafiah, M.H. (2021). Tour guide performances, tourist satisfaction and behavioural intentions: a study on tours in Kuala Lumpur City Centre, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-18.
- Tetik, N. (2006). Türkiye’de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası Örneği). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Türker, A. (2016). Duygusal beceri değerlendirme sürecinin müşteri memnuniyetine etkisi: turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 13(2), 6-20.
- Ünal, C. ve Caber, M. (2019). Turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin destinasyon imajına ve memnuniyetine etkisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 82-92.
- Vavra, T.G. (1999). Müşteri Tatmini Ölçüm/erinizi Geliştirmenin Yolları. 1.Baskı, İstanbul: Kalder Yayınları.
- Weiler, B. ve Black, R. (2015). *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. Bristol: Channel View Publications.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.
- Yıldırğan, R. , Met, Ö. L. ve Batman, O. (2016). Müşteri ilişkileri yönetimi kapsamında gizli müşteri alışverişi: zincir otel örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 13 (3) , 56-67.
- Yıldırım, G. ve Özbek. Ö., (2019). Profesyonel turist rehberlerine yönelik cinsel taciz ile ilgili bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (Tured)*. 2 (2), 72-87.
- Zhang, H. and Chow, Q. I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides’ performance: evidence from mainland chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25 (1), 81-91.
- <https://iro.org.tr/tr/56-page-turist-rehberlerinin-sahip-olmasi-gereken-ozellikler-ve-islevleri.aspx>. (Erişim Tarihi: 02.12.2021).
- <https://aro.org.tr/turist-rehberlerinin-sahip-olmasi-gereken-ozellikler-ve-islevleri/>. (Erişim Tarihi: 02.12.2021).

