



International Journal of Contemporary Tourism Research

e-ISSN: 2587-1528

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijctr>



Turist Rehberleri Hakkındaki Tripadvisor Yorumlarının İncelenmesi: Kırgızistan Örneği (Review of Tripadvisor Reviews About Tourist Guides: The Case of Kyrgyzstan)

***Turan OKUL**¹ , **Baiana KARAEVA**² 

¹Dr. Öğr. Üyesi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü
E-Posta: turan.okul@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0003-2129-3271

²Bağımsız Araştırmacı
E-Posta: karaevabayana@gmail.com, ORCID: 0009-0000-9938-8778

Anahtar Kelimeler

Turist Rehberi,
Tripadvisor,
Turist Memnuniyeti,
Kırgızistan

Jel Sınıflama Kodu

Z30, Z32, Z33, Z39

Makale Türü

Araştırma Makalesi

Keywords

Tourist Guide,
Tripadvisor,
Tourist Satisfaction,
Kyrgyzstan

Jel Classification Code(s)

Z30, Z32, Z33, Z39

Article Type

Research Article

Öz

Bu çalışmada, Kırgızistan'daki turist rehberleri hakkında TripAdvisor platformundaki yorumları analiz ederek turistlerin rehberlere yönelik algılarını ve memnuniyet düzeylerini belirlemek amaçlanmıştır. Kırgızistan'ın turizm potansiyelinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi ve turist memnuniyetinin artırılması için rehberlerin dijital platformlardaki geri bildirimlerinin analiz edilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmada toplanan veriler nitel bir yöntem olan doküman analizi tekniği ile analiz edilmiştir. TripAdvisor platformunda Kırgızistan'daki en çok yorum alan 10 rehber ile ilgili 573 yorum incelenmiştir. Yorumlar, olumlu ve olumsuz olarak iki ana kategoriye ayrılmış ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Bulgular, turistlerin rehberlere yönelik memnuniyet düzeyinin genel olarak yüksek olduğunu göstermektedir. Rehberlerin bilgi düzeyi, yabancı dil becerisi, yardımseverlik ve profesyonellik gibi nitelikleri öne çıkmıştır. Yorumlarda en çok vurgulanan özellikler arasında rehberlerin arkadaş canlısı, müşteri odaklı ve iletişim becerileri de yer almaktadır. Araştırmanın sonucunda Kırgızistan'daki rehberlik hizmetlerinin kalitesini artırmak amacıyla; rehberlik mesleğinin yasal düzenlemelere tabi tutulması ve standartların belirlenmesi, resmi bir sertifikasyon sisteminin oluşturulması ve turizmin tanıtımına yönelik etkili pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gibi bir takım öneriler sunulmuştur.

Abstract

This study aims to determine tourists' perceptions and satisfaction levels regarding tour guiding services by analyzing reviews of tour guides in Kyrgyzstan on TripAdvisor. Given Kyrgyzstan's tourism potential, analyzing feedback on digital platforms is considered crucial for effectively evaluating tourism services and enhancing tourist satisfaction. The research employs a qualitative method, specifically document analysis, to examine the collected data. A total of 573 reviews for the top 10 most reviewed guides in Kyrgyzstan on TripAdvisor were analyzed. The reviews were categorized into positive and negative feedback and assessed through content analysis. The findings reveal a generally high level of satisfaction among tourists with the guides. Attributes such as the guides' knowledge, foreign language skills, helpfulness, and professionalism were prominently highlighted. Additionally, characteristics like friendliness, customer orientation, and communication skills were frequently mentioned in the reviews. Based on these results, several recommendations are made to improve the quality of guiding services in Kyrgyzstan, including: implementing legal regulations and standards for the guiding profession, establishing an official certification system, and developing effective marketing strategies for tourism promotion.

Okul, T., ve Karaeva, B. (2025). Turist rehberleri hakkındaki Tripadvisor yorumlarının incelenmesi: Kırgızistan örneği *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 9(1), 64-79. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1579793>

Makale Gönderim Tarihi: 05/11/2024

Makale Kabul Tarihi: 04/02/2025

***Sorumlu Yazar**

GİRİŞ

Günümüzde dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte seyahat planlaması ve turistik ürün satın alma süreçleri önemli ölçüde değişime uğramıştır. İnternet ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, tüketicilerin seyahat deneyimlerini ve tercihlerini etkileyen temel unsurlar haline gelmiştir. Özellikle çevrimiçi kullanıcı yorumları, potansiyel turistlerin karar verme süreçlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Turistik ürün ve hizmetler hakkında yapılan yorumlar, kullanıcılar arasında bilgi alışverişini kolaylaştırarak sosyal bir ağ oluşturmakta ve bu ağ üzerinden ortak paylaşımlar yapılmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda çevrimiçi platformlarda yapılan yorumlar, tüketicilerin satın alma davranışlarını doğrudan etkileyebilmekte ve değiştirebilmektedir. Turistik ürünler ve hizmetler hakkında paylaşılan olumlu ya da olumsuz deneyimler, potansiyel müşterilerin kararlarını şekillendirebilmekte ve satın alma eğilimlerini belirleyebilmektedir. Özellikle TripAdvisor gibi geniş kullanıcı tabanına sahip platformlar, tüketicilerin seyahat planlamasında en çok başvurdukları kaynaklar haline gelmiştir. 2023 yılı itibari ile TripAdvisor, dünya genelinde aylık yaklaşık 400 milyon ziyaretçi ile seyahat planlama sürecinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Kullanıcılar platformu sadece otel veya restoran aramak için değil aynı zamanda şehir turları, müze ziyaretleri ve diğer turistik aktiviteler hakkında bilgi almak için de kullanmaktadır. Bugün platformda dünya çapında 8 milyondan fazla işletme ve 900 milyondan fazla kullanıcı yorumu yer almaktadır. Bu da TripAdvisor'ı dünyanın en büyük seyahat rehberi platformu yapmaktadır (TripAdvisor, 2023).

Kırgızistan, altyapı eksiklikleri olan ve turizm endüstrisi gelişmekte olan bir Türk Dünyası ülkesi olarak turistik çekiciliğini artırmaya yönelik önemli fırsatlar sunan bir destinasyondur. Kırgız Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Komitesi (2024) raporuna göre, ülkeye 2023 yılında 2,8 milyon yabancı ziyaretçi ülkeye gelmiş ve 500 bin dolar civarında harcama yapmıştır. Ülke, zengin doğal güzellikleri, tarihi İpek Yolu rotaları ve kültürel mirasıyla dikkat çekmesine rağmen, turizm alanında çeşitli yapısal eksiklikler barındırmaktadır. Özellikle turizm sektörünün kurumsallaşma düzeyi düşüktür ve rehberlik mesleğine yönelik yasal düzenlemeler henüz gelişmemiştir. Birçok ülkede turist rehberliği mesleği belirli yasal çerçeveler içinde düzenlenmişken, Kırgızistan'da bu alanda belirlenmiş standartlar ve lisanslama süreçleri bulunmamaktadır. Bu durum, rehberlerin hizmet kalitesinde istikrarsızlıklara yol açabilmekte ve turistlerin farklı deneyimler yaşamasına neden olabilmektedir. Ayrıca, turizm altyapısındaki yetersizlikler, destinasyon içi ulaşım, konaklama ve turistik alanlara erişim gibi konularda çeşitli zorluklar doğurmakta, bu da rehberlerin rolünü olumlu ve olumsuz anlamda etkileyebilmektedir.

TripAdvisor ve benzeri platformlar, turistlerin rehberler hakkında deneyimlerini paylaştıkları önemli kaynaklardan biridir. Türkiye'de bu alanda yapılan çalışmalar mevcut olmakla birlikte (Balıkoğlu, Ulusoy Yıldım ve Hacıoğlu, 2020; Köşeler ve Gökdemir, 2022), Kırgızistan özelinde bu konuda yapılan akademik araştırmalar oldukça sınırlı olduğu ve Kırgızistan'daki turist rehberlere yönelik çevrimiçi yorumları ele alan bir analizin de eksik olduğu göze çarpmaktadır. Bu nedenle, turistlerin rehberlerle ilgili görüşlerini anlamak ve sektördeki gelişim alanlarını tespit etmek amacıyla, bu çalışmanın yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada, TripAdvisor platformunda Kırgızistan'daki turist rehberleri hakkında yazılan kullanıcı yorumlarının sistematik bir içerik analizi ile incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada, turistlerin rehberler hakkında en çok hangi konulara vurgu yaptığını, rehberlerin mesleki becerilerinin müşteri deneyimine nasıl yansıdığını belirlemek hedeflenmektedir. Çevrimiçi platformlarda paylaşılan yorumlar, hem turistlerin memnuniyet düzeylerini hem de rehberlerin güçlü ve geliştirilmesi gereken yönlerini ortaya koyarak, sektöre yönelik değerli içgörüler sunmaktadır. Bu nedenle, çalışmanın bulgularının hem tur rehberliği mesleğine hem de turizm sektörüne yönelik uygulamalı katkılar sağlaması beklenmektedir. Bu çalışmada, TripAdvisor platformu aracılığıyla Kırgızistan'daki turist rehberleri hakkında yazılan kullanıcı yorumlarının neler olduğunu belirlemek ve Kırgızistan'da turist rehberi hizmeti sunan profesyonellerin performansı ve turistler üzerindeki etkilerini değerlendirmek amaçlanmaktadır. Kırgızistan'da faaliyet gösteren turist rehberleri hakkında çevrimiçi platformlarda paylaşılan yorumların, turistlerin karar verme süreçlerine nasıl etki ettiğini anlayabilmek çalışmadan beklenen yararlar arasındadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turistlerin Satınalma Karar Süreci ve Seyahat Odaklı Sosyal Medya Platformları

Tüketici davranışları, satın alma karar sürecinin karmaşıklığını anlamak açısından önemli bir araştırma alanıdır. Tüketici satın alma karar süreci beş aşamadan oluşmaktadır. Bunlar; sorun tanıma, bilgi arama, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma kararı ve satın alma sonrası davranışlardır. Bu süreç, bir tüketicinin bir ürünü satın almadan önce nasıl düşündüğünü göstermektedir. Alıcı, bir ürünü satın alma kararını verirken bu beş aşamayı da kullanabilmektedir. Ancak, alıcı bir veya daha fazla aşamayı atlayabilmektedir. Bu süreç, tamamen tüketicinin düşünce yapısına bağlı olmaktadır (Kotler, 2017: 155).

Turizm sektöründe satın alma karar süreci, daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Turistlerin seyahatleri ile ilgili verdikleri kararlar, çeşitli öğeleri içermekte ve her bir karar, diğerlerini tetikleyebilmektedir. Bu durum, turistlerin seyahat planları sırasında karşılaştıkları çeşitli ürün ve hizmetlerle ilgili birçok karar almak durumunda kalmalarına

yol açmaktadır. Destinasyon seçimi, ulaşım şekli, konaklama türü, tatil süresi ve seyahat dönemi gibi birçok faktör, turizm ürünlerinin çeşitliliği ve bağımlılığı, bu sürecin karmaşıklığını artırmaktadır (Horner ve Swarbrooke, 2021).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi turizm endüstrisini de etkilemektedir ve sosyal medyanın yaygınlaşması, seyahat odaklı sosyal medya platformlarının önemini artırmaktadır. Bu platformlar, seyahat ve boş zaman deneyimleri hakkında bilgilerin çeşitli yollarla dağıtılmasını sağlamakta ve gezginlerin çevrimiçi bilgi paylaşımını, duygularını ve deneyimlerini artırmaktadır (Buhalis ve Law, 2008). Bu gelişmeler, daha önce özel olarak paylaşılmış olan deneyimlerin, küresel tüketici veritabanlarına dönüşmesini sağlamıştır. Ayrıca, akıllı telefonların artan kullanımı ve mobil internet erişiminin yaygınlaşması, turistlerin bilgi arayışı ve karar verme süreçleri üzerinde derin bir etki yaratmakta ve genel seyahat süreci boyunca önemli bir rol oynamaktadır (Amaro, Duarte ve Henriques, 2016).

Literatür incelendiğinde sosyal medyanın turistik satın alma karar süreci üzerindeki etkisini ele alan çeşitli çalışmalar olduğu görülmektedir. Cox vd. (2009), sosyal medyanın özellikle kullanıcı tarafından üretilen içeriklerin (yorumlar, fotoğraflar, videolar), turistik ürünlerin algılanmasını etkilediğini vurgulamıştır. Bu içeriklerin, potansiyel turistlerin destinasyonlar hakkında karar vermesinde ve rezervasyon yapmasında belirleyici olduğu belirtilmiştir. Fotis, Buhalis ve Rossides (2012), sosyal medyada paylaşılan kullanıcı yorumlarının, turistlerin otel ve restoran gibi turistik ürünler hakkındaki algılarını güçlü bir şekilde etkilediğini göstermiştir. Özellikle Tripadvisor gibi platformlarda yazılan yorumlar, otel seçimlerinde belirleyici olmuştur. Fenomenlerin paylaştıkları içeriklerin, özellikle genç turistler üzerinde güçlü bir etki yarattığı görülmüştür. Leung vd. (2013) tarafından yapılan bir çalışma, sosyal medyanın turizm markaları üzerinde önemli bir algı yönetim aracı olduğunu ortaya koymuştur. Arat ve Dursun (2016), sosyal paylaşım sitelerinin otel seçimlerini nasıl etkilediğini belirtmiştir. Chung ve Han (2016), sosyal medyanın bireysel seyahat planlarında önemli bir rol oynadığını vurgulamış, Uzun ve Belbağ (2019), sosyal medya etkileyicilerinin takipçileri üzerinde önemli bir güven oluşturduğunu ve bu güvenin turistik destinasyon seçiminde önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Liu vd. (2020), sosyal medyanın turistlerin karar verme sürecindeki varış noktası, ulaşım, konaklama, yemek ve içme aktiviteleri, çekim yerleri, alışveriş ve eğlence aktiviteleri üzerindeki rolünü ortaya koymuş, Akyol ve Öztürk (2023), Tripadvisor'ın satın alma karar sürecindeki rolünü belirlemiştir.

Geçmiş çalışmalar, sosyal platformların turistik satın alma karar sürecinin birçok aşamasında kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Bilgi edinme, tavsiye alma, fenomenlerin etkisi ve marka algısı gibi faktörler, turistlerin destinasyon seçimi, otel rezervasyonu ve genel tatil planlaması gibi süreçlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Sosyal medyanın bu güçlü etkisi, turizm pazarlamacıları için stratejik fırsatlar yaratırken, tüketici davranışlarını anlamak adına da önemli veriler sunmaktadır.

TripAdvisor, 2000 yılında Stephen Kaufer tarafından turistlerin ve gezginlerin seyahat deneyimlerini paylaşmalarını sağlayacak bir platform olarak kurulmuştur (TripAdvisor, 2020). Başlangıçta sadece resmi turizm kaynaklarına erişim sağlayan bir platform olarak tasarlanan TripAdvisor, zamanla kullanıcıların otel, restoran ve turistik yerler hakkındaki yorumlarını paylaştığı bir siteye dönüşmüştür. Kaufer, kişisel bir seyahat deneyiminden yola çıkarak gezginlerin daha gerçekçi ve dürüst bilgiye ihtiyaç duyduklarını fark etmiş ve bu ihtiyaç üzerine platformun temelini atmıştır (Mayzlin, 2006). TripAdvisor, turizm sektöründe kullanıcıların satın alma kararlarını etkileyen güçlü platformlardan biri haline gelmiştir. Seyahat eden bireylerin destinasyon, otel ve restoran seçimlerinde büyük bir rol oynamaktadır. Yapılan araştırmalara göre gezginlerin büyük bir kısmı seyahat kararlarını verirken TripAdvisor'daki yorumlara başvurmaktadır (Zhang vd. 2010). Platformun bu kadar yaygın ve etkili olmasının nedeni, kullanıcıların deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde paylaşabilmesi ve değerlendirmelerin gerçek tüketiciler tarafından yapılmış olmasıdır. TripAdvisor ayrıca turizm sektöründeki işletmelerin hizmet kalitesini artırmalarında da önemli bir etken olmuştur. İşletmeler, platformdaki yorumları dikkate alarak müşteri memnuniyetini artırma yönünde adımlar atmakta, böylece rekabetçi avantajlarını güçlendirmektedirler. Olumsuz yorumların işletmeler üzerinde baskı yaratması, hizmet kalitesini iyileştirme yolunda önemli bir motivasyon sağlamaktadır (Mauri ve Minazzi, 2013). TripAdvisor, kuruluşundan bu yana seyahat sektöründe büyük bir devrim yaratarak, gezginlerin satın alma kararlarını etkileyen önemli dijital platformlardan biri haline gelmiştir. Kullanıcı yorumlarına dayalı modeli sayesinde hem tüketiciler hem de işletmeler için vazgeçilmez bir araç olmuştur. Gelecekte de turizm sektöründeki dijital dönüşümün önemli bir parçası olmaya devam etmesi beklenmektedir.

2.2. Kırgızistan'da Turist Rehberliği

Kırgızistan, benzersiz doğal güzelliklere, zengin kültürel mirasa ve tarihi mekânlara ev sahipliği yapmasıyla turistlerin ilgisini çeken bir ülkedir. Bu turistik potansiyel, turist rehberliği mesleğinin önemini ve geleceğini belirleyen temel unsurlardan biridir. Son yıllarda Kırgızistan'da turizm endüstrisi büyük bir ivme kazanmıştır. Ülkenin benzersiz doğal güzellikleri, dağ turizmi, trekking rotaları ve kültürel etkinlikleri, yerel ve uluslararası turistler için çekici hale gelmiştir. 2023'ün dokuz ayının sonuçlarına göre ülkeyi geçen yıla göre 700 bin turist daha fazla ziyaret etmiş ve

toplam ziyaretçi sayısı 6 milyonu aşmıştır (Sputnik Kyrgyzstan, 2023; ru.sputnik.kg). Bu artan turist akını, turist rehberlerine olan talebi de artırmıştır.

Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu'na (WFTGA, 2024) göre turist rehberi, gezginlere tercih ettikleri dilde eşlik eden ve belli bir yörenin doğal ve kültürel mirasını anlatan ve genellikle uzmanlığı uygun bir otorite tarafından tanınan ve yetkilendirilen kişidir. Turist rehberleri, turizm endüstrisinde kilit rol oynayan bireylerdir. Sadece destinasyonlar ve kültür hakkında bilgi ve yorum sağlamakla kalmazlar, aynı zamanda hizmet ve iletişim becerilerinin yanı sıra turistlerin ziyaretlerini unutulmaz bir deneyime dönüştürme yeteneğine de sahiptirler. Turist rehberi; yurtiçi ya da yurtdışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, onların tercihleri doğrultusundaki bir dilde, bir bölge ya da şehirde bulunan anıtlar, müzeler, doğal ve kültürel çevre ve tarihi yerlerde kılavuzluk eden ve eğlendirici bir yorumla bunları ziyaretçilerine aktaran kişidir (Ap ve Wong, 2001).

Türkiye'de 22 Haziran 2012 tarihinde yayınlanan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununa göre turist rehberliği hizmeti: "Seyahat acentalığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki 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, seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesidir" diye tanımlanmıştır. Turist rehberi ise "Aynı kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişiyi" ifade etmektedir (Resmi Gazete, 2012; resmigazete.gov.tr). Türk Dünyası ülkelerinden birisi olan Kırgızistan'da ise profesyonel turist rehberliği konusunda herhangi bir yasal düzenleme bulunmamakta olup, herhangi bir birey istediği bölgede turist rehberliği yapma imkanına sahiptir. The Kyrgyz Association of Tour Organizations (KATO) ve bazı seyahat acentaları, rehberlik konusunda kurslar düzenleyerek sertifikalar vermektedir. Ancak, turist rehberliği yapabilmek için diplomaya veya sertifikaya sahip olmak yasal bir zorunluluk değildir. Ancak, ülkeye ilk defa gelen yabancıların ülke imajı hakkındaki ilk izlenimi önemli ölçüde turist rehberlerinin nitelikli ve mesleki standartlara sahip olmasına bağlıdır. Ülke tanıtımında kritik bir rol oynayan turist rehberlerinin eğitilmiş ve belirli standartlara uygun olmaları beklenmektedir. Turist rehberliği mesleğinin isteyen herkes tarafından icra edilebilecek bir meslek olmaktan çıkarılması ve ilgili yasaların hızla uygulanması gerekmektedir. Turizm sektöründeki iş ve kalite artışını desteklemek amacıyla ülkede turizm personelinin eğitimi ve elde tutulması hem devlete hem de turizm işletmelerine önemli sorumluluklar yüklemektedir (Şenol, 2016).

Bu çalışma kapsamında Kırgızistan'daki turist rehberlerinin toplam sayısını belirlemek amacı ile araştırmalar yapılmış, Kırgızistan Cumhuriyeti Ekonomi ve Ticaret Bakanlığı Turizm Departmanı, Kırgızistan Ulusal İstatistik Komitesi ve diğer internet kaynaklarının resmi web sitelerine başvurulmuş, ancak ülke genelinde turist rehberlerinin kesin sayısına dair bilgiye ulaşılamamıştır. Ancak, araştırma esnasında alandaki rehberlerden, "Orta Asya Turizm Topluluğu" adlı bir grubun var olduğu belirlenmiştir. Bu grup bir mesajlaşma uygulamasında faaliyet göstermektedir. Bu gruptaki topluluk, oteller, konaklama tesisleri, konuk evleri, yurt kampları, hostel işletmeleri, sürücüler, rehberler, tur operatörleri ve diğer turizm alanında çalışan ilgili tüm kişileri bir araya getirmektedir. Mevcut bilgiler temelinde, resmi kuruluşlarla yapılan görüşmeler ve bu topluluğa üye olan rehberler ele alındığında ortalama bir rehber sayısına ulaşılabilmektedir. Kırgızistan'da yaklaşık 200 turist rehberi olduğu tahmin edilmektedir (Orta Asya Turizm Topluluğu Telegram Grubu, 2023; docs.google.com). Rehberlerin hangi bölgelerde çalıştığı hakkında bilgi edinmek için Orta Asya Turizm Topluluğunun rehber veri tabanına başvurulmuştur (Tablo 1.).

Tablo 1: Orta Asya Turizm Topluluğu Turist Rehberlerinin Bölgelere Göre Dağılımı

Çalıştıkları Bölge	Rehber Sayısı
Kırgızistan	160
Kazakistan	53
Özbekistan	21
Türkiye	20
Tacikistan	17
Rusya	15
Birleşik Arap Emirlikleri (Dubai)	12

Kaynak: Orta Asya Turizm Topluluğu Telegram Grubu, 2023. (https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rMgOnh4tixKcS_E07F6E0M_M42oWdDmUARNPkcAZs4/edit?pli=1#gid=578555841)

Belirtilen rehberlerin çalıştıkları bölgeler, Kırgızistan topraklarını içermeyen birkaç bölgeyi de kapsamaktadır. Bu bölgeler arasında Kazakistan, Özbekistan, Tacikistan, Rusya, Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri (Dubai) ve birçok diğer yabancı ülke bulunmaktadır. İncelenen 200 kişiden 160'ının Kırgızistan'da çalıştığı tespit edilmiştir. 53'ü Kazakistan'da, 21'i Özbekistan'da turlar düzenlemekte olup 20'si Türkiye'de, 17'si Tacikistan'da, 15'i Rusya'da, 12'si Birleşik Arap Emirlikleri'nde ve diğer yabancı ülkelerde faaliyet göstermektedir. Kırgızistan'daki rehberlerin çoğunluğunun hangi dillerde iletişim kurduklarını ve hizmet verdiklerini belirlemek amacıyla ilgili belgeden yararlanılmıştır (Tablo 2.).

Tablo 2: Kırgızistan'daki Turist Rehberlerinin Yabancı Dilleri

Dil	Rehber Sayısı
İngilizce	163
Rusça	135
Kırgızca	87
Türkçe	42
Almanca	21
Fransızca	19
Arapça	12
Korece	5
Çince	5
Özbekçe	4
Kazakça	4
İspanyolca	3
İtalyanca	2
İbranice	2
Uygurca	2
İsveççe	2
Norveççe	1
Japonca	1
İşaret dili	1

Kaynak: Orta Asya Turizm Topluluğu Telegram Grubu, 2023. (https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rMgOnh4tixKcS_E07F6E0M_M42oWdDmUARNPkcAZs4/edit?pli=1#gid=578555841)

Topluluk verilerine göre 200 rehberin her biri, ortalama üç veya daha fazla dil bilmektedir. Çoğunlukla rehberlerin hakim olduğu yabancı diller arasında İngilizce, Rusça, Kırgızca, Türkçe ve Almanca bulunmaktadır. Böylece, 163 kişi İngilizce, 135 kişi Rusça, 87 kişi Kırgızca, 42 kişi Türkçe ve 21 kişi Almanca bilmektedir. Ayrıca, 19 rehber Fransızca, 12 rehber Arapça, 5'er rehber Korece ve Çince bilmektedir. 4 rehber Özbekçe ve Kazakça, 3 rehber İspanyolca, 2 rehber İtalyanca, İbranice, Uygurca ve İsveççe bilmektedir. Ayrıca, Norveççe ve Japonca bilen 1 rehber bulunmaktadır. Tüm bunların yanında, işlevsel avantaj olarak kabul edilen, işaret dili bilen bir rehber de mevcuttur.

2.3. Kırgızistan'da Turist Rehberliği Eğitimi

Turizm sektöründe yoğun rekabetin yaşandığı ortamlarda, ülkelerin tercih edilen destinasyonlar olabilmek için çeşitli stratejiler geliştirdiği bilinmektedir. Bu stratejiler genellikle turist memnuniyetine odaklanmayı ve müşteri sadakatini sağlamayı amaçlamaktadır. Turizm açısından memnuniyet odaklı olan ülkeler, hizmet kalitesini artırmaya yönelik adımlar atmaktadır. Turist rehberlerinin, ziyaretçilere ülkeyi ve destinasyonu etkili bir şekilde tanıttığı ve tatil deneyimlerini olumlu yönde etkilediği bilinmektedir. Bu nedenle, turist rehberlerinin yeterli bilgi, beceri ve donanımına sahip nitelikli turizm elçileri olabilmeleri için etkili ve kaliteli bir eğitim almaları son derece önemlidir (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013).

1 Nisan 2023 tarihi itibarıyla Kırgızistan'da toplam 63 yükseköğretim kurumu bulunmaktadır. Bunların 28'i devlet üniversiteleri, 35'i ise özel üniversitelerdir (Erasmus Plus, 2023; erasmusplus.kg). Ayrıca ücretsiz ve ücretli şekilde faaliyet gösteren 154 kolej de bulunmaktadır. Bu kolejlerin 154 tanesi 42 üniversitenin içinde yer almaktadır (Kaktus Media, 2023; kaktus.media). Toplam 63 yükseköğretim kurumunun 16'sında turizm alanında eğitim almak mümkündür. Bu kurumlardan öne çıkanlar arasında Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Akademisi, H. Karashev Adına Bişkek Üniversitesi, Avrasya Uluslararası Üniversitesi, K. Tynystanov Adına Issık-Kul Devlet Üniversitesi, Orta Asya Kore Enstitüsü, İ. Arabayev Adına Kırgız Devlet Üniversitesi, Dil ve Kültür Kırgız Enstitüsü, J. Balasagyn Adına Kırgız Milli Üniversitesi, M. Ryskulbekov Adına Kırgız Ekonomi Üniversitesi, Kırgızistan Uluslararası Üniversitesi, K. Ş. Toktomamatov Adına Uluslararası Üniversite, S. Naamatov Adına Naryn Devlet Üniversitesi, Oş Devlet Üniversitesi, Talas Devlet Üniversitesi ve Adam Üniversitesi bulunmaktadır.

Kolejler arasında yapılan incelemede, turizm alanında programı bulunan 9 kolej belirlenmiştir. Bu kolejlere Bişkek Evrensel Kolej, Turizm Akademisi Koleji, Kırgız-Kore Koleji (Korece bilgisi gerektiren), İ. Arabayev Adına Kırgız Devlet Üniversitesi Koleji, Kırgız-Rus Eğitim Akademisi Koleji, Kırgız-Ekonomik Üniversitesi M. Ryskulbekov Adına İktisat ve Hizmet Koleji, STEM İnovasyon Koleji, Uluslararası Kırgız-Türk Koleji, Issık-Kul Devlet Üniversitesi K. Tynystanov Adına Koleji dâhildir.

Turizm sektöründe uzun süre eğitim almak istemeyen bireyler için rehber-tercüman ve turist rehberi hazırlık kursları mevcuttur. Bu özel kurslar, teorik ve pratik dersleri içeren 1 ile 3 aylık bir süreci kapsamaktadır. Bu çalışma kapsamında ulaşılan verilere göre Kırgızistan'da rehber yetiştiren birkaç turizm şirketi ve kuruluş bulunmaktadır. Bunlar arasında Kyrgyz Concept, Aksai-Travel, Dağ Rehberleri Derneği bünyesindeki Dağ Rehber Okulu, KATO, Travel Expert ve diğerleri yer almaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Sorunu

Bu araştırmada ele alınan temel sorun; "TripAdvisor platformunda turistler tarafından Kırgızistan'daki turist rehberleri nasıl değerlendirilmektedir?" cümlesi ile ifade edilmektedir. Bu sorunun çözümüne yönelik olarak belirlenen araştırma soruları ise şu şekildedir:

1. Kırgızistan'daki tur rehberleri hakkında TripAdvisor platformunda yapılan yorumlarda öne çıkan temalar nelerdir?
2. Turistlerin rehberlik hizmetlerine yönelik genel memnuniyet düzeyi nasıldır?
3. Rehberlerin hizmet kalitesini artırmak için hangi öneriler geliştirilebilir?

3.2. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada ele alınan konu ve sorular doğrultusunda daha uygun olması sebebi ile nitel araştırma yaklaşımı kullanılmıştır. Turizm endüstrisindeki rehber hizmetlerinin kalitesini anlamak ve iyileştirmek amacıyla TripAdvisor platformundaki turist rehberi değerlendirmeleri üzerine odaklanılmıştır. Araştırmanın verileri, TripAdvisor'da bulunan turist rehberi değerlendirmelerinden toplanmıştır. Bu değerlendirmeler, çevrimiçi döküman incelemesi yoluyla elde edilmiş ve araştırma sürecinde kullanılmıştır.

Toplanan veriler, öncelikle kaydedilmiş ve ardından gruplandırılmıştır. Daha sonra, doküman analizi yöntemiyle bu veriler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmanın ana hedefi, turistlerin rehberlere yönelik algılarını ve memnuniyet düzeylerini anlamaktır. Bu amaçla, TripAdvisor yorumlarının derinlemesine bir analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, turizm endüstrisindeki paydaşlara rehberlik etmek ve hizmet kalitesini artırmak amacıyla stratejik öneriler geliştirmeyi hedeflemiştir. Bu yöntem, turizm işletmeleri ve turist rehberleri için daha etkili hizmet sunma stratejileri oluşturulmasına yardımcı olabilecek önemli bir araştırma yaklaşımı olarak öne çıkmaktadır.

3.3. Veri Toplama ve Veri Analizi

Tripadvisor platformunda dünyanın neredeyse her bölgesinde turizm işletmeleri ve turizm elemanları hakkında yorumlar bulunmaktadır. Bu çalışmada Tripadvisor'da turist rehberleri hakkında yapılan yorumlar ele alınmaktadır. Bu kapsamda, Tripadvisor platformunda Kırgızistan'daki turist rehberleri hakkında yapılan tüm yorumlara ulaşmak hedeflenmiştir. Buna yönelik olarak site üzerinde Kırgızistan turist rehberleri ile ilgili aramalar gerçekleştirilmiş ve yorumlara ulaşılmıştır. Böylece platformda toplamda hakkında yorum yapılan 108 rehber ve bu rehberlerin hakkında yapılan yorumların toplam sayısının ise 1080 olduğu belirlenmiştir. 108 rehber ve 1080 yorum zaman kısıtlılığı ve analiz olanaklarının eksikliği nedeni ile en çok yorum alan 10 rehber ile sınırlandırılmıştır. TripAdvisor platformunda Kırgızistan'da hakkında yorum yapılan 10 rehberle yönelik yapılan toplam 573 yorum araştırmanın verilerini oluşturmaktadır.

Araştırmanın yapıldığı dönemde (Nisan-Mayıs 2024) Tripadvisor Platformunda Kırgızistan'daki rehberler hakkında yapılan yorumlar tespit edilmiş ve kayıt altına alınmıştır. Toplanan nitel veri, nitel veri analizi tekniklerinden döküman analizi tekniği ile analiz edilmiştir.

Döküman analizi, nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir (Wach, 2013). Temelde, araştırma konusuyla ilgili diğer kişi veya kurumlar tarafından üretilmiş çeşitli yazılı belgelerin toplanması ve incelenmesi döküman analizi olarak tanımlanmaktadır (Seyidoğlu, 2016). Bu yöntem, yazılı belgelerin içeriğini sistemli bir şekilde inceleyerek anlam çıkarmayı ve ilgili konu hakkında derin bir anlayış geliştirmeyi amaçlamaktadır. Döküman analizi, basılı veya elektronik materyaller gibi çeşitli belge türlerini kapsamakta ve bu belgelerin detaylı bir değerlendirmesini içermektedir. Corbin ve Strauss'a (2008) göre döküman analizi, diğer nitel araştırma yöntemleri gibi verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirmektedir. Bu yöntem, araştırmacılara ampirik bilgi geliştirme ve derinlemesine anlayış sağlama imkanı sunmaktadır. Başka bir tanıma göre döküman analizi, çeşitli yazılı metin

biçimlerini toplamayı, gözden geçirmeyi, sorgulamayı ve analiz etmeyi içeren bir araştırma veri toplama yöntemidir (O'Leary, 2017).

Doküman analizinin avantajlarına dikkat edildiğinde, bu yöntemin etkili bir araştırma yöntemi olduğu açıkça görülmektedir. Doküman analizi, diğer araştırma yöntemlerinden daha az zaman almakta ve dolayısıyla daha verimli olmaktadır. Bunun nedeni, veri toplama yerine veri seçimine odaklanmasıdır. Bir diğer avantajı da kullanılabilirliktir. Özellikle İnternet'in yaygınlaşmasıyla birlikte birçok belge kamusal alanda bulunabilir hale gelmiştir ve yazarların izni olmadan erişilebilmektedir. Bu durum, doküman analizini nitel araştırmacılar için çekici bir seçenek haline getirmektedir. Ayrıca, doküman analizinin maliyet etkinliği de bir avantajdır. Diğer araştırma yöntemlerine göre daha az maliyetlidir ve yeni veriler toplanmanın mümkün olmadığı durumlarda tercih edilen bir yöntemdir. Veriler zaten toplanmıştır; geriye kalan ise değerlendirilecek belgelerin içeriği ve kalitesidir. Başka bir avantajı da kararlılığıdır; bir araştırmacı tarafından birden çok kez okunabilmekte ve incelenebilmektedir. Ayrıca, araştırma sürecinde değişmeden kalmakta ve araştırmacının etkisi bulunmamaktadır (Bowen, 2009).

Doküman analizinin avantajlarının yanı sıra bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, dokümanlarda yeterli ayrıntının bulunmamasıdır. Dokümanlar genellikle başka amaçlar için oluşturulduğundan, araştırma amaçlarına uygun detayları içermeyebilmektedirler. Dolayısıyla, bir araştırma sorusuna cevap vermek için yeterli bilgi sağlamayabilmektedirler. İkinci sınırlılık ise ulaşılabilirlik konusundadır. Belirli belgelere erişim kasıtlı olarak engellenebilmekte veya kısıtlanabilmekte, bu da araştırmacıların tam bir veri setine erişmelerini zorlaştırabilmektedir.

Toplanan veri NVIVO 15 yazılımı kullanılarak gruplandırılmış ve ifadeler, benzerlik ve ilişkilerine göre ana temalar altında toplanmıştır. Yorumlarda öne çıkan ifadelerin çıkarılması süreci, diğer bir ifadeyle kodlama süreci iki bağımsız araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş ve sonuçlar karşılaştırılmıştır. Kodlama uyumu, Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği formüle göre hesaplanmıştır: Anlaşma Sayısı / (Anlaşma Sayısı + Anlaşmazlık Sayısı). Bu hesaplama sonucunda, kodlama uyum oranı %90 olarak bulunmuştur. Bu oran, nitel araştırmalar için kabul edilebilir bir güvenilirlik düzeyine işaret etmektedir. NVIVO, kodlama sonuçlarının görselleştirilmesi, analiz edilmesi ve raporlanması için etkili bir araç olarak kullanılmaktadır. Ancak kodlama işleminin bağımsız yapılmasının, analiz sürecinin güvenilirliğini artırdığı düşünülmektedir. Son olarak bulgular Türkçe diline tercüme etmiştir. Doküman analizi tekniği ile analiz edilen veriler Miles ve Hubermann'ın belirttiği gibi tablolar, matrisler ve alıntılar şeklinde sunulmuştur. Son olarak ise WordClouds sitesi yardımı ile kelime bulutları oluşturulmuştur.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın bulguları, kelime bulutları, yorumlar ve tablolar halinde sunulacaktır.

Şekil 1: R-1 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu



R-1 kodlu turist rehberi hakkında yapılan yorumlar incelendiğinde, 41 turist, rehberin yüksek bilgi düzeyine ve iyi eğitimine özellikle vurgu yapmıştır. Ayrıca 36 turist, diğer seyahatçilere R-1'i tavsiye etmiş ve memnuniyetlerini dile getirmiştir. Diğer rehberlerden farklı olarak, R-1 kodlu rehber hakkında yapılan yorumlarda 30 kişi, rehberin müşteri odaklı olduğunu belirtmiştir. Yorumlarda ayrıca 26 kişi rehberi mükemmel olarak nitelendirirken, 19 kişi dost canlısı olduğunu, 18 kişi akıcı yabancı dil bilgisine sahip olduğunu ve 18 kişi teşekkürlerini iletmiştir. Ek olarak, 13 kişi rehberi yardımsever, 12 kişi ilgili, 10 kişi eğlenceli, 10 kişi profesyonel, 9 kişi iletişimsel, 8 kişi destekleyici, 7 kişi güvenilir, 6 kişi dakik, 5 kişi misafirperver, 5 kişi duyarlı, 4 kişi sabırlı ve 3 kişi esnek olarak tanımlamıştır. R-1 rehberi hakkında yapılan yorumlarda 1 Almanca, 2 Rusça ve 90 İngilizce olmak üzere toplam 93 olumlu yorum bulunmuş olup, olumsuz bir yorum tespit edilmemiştir. Platformda R-1 rehberin memnuniyet puanı 5.0 olarak değerlendirilmektedir. Yapılan araştırmalar, R-1 rehberin Kırgızistan'ın iç kesimlerinde, özellikle kuzey bölgelerinde turlar düzenlediğini ortaya koymuştur.

Şekil 2: R-2 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu

R-2 kodlu rehberle yapılan yorumların analizine göre rehberin diğer turistler tarafından tavsiye edildiği 34 kez belirtilmiştir. Ayrıca 33 turist, rehberin bilgi ve kültür düzeyini övmüş, 25'i ise rehberi harika bir rehber olarak tanımlamıştır. 14 turist, rehberin yabancı dil bilgisini, 14 turist ise etkili hikaye anlatıcılığını öne çıkarmıştır ve 13 turist sunduğu harika hizmet için içten teşekkürlerini iletmiştir. R-2 kodlu rehber, Kırgızistan'ın Oş bölgesinde hizmet vermektedir ve diğer rehberlerden farklı olarak yemek yapma yeteneği ile öne çıkmaktadır; bu özellik, 9 turist tarafından yorumlarda vurgulanmıştır. R-2 rehberi, memleketinde yemek turları ve şehir turları düzenlemekte olup, turistlere güzel pilav yapma konusunda atölye çalışmaları sunmaktadır. Yorumlarda ayrıca 8 turist, rehberi profesyonel, 6'sı genç girişimci, 6'sı yardımsever, 4'ü arkadaş canlısı, 3'ü misafirperver, 3'ü güvenilir, 3'ü tutkulu, 3'ü komik, 3'ü nazik ve 3'ü açık sözlü olarak tanımlamıştır. TripAdvisor platformunda Oş bölgesindeki rehberler arasında en çok yoruma sahip olan R-2 kodlu rehber, toplamda 71 olumlu yorum almış ve herhangi bir olumsuz yorum tespit edilmemiştir. Bu yorumlar 50 İngilizce, 18 Rusça, 2 Almanca ve 1 Fransızca olmak üzere 4 dilde yapılmıştır. R-2 rehberinin memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmektedir. R-2 rehberi, Oş bölgesi ve çevresindeki turistik yerlerde hizmet sunmaktadır.

Şekil 3: R-3 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu

R-3 kodlu rehber hakkında yapılan yorumlar incelendiğinde, rehberin 26 turist tarafından diğer müşterilere tavsiye edildiği, 25 turistin rehberin yüksek bilgi düzeyine sahip olduğunu belirttiği ve 22 kişinin onu harika bir rehber olarak nitelendirdiği görülmüştür. Ayrıca, 12 kişi rehberin sunduğu iyi hizmet için teşekkür etmiştir. Yorumlarda rehberin çeşitli özellikleri de vurgulanmıştır: 16 kişi müşteri odaklılığı, 11 kişi yardımseverliği, 10 kişi arkadaş canlısı oluşu, 9 kişi akıcı yabancı dil bilgisi, 7 kişi iyi bir organizatör olması, 5 kişi eğlenceli oluşu, 5 kişi güvenilirliği, 4 kişi özenli oluşu, 4 kişi iletişim becerileri, 4 kişi canna yakınlığı, 4 kişi profesyonelliği, 3 kişi esprili oluşu ve 3 kişi esnekliği gibi niteliklere değinmiştir. R-3 kodlu rehber hakkında yapılan toplam 69 olumlu yorum tespit edilmiştir ve herhangi bir olumsuz yorum bulunmamaktadır. Bu yorumların 68'i İngilizce, 1'i ise Almanca olarak yazılmıştır. Rehberin memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmiştir. Yorumlar, R-3 rehberinin Kırgızistan'ın kuzey bölgelerinde rehberlik yaptığını ve kartal ve at turları düzenleyerek müşteri memnuniyetini sağlamaya çalıştığını ortaya koymaktadır. Yorumlara göre rehber, turistlere unutulmaz deneyimler sunmaktadır.

Şekil 4: R-4 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu

R-4 kodlu rehber hakkında yapılan yorumların analizine göre 35 turist, rehberin harika bir rehberlik hizmeti sunduğunu belirtmiş, 17 turist, rehberi diğer turistlere tavsiye etmiş ve yine 17 turist, teşekkür ifadelerini dile getirmiştir. Ayrıca 16 turist, rehberin bilgi düzeyini, 12 turist akıcı yabancı dil bilgisine sahip olduğunu, 10 turist, rehberin sağladığı yardımları ve ilgiyi, 8 turist nazik tavırlarını ve 7 turist arkadaş canlısı kişiliğini övmüştür. Yorumlarda, rehberin sağladığı ek hizmetler de öne çıkmaktadır. 6 turist, rehberin iyi bir fotoğrafçı olduğunu belirtmiş, 6 turist rehberin sabrını, 5 turist etkili hikaye anlatıcılığını, 4 turist uzmanlığını, 4 turist pozitif tutumunu, 3 turist enerjik yaklaşımını ve 3 turist iletişim becerilerini vurgulamıştır. R-4 kodlu rehber hakkında toplam 60 olumlu yorum bulunmuş ve herhangi bir olumsuz yorum tespit edilmemiştir. Bu yorumların 55'i İngilizce, 3'ü Rusça, 1'i Fransızca ve 1'i Almanca olarak yazılmıştır. R-4 rehberinin memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmiştir. Rehber, Kırgızistan içinde özellikle kuzey bölgelerde turlar düzenleyerek hizmet vermektedir.

Şekil 5: R-5 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu



R-5 kodlu rehberle ilgili yapılan yorumlara göre 24 turist onu en iyi rehber olarak değerlendirmiştir. Ayrıca, rehberin diğer turistler tarafından 24 kez tavsiye edildiği ve 22 kez teşekkür aldığı ifadelerine sıkça rastlanmaktadır. Yorumlarda, 14 kişi yardımseverliği, 12 kişi bilgi düzeyi, 11 kişi turistlere yönelik dost canlısı yaklaşımı ve 10 kişi müşteri odaklılığı gibi özelliklerinden olumlu şekilde bahsetmiştir. Rehberin ayrıca 10 kişi tarafından yabancı dil bilgisi, 8 kişi tarafından iletişimsel yetenekleri, 7 kişi tarafından duyarlılığı, 6 kişi tarafından profesyonelliği, 5 kişi tarafından nazik ve 4 kişi tarafından esnek olması gibi özelliklerinden övgüyle bahsedilmiştir. Yorumlarda, rehberin eğlenceli ve güvenilir olması da 4 turistin memnuniyetini sağlayan diğer özellikler arasındadır. 5 kişi onu iyi bir şirket sahibi ve 4 kişi iyi bir fotoğrafçı olarak da belirtmiştir. R-5 kodlu rehber hakkında yapılan yorumlar 6 farklı dilde paylaşılmış olup, toplam yorum sayısı 59'dur ve bunlardan sadece 1'i olumsuz ve 58'i olumlu yorum olarak değerlendirilmiştir. Olumsuz yorumda, bir turist onun profesyonellikten uzak olduğunu ve turist isteklerini yerine getirmek yerine pahalı bir tur satmaya çalıştığını belirtmiştir. Ancak platformda R-5 rehberinin memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmiştir. R-5 rehberi, Orta Asya ülkelerinde, özellikle Özbekistan, Kazakistan ve Kırgızistan sınırlarında hizmet vermektedir.

Şekil 6: R-6 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu



R-6 kodlu rehberle ilgili yapılan yorumlara göre genellikle turistlerin 45'i rehberi "en iyi rehber" olarak nitelendirmekte, 38'i diğer turistlere tavsiye etmekte ve 20'si teşekkür etmektedir. Ayrıca, R-6'nın mükemmel sürücü ve motorcu yeteneklerine 16 kişi tarafından vurgu yapılmıştır. Turistlerin 27'si rehberin iyi eğitilmiş olduğunu, 22'si eğlenceli kişiliğini, 19'u müşteri odaklı yaklaşımını, 16'sı ilgiliğini ve arkadaş canlısı tavırlarını, 15'i güvenilirliğini ve akıcı yabancı dil bilgisini, 13'ü profesyonelliğini, 11'i iletişim becerilerini, 9'u yardımseverliğini ve sorumluluk sahipliğini önemli özellikler olarak belirtmiştir. 7'si sorun çözme becerisini, 7'si deneyimli bir rehber olduğunu, 5'i esnekliğini vurgulamıştır. R-6 kodlu rehber hakkında yapılan yorumlar 6 farklı dilde paylaşılmış olup, toplam yorum sayısı 55'tir. Bunlardan 3'ü olumsuz ve 52'si olumlu yorum olarak değerlendirilmiştir. Olumsuz yorumlar incelendiğinde, şikayetlerin R-6 tarafından kaynaklanmadığı ortaya çıkmıştır. Memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmiştir. R-6 kodlu rehber Orta Asya turlarını, özellikle Kırgızistan, Özbekistan, Kazakistan ve Tacikistan sınırlarında düzenlemekte olup turistlere hem rehberlik hem de şoförlük hizmetini sunmaktadır.

Şekil 7: R-7 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu

R-7 kodlu rehberle ilgili yapılan yorumlara göre 26 kişi rehberin yüksek bilgi düzeyini, 25 kişi ise harika bir rehber olarak nitelendirdiği görülmektedir. Turistlerin 22'si tarafından rehberin tavsiye edildiği, 13'ü teşekkürlerini yorumlarda belirtmiştir. Ayrıca, 11 kişi arkadaş canlısı olmasını, 10 kişi profesyonel yaklaşımını, 7 kişi yardımseverliğini, 7 kişi eğlenceli kişiliğini, 6 kişi sabırlı ve 5 kişi coşkulu olmasını övmüştür. Bununla birlikte, 4 kişi dakikliği, ilgililiği ve güvenilirliği hissettirme, yüksek yabancı dil bilgisini, cana yakınlığı ve 3 kişi düzenliliği gibi özellikleri belirtilmiştir. R-7 hakkında paylaşılan olumlu yorum sayısı toplam 53'tür ve herhangi bir olumsuz yorum tespit edilmemiştir. Memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmektedir. R-7 kodlu rehberin hizmeti genellikle Bışkek şehri ve onun etrafındaki turistik yerlerde sunulmaktadır. Ayrıca, Kırgızistan'ın Çüy, Isık Göl gibi bölgelerinde de rehberlik hizmetini sürdürmektedir.

Şekil 8: R-8 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu

Yapılan yorumlara göre R-8 kodlu rehberle ilgili 24 kişi onu harika bir rehber olarak nitelendirmekte ve 16 kişi ise bilgili olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, 13 kişi Kırgızistan'a seyahat edecek diğer turistlere bu rehberi tavsiye etmektedir. Bununla birlikte, 10 kişi dost canlısı kişiliğini, 9 kişi mükemmel sürücülük becerisini, 8 kişi turizm alanında tecrübeli olduğunu, 6 kişi yabancı dilinin iyi olduğunu, 6 kişi eğlenceli kişiliğini, 5 kişi iyi bir fotoğrafçı olduğunu, 5 kişi profesyonel yaklaşımını, 5 kişi yardımseverliğini, 5 kişi güvenilir olduğunu, 4 kişi neşeli olduğunu, 3 kişi seçenek sunduğunu, 3 kişi mükemmel organizatörlüğünü ve 3 kişi güleryüzlü olduğunu belirtmiştir. TripAdvisor platformunda, R-8 ile ilgili toplam 43 olumlu yorum bulunmaktadır. 24 İngilizce, 18 Rusça ve 1 İtalyanca yorum yapıldığı görülmektedir. Olumsuz bir yorumun olmadığı belirlenmiştir. Memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmektedir. Yorumlara göre R-8, genellikle Kırgızistan ve komşu ülke Kazakistan içinde turlar düzenlemektedir.

Şekil 9: R-9 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu

R-9 kodlu rehberle ilgili yapılan yorumlara göre rehberin iyi bir rehber olduğu 31 kez vurgulanmaktadır. 15 kişinin rehberle olan teşekkürleri ve 13 kişi tarafından onu diğer seyahatçilere tavsiye etmeleri öne çıkmaktadır. Ayrıca, turistlerin 11'i rehberin bilgili, 10'u arkadaş canlısı, 6'sı profesyonel, 5'i eğlenceli, 5'i yardımsever, 5'i iyi bir fotoğrafçı, 4'ü yabancı dili iyi, 4'ü esnek, 3'ü duyarlı, 3'ü ilgili, 3'ü saygılı, 3'ü sabırlı, 3'ü ihtiyaçları karşılayan bir rehber olduğunu belirtmektedir. Platformda, R-9 kodlu rehber ile ilgili toplam 35 olumlu yorum tespit edilmiş ve

herhangi bir olumsuz yorum bulunmamıştır. Memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmektedir. R-9 rehber genellikle Kırgızistan, Özbekistan ve Kazakistan ülkeleri içinde hizmetini sunmaktadır.

Şekil 10: R-10 Kodlu Rehber Ait Yorumların İçeriğine Yönelik Kelime Bulutu



Yapılan yorumlara göre R-10 kodlu rehberle yönelik olarak mükemmel bir rehber olduğu sıkça 14 turist tarafından vurgulanmaktadır. 10 turist, tura katılmak isteyenlere bu rehberi tavsiye etmekte ve 8'i ise ona teşekkür etmektedir. Ayrıca, turistlerin 6'sı rehberin yüksek bilgi düzeyini, 5'i misafirperverliğini, 4'ü eğlenceli ve arkadaş canlısı kişiliğini, 3'ü ilgili, tutkulu, yabancı dili iyi, iletişimsel, deneyimli, yardımsever olduğunu öne çıkarmaktadır. R-10 kodlu rehberle yönelik yapılan olumlu yorumların toplam sayısı 35'tir ve herhangi olumsuz bir yorum bulunmamaktadır. Tüm yorumların sadece İngilizce dilinde yazıldığı tespit edilmiştir ve memnuniyet puanı, 5.0 olarak değerlendirilmiştir. Rehberlik hizmetini genellikle ülke içinde özellikle ısk Göl, Çüy bölgeleri ve Bışkek şehri içinde sunmaktadır.

Tablo 3: Turist Rehberleri Hakkında Yapılan Yorumlarda Öne Çıkan İfadeler ve Temalar

Tema	Öne Çıkan İfadeler	Frekans	Yüzde (%)
Rehberin Bilgi Düzeyi	Bilgili	201	12.63
	En iyi bir rehber	80	5.03
	Uzman	4	0.25
	Tecrübeli/Deneyimli	15	0.94
İletişim ve Müşteri İlişkileri	Arkadaş canlısı/Dost canlısı	95	5.97
	Yardımsever	79	4.97
	Müşteri odaklı	66	4.15
	İlgili	41	2.58
	İletişimsel	33	2.07
	Sabırlı	19	1.19
	Nazik	16	1.00
	Duyarlı	15	0.94
	Misafirperver	13	0.82
	Cana yakın	8	0.50
	Saygılı	3	0.19
	Açık sözlü	3	0.19
	Esprili	3	0.19
	Komik	3	0.19
Yabancı Dil Yetkinliği	Yabancı dili iyi	88	5.53
Tur Organizasyonu	Profesyonel	56	3.52
	Mükemmel/İyi bir organizatör	10	0.63
	Dakik	10	0.63
	Çözüm bulma becerisi	4	0.25
	Düzenli	3	0.19
Turist Deneyimi ve Memnuniyeti	Eğlenceli	53	3.33
	Etkili hikaye anlatıcısı	19	1.19
	Destekleyici	8	0.50
	Coşkulu	5	0.31
	Tutkulu	6	0.38
	Pozitif	4	0.25
	Neşeli	4	0.25
	Enerjik	3	0.19
Ekstra Hizmetler ve Yetkinlikler	Mükemmel bir sürücü	25	1.57
	İyi bir fotoğrafçı	20	1.26
	Yemek yapma yeteneği	9	0.56
	Güvenilir	35	2.20

Güvenilirlik ve Sorumluluk	<i>Sorumlu</i>	5	0.31
	<i>Şirket sahibi</i>	5	0.31
	<i>Girişimci</i>	6	0.38
Müşteri Deneyimine Yönelik Değerlendirmeler	<i>Tavsiye ediyorum</i>	216	13.58
	<i>Teşekkür ediyorum</i>	129	8.11
	<i>Harika bir rehber</i>	131	8.23
	<i>Mükemmel bir rehber</i>	40	2.52
	<i>Seçenek sunar</i>	3	0.19
	<i>İhtiyaçları karşılayan bir rehber</i>	3	0.19
	<i>Özenli</i>	4	0.25

Tablo 3'te sunulan bulgular, turistlerin rehberlere yönelik değerlendirmelerinin belirli temalar etrafında yoğunlaştığını ve bazı unsurların turist memnuniyetinde daha belirleyici olduğunu göstermektedir. Müşteri deneyimine yönelik değerlendirmeler, turistlerin rehberlik hizmetinden genel anlamda memnun kaldıklarını ve bu memnuniyeti olumlu ifadelerle vurguladıklarını ortaya koymaktadır. "Tavsiye ediyorum" (216), "Teşekkür ediyorum" (129) ve "Harika bir rehber" (131) ifadelerinin yüksek frekanslarda tekrar edilmesi, turistlerin rehberlere yönelik olumlu geri bildirim verme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Bu ifadeler, rehberin sunduğu hizmetin genel olarak beklentileri karşıladığını ve turistlerin hizmeti başkalarına da önermekten çekinmediklerini ortaya koymaktadır.

Rehberin bilgi ve hizmet kalitesi, turistlerin memnuniyetlerini şekillendiren temel faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. "Bilgili" (201) ve "En iyi bir rehber" (80) ifadelerinin sıklıkla tekrar edilmesi, turistlerin rehberlerden en büyük beklentisinin bilgi aktarımı olduğunu göstermektedir. Turistler, rehberlerinin destinasyon hakkındaki bilgisine ve bu bilgiyi aktarabilme yeteneğine büyük önem vermektedirler. "Profesyonel" (56), "Uzman" (4) ve "Güvenilir" (35) ifadeleri, rehberlerin yalnızca bilgi düzeyleri ile değil, aynı zamanda mesleki yetkinlikleri ve güvenilirlikleri ile de değerlendirildiklerini göstermektedir. Bu bağlamda, profesyonellik ve uzmanlık, turistler için rehber seçiminde kritik unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır.

İletişim ve müşteri ilişkileri, rehberlerin turistlerle doğrudan kurduğu etkileşimi temsil etmekte ve memnuniyet üzerinde belirleyici bir faktör olarak görülmektedir. "Arkadaş canlısı/Dost canlısı" (95), "Yardımsever" (79) ve "Müşteri odaklı" (66) ifadeleri, turistlerin rehberlerinden yalnızca bilgi sunmalarını değil, aynı zamanda samimi, yardımsever ve destekleyici bir tutum sergilemelerini beklediklerini göstermektedir. "İlgili" (41), "İletişimsel" (33), "Sabırlı" (19) ve "Nazık" (16) ifadelerinin de sıkça kullanılması, rehberlerin misafirperver, anlayışlı ve nazık olmalarının turist memnuniyeti açısından kritik olduğunu ortaya koymaktadır. "Cana yakın" (8), "Saygılı" (3) ve "Esprili" (3) gibi daha düşük frekansta kullanılan ifadeler, bazı turistlerin rehberlerinin kişisel özelliklerini de değerlendirdiklerini, özellikle sosyal yönü güçlü ve samimi rehberlerin daha fazla beğeni kazandığını göstermektedir.

Yabancı dil yetkinliği, turistlerin rehberler hakkındaki en çok vurguladıkları kriterlerden biri olmuştur. "Yabancı dili iyi" (88) ifadesinin sıkça kullanılması, rehberlerin en az bir yabancı dilde yeterli düzeyde iletişim kurabilmelerinin önemli bir beklenti olduğunu göstermektedir. Kırgızistan gibi çok uluslu turist kitlesine hitap eden bir destinasyonda, rehberlerin dil yetkinliklerini artırmaları, hizmet kalitesini yükseltebilecek kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Tur organizasyonu, turistlerin hizmet kalitesini değerlendirmelerinde dikkate aldıkları bir diğer önemli faktördür. "Profesyonel" (56) ve "Mükemmel/İyi bir organizatör" (10) ifadeleri, rehberlerin organizasyon becerilerinin, tur akışını yönetme yeteneklerinin ve planlama süreçlerindeki başarılarının turist memnuniyetine doğrudan etki ettiğini göstermektedir. "Dakik" (10) ve "Çözüm bulma becerisi" (4) ifadeleri, rehberlerin zaman yönetimi ve sorun çözme yeteneklerine duyulan önemi vurgulamaktadır.

Turist deneyimi ve memnuniyeti, turistlerin rehberlik hizmetinden ne ölçüde keyif aldıklarını ortaya koymaktadır. "Eğlenceli" (53) ve "Etkili hikaye anlatıcısı" (19) ifadeleri, rehberlerin yalnızca bilgilendirici değil, aynı zamanda keyifli bir deneyim sunmalarının da turistler için önemli olduğunu göstermektedir. Turistler, rehberlerin tura enerji katmasını ve hikaye anlatımı yoluyla deneyimi zenginleştirmesini beklemektedir. "Destekleyici" (8), "Coşkulu" (5), "Tutkulu" (6) ve "Pozitif" (4) ifadelerinin kullanımı, turistlerin rehberlerinden yüksek motivasyon ve enerji beklediklerini ortaya koymaktadır.

Ekstra hizmetler ve yetkinlikler teması altında, bazı rehberlerin sunduğu ek hizmetlerin de turistler tarafından değerlendirmeye tabi tutulduğu görülmektedir. "Mükemmel bir sürücü" (25) ve "İyi bir fotoğrafçı" (20) ifadeleri, rehberlerin sadece bilgi aktarmakla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda ulaşım ve fotoğrafçılık gibi ek hizmetler sunduğunu göstermektedir. "Yemek yapma yeteneği" (9) ifadesinin kullanılması, bazı turistlerin rehberlerinden daha kapsamlı hizmetler beklediğini göstermektedir.

Güvenilirlik ve sorumluluk teması altında, "Güvenilir" (35), "Sorumlu" (5) ve "Şirket sahibi" (5) ifadelerinin kullanımı, turistlerin rehberleri yalnızca hizmet kalitesine göre değil, aynı zamanda güvenilirlik ve iş disiplini

açısından da değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle Kırgızistan'da rehberlik mesleğine yönelik yasal düzenlemelerin eksik olduğu düşünüldüğünde, güvenilir rehberlerin ön plana çıkmasının sektör açısından kritik olduğu görülmektedir.

TripAdvisor yorumlarında turistlerin rehberlere yönelik değerlendirmeleri geniş bir perspektiften ele alınmakta ve belirli temalar çerçevesinde şekillenmektedir. Rehberin bilgi düzeyi, iletişim becerileri, organizasyon yetkinliği, yabancı dil yeterliliği ve güvenilirliği, turist memnuniyetini en çok etkileyen unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Turistlerin beklentileri yalnızca rehberin bilgi birikimiyle sınırlı kalmamakta, aynı zamanda rehberin sosyal becerileri, planlama yeteneği ve ek hizmetleri de değerlendirmeye alınmaktadır. Bu bulgular, Kırgızistan'daki turist rehberliği hizmetlerinin iyileştirilmesi için kritik içgörüler sunmakta ve rehberlerin mesleki gelişimlerine yönelik yapılacak düzenlemeler için önemli bir temel oluşturmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada Kırgızistan'a gelen turistlerin burada aldıkları turist rehberlerini nasıl değerlendirdiklerini belirlemek amacı ile dünyada en çok kullanılan seyahat odaklı sosyal medya platformlarından birisi olan TripAdvisor platformundaki turistlerin yorumları ele alınmıştır. Toplanan yorumlar nitel veri analizi teknikleri döküman analizi ve içerik analizi teknikleri ile analiz edilmiş, bulgular kelime bulutları ve tablolar şeklinde sunulmuştur. Genel olarak değerlendirildiğinde Tripadvisor platformunda yorum yapan turistlerin Kırgızistan'daki rehberlerden memnun oldukları belirlenmiştir. Wang, Hsieh ve Chen (2002), rehberlerin bilgi düzeyi ve iletişim becerilerinin, turistlerin genel tatmin düzeylerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde, bu çalışmada da turistlerin %93'ü rehberleri tavsiye etmekte, %79'u rehberlerin bilgi düzeyini övmektedir. Bu durum, Kırgızistan'daki rehberlerin yüksek bilgi birikimi ile turistlerin beklentilerini karşıladığını ortaya koymaktadır. Hu ve Ritchie (1993), rehberlerin misafirperverlik ve müşteri odaklılık özelliklerinin turist memnuniyeti üzerindeki etkisini vurgulamaktadır. Bu çalışmada ise 66 kişi rehberlerin müşteri odaklı olduklarını belirtmiş, 13 kişi misafirperverliklerini öne çıkarmıştır. Bu bulgular, rehberlerin misafirperverlik ve müşteri odaklı hizmet sunmada başarılı olduklarını göstermektedir.

Araştırmada, turist rehberlerine yönelik genel memnuniyet seviyesinin oldukça yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular, TripAdvisor'daki değerlendirmeleri inceleyen önceki çalışmalara benzer sonuçlar sunmaktadır (O'Connor, 2010; Köseler ve Gökdemir, 2022). Fenich'in (2014) araştırmasında vurgulandığı gibi rehberlerin bilgi aktarımının ötesinde eğlenceli, esprili ve etkileyici hikaye anlatıcılığı özellikleri, turistler üzerinde güçlü bir etki yaratmaktadır. Kırgızistan'daki rehberler hakkında yapılan yorumlarda da 53 turist, rehberlerin eğlenceli kişiliklerini, 19 turist ise hikaye anlatma yeteneklerini öne çıkarmıştır. Bu bulgular, rehberlerin yalnızca bilgi sağlayan kişiler olmadığını, aynı zamanda turistlerin seyahat deneyimlerini zenginleştiren önemli aktörler olduklarını göstermektedir.

Bu çalışmaya göre turistler rehberlerin en çok dakiklik, yabancı dil bilgisi, sabırlılık, yardımseverlik ve profesyonellik gibi özelliklerini önemsemişlerdir. Elde edilen bu sonuçlar, TripAdvisor'daki rehber değerlendirmelerini inceleyen Gökdemir ve Eren (2020) ile Köseler ve Gökdemir (2022) çalışmalarındaki bulgularla örtüşmektedir. Ayrıca, en sık dile getirilen olumlu ifadeler; rehberlerin bilgili, arkadaş canlısı, yardımsever, profesyonel, müşteri odaklı, ilgili ve iletişim becerilerine sahip oldukları yönündedir. Özellikle turistler, rehberlerin hizmet verdikleri dil üzerinde iyi bir hakimiyet kurduğunu sıklıkla belirtmiştir. Bu bulgular, Şahin ve Avcıkurt'un (2013) araştırmasındaki sabırlılık ve yardımseverliğin turistler için rehberlerde en çok aranan özellikler arasında yer aldığını gösteren sonuçlarla da uyum içindedir. Şahin ve Avcıkurt'un bulgularını destekleyen bu sonuçlar, rehberlerin sabırlı ve yardımsever olmalarının turist memnuniyetine katkı sağladığını bir kez daha ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular, turistlerin rehberlik hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerinin belirli temalar etrafında yoğunlaştığını ve özellikle bilgi düzeyi, iletişim becerileri, yabancı dil yetkinliği ve organizasyon yetkinliklerinin rehber seçiminde önemli kriterler olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, turist memnuniyetini artırmaya ve Kırgızistan'daki rehberlik mesleğinin gelişimine katkı sağlamaya yönelik şu öneriler sunulmaktadır:

Rehberlerin mesleki gelişimlerini desteklemek amacıyla eğitim programlarının yaygınlaştırılması gerekmektedir. Çalışma bulguları, turistlerin rehberlerinden derinlemesine bilgi aktarımı beklediklerini göstermektedir. Bu nedenle, rehberlerin destinasyon bilgisi, kültürel miras, tarih ve etkili hikâye anlatıcılığı gibi konularda uzmanlaşmasını sağlayacak mesleki eğitim programları artırılmalı ve rehberlerin bu programlara katılımı teşvik edilmelidir. Ayrıca, rehberlerin mesleki gelişimlerini destekleyen sertifika programları oluşturulmalı ve rehberlik mesleğinin belirli yeterlilik kriterlerine bağlanması sağlanmalıdır.

Yabancı dil yetkinliği, turistlerin rehberleri değerlendirmesinde en önemli kriterlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Turistler, rehberlerin en az bir yabancı dili akıcı şekilde konuşabilmesini beklemektedir. Bu doğrultuda, rehberlerin yabancı dil becerilerini artırmaya yönelik eğitimler yaygınlaştırılmalı ve özellikle turizmde en sık

kullanılan diller için yoğunlaştırılmış dil programları sunulmalıdır. Bunun yanı sıra, rehberlerin yalnızca dil bilgisi değil, turistlerle etkili iletişim kurabilmeleri için sözlü anlatım becerileri de geliştirilmelidir.

Rehberlerin organizasyon becerilerini artırmaya yönelik uygulamalı eğitimlerin geliştirilmesi gerekmektedir. Turistlerin rehberleri değerlendirmesinde organizasyon ve zaman yönetimi becerileri önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda, rehberlerin tur programlarını etkin bir şekilde planlayabilmesi ve kriz anlarında hızlı çözümler üretebilmesi için mesleki gelişim programları düzenlenmelidir. Özellikle, esneklik, problem çözme ve kriz yönetimi gibi becerilere odaklanan uygulamalı eğitimlerle rehberlerin tur yönetimi becerileri güçlendirilmelidir.

Güvenilirlik ve sorumluluk kavramları, turistlerin rehber seçiminde önemli bir ölçüt olarak değerlendirilmektedir. Rehberlik hizmetlerinin standartlarının oluşturulmaması, turistlerin farklı rehberlerle farklı deneyimler yaşamasına neden olmaktadır. Bu nedenle, rehberlik mesleğinin yasal bir çerçeveye oturtulması ve rehberlerin belirli bir akreditasyon sürecinden geçerek mesleğe kabul edilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, rehberlerin turistler tarafından değerlendirilmesini içeren bir geri bildirim mekanizması oluşturularak rehberlerin hizmet kalitesinin sürekli olarak denetlenmesi sağlanmalıdır.

Turistlerin geri bildirimlerinin değerlendirilmesi ve sürekli iyileştirme süreçlerine entegre edilmesi gerekmektedir. Çalışma bulguları, turistlerin rehberlik hizmeti hakkında geri bildirim verme eğiliminde olduklarını ve bu geri bildirimlerin büyük ölçüde olumlu olduğunu göstermektedir. Ancak, rehberlerin hizmet kalitesini artırabilmesi için bu geri bildirimlerin daha sistematik bir şekilde analiz edilmesi ve sektör içindeki düzenlemelere entegre edilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, rehberler için müşteri geri bildirimlerine dayalı sürekli gelişim programları oluşturulmalı ve turizm sektöründe bu geri bildirimlerin rehber seçiminde önemli bir kriter olarak değerlendirilmesi sağlanmalıdır. Son olarak, rehberlerin mesleki eğitimlerinin geliştirilmesi, yabancı dil becerilerinin artırılması, organizasyon ve kriz yönetimi yetkinliklerinin güçlendirilmesi, mesleki standartların oluşturulması ve geri bildirim mekanizmalarının etkinleştirilmesi, Kırgızistan'daki turist rehberliği hizmetlerinin kalitesini artıracaktır. Bu önerilerin hayata geçirilmesi, hem turist memnuniyetini yükseltecek hem de turizm sektörünün daha kurumsal bir yapıya kavuşmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akyol, B., ve Öztürk, Y. (2023). Turistlerin tatil seçimi karar verme aşamalarında sosyal medyanın rolü: TripAdvisor örneği (The role of social media in the decision-making stages of tourists: TripAdvisor example). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1581-1599.
- Amaro, S., Duarte, P., ve Henriques, C. (2016). Travelers' Use of Social Media: A Clustering Approach. *Annals of Tourism Research*, 59, 1–15.
- Ap, J., ve Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Arat, T., ve Dursun, G. (2016). Seyahat ve konaklama tercihi açısından sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(41.Yıl Özel Sayısı), 111-128.
- Balıkoğlu A., Ulusoy Yıldırım H., ve Hacıoğlu N. (2020). Turist rehberlerine yönelik elektronik yorumların içerik analizi: Tripadvisor örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), 385-401.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet—the state of etourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Chung, N., ve Han, H., (2016). The relationship among tourists' persuasion, attachment and behavioral changes in social media. *Technological Forecasting & Social Change*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2016.09.005>
- Corbin, J., ve Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: Sage.
- Cox, C., Burgess, S., Sellitto, C., ve Buultjens, J. (2009). The role of user-generated content in tourists' travel planning behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(8), 743-764. <https://doi.org/10.1080/19368620903235753>
- Erasmus Plus. (2023). <https://erasmusplus.kg/higher-education-in-kyrgyz-republic/list-of-kyrgyz-heis> (Erişim Tarihi: 03.03.2024).
- Fenich, G. G. (2014). Meetings, expositions, events, and conventions: An introduction to the industry. Pearson.
- Fotis, J., Buhalis, D., ve Rossides, N. (2012). Social media impact on holiday travel planning: The case of the Russian and the FSU markets. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, 1(4), 1-19. <https://doi.org/10.4018/ijom.2012100101>

- Gökdemir, S. ve Eren, D. (2020). Turist rehberi seçiminin analitik hiyerarşi süreci ile belirlenmesi: Tripadvisor örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1510- 1526.
- Horner, S., ve Swarbrooke, J. (2021). *Consumer Behaviour in Tourism*. (4th Edition). Routledge.
- Hu, Y., ve Ritchie, J. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34. <https://doi.org/10.1177/004728759303200204>
- Kaktus Media. (2023). https://kaktus.media/doc/480847_v_kyrgyzstane_s_etogo_goda_bydyt_opredeliat_reyting_kolledjey.html (Erişim Tarihi: 03.03.2024).
- Kırgız Cumhuriyeti Ulusal İstatistik Komitesi. (2024). 5.08.00.05 Indicators of tourism development, <https://stat.gov.kg/en/statistics/turizm> (Erişim Tarihi: 28.01.2025).
- Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. (7th European Edition). Pearson Education.
- Köseler, S., ve Gökdemir, S. Turist rehberlerine yönelik tüketici memnuniyetinin tripadvisor yorumları aracılığıyla incelenmesi: İRO'ya kayıtlı rehberler. *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 3(1): 1-18.
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., ve Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>
- Liu, X., Mehraliyev, F., Liu, C., ve Schuckert, M. (2020). The roles of social media in tourists' choices of travel components. *Tourist studies*, 20(1), 27-48.
- Mauri, A. G., ve Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 99-107. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.02.012>
- Mayzlin, D. (2006). Promotional chat on the Internet. *Marketing Science*, 25(2), 155-163. <https://doi.org/10.1287/mksc.1050.0121>
- O'Connor, P. (2010). Managing a Hotel's Image on TripAdvisor. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 754-772. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.508007>
- O'Leary, Z. (2017). The essential guide to doing your research project. SAGE Publications Inc.
- Orta Asya Turizm Topluluğu Telegram Grubu, (2023). https://docs.google.com/spreadsheets/d/1rMgOnh4tixKcS_E07F6E0M_M42oWdDmUARNPkcAZs4/edit?pli=1#gid=578555841 (Erişim Tarihi: 29.02.2024).
- Resmi Gazete. (2012). 22 Haziran 2012 tarih 28331 sayılı resmi gazete. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> (Erişim Tarihi: 04.01.2024).
- Seyidoğlu, H. (2016). Bilimsel araştırma ve yazma el kitabı. Güzem Can Yayınları.
- Sputnik Kyrgyzstan, (2023). <https://ru.sputnik.kg/20231213/kyrgyzstan-turisty-rost-1081203116.html> (Erişim Tarihi: 04.03.2024).
- Şahin, S. Ş., ve Avcıkurt, C. (2013). Turist rehberlerinin iletişim yeterlilikleri: Turistlerin görüşlerinin chaid analizi ile değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 303-327.
- Şenol, F. (2016). Her yönüyle kırgızistan turizmi. (1. Baskı). BYR Publishing House.
- TripAdvisor. (2020). About TripAdvisor. <https://www.tripadvisor.com/About-Us> (Erişim Tarihi: 08.09.2024).
- TripAdvisor. (2023). Press: Fast Facts. <https://tripadvisor.mediaroom.com/us> (Erişim Tarihi: 08.09.2024).
- Uzun, P., ve Belbağ, A. G. (2019). Sosyal medya fenomenlerinin turistik destinasyon seçimindeki etkisi: Türkiye'deki Instagram kullanıcıları üzerine bir araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 25, 243-262.
- Wach, E. (2013). Learning about qualitative document analysis. <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/2989/PP%20InBrief%2013%20QDA%20FINAL2.pdf?> (Erişim Tarihi: 10.05.2024).
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., ve Chen, W. Y. (2002). Is the tour leader an effective endorser for group package tours? *Tourism Management*, 23(5), 489-498. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-0)
- World Federation of Tourist Guide Associations (2024). What is a professional tourist guide? <https://wftga.org/about> (Erişim Tarihi: 04.01.2024).
- Yenipınar, U., ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.

Zhang, Z., Ye, Q., Law, R., ve Li, Y. (2010). The impact of e-word-of-mouth on the online popularity of restaurants: A comparison of consumer reviews and editor reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 694-700. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.02.002>

Etik Onay

Bu çalışma, katılımcılardan birebir veri toplamayı gerektiren araştırmalar kapsamına girmediği için etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı

1. Yazar katkı oranı: %60
2. Yazar katkı oranı: %40

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.