

**Turist Rehberlerinin Seyahat Acentalarından Beklentileri ve Bu Beklentilerin Karşılmasına Yönelik Bir Araştırma**

**A Research on Tourist Guides' Expectations from Travel Agencies and Meeting of These Expectations**

<sup>a</sup>Sibel ÇAMDİBİ, <sup>b</sup>Prof. Dr. Özcan ZORLU

<sup>a</sup>Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, Türkiye, sibel.camdibi@usr.aku.edu.tr

<sup>b</sup>Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar, Türkiye, ozcanzorlu@aku.edu.tr

<sup>\*</sup> Sorumlu Yazar / Responsible Author

**Makale Bilgisi / Article Info**

Gönderilme Tarihi (Received): 10.02.2025

Revizyon Tarihi (Revised): 11.03.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 12.03.2025

Yayımlanma Tarihi (Published): 25.03.2025

**Araştırma Makalesi / Research Article**



**Özet**

**Amaç:** Bu araştırmanın temel amacı eylemli turist rehberlerinin mesleğin icrası sırasında birlikte çalıştığı seyahat acentalarından temel beklentileri ve bu beklentilerin seyahat acentaları tarafından karşılanma düzeyinin belirlenmesidir. Turizm sektöründe rehberli turlara olan talebin artmasıyla birlikte seyahat acentalarının turist rehberlerine sağladığı imkanlar ve verdiği desteklerin miktarı ve içeriği önem kazanmıştır. Turist rehberleri ise nitelikli hizmet sunumu için seyahat acentalarının beklentilerini tam olarak karşılamasını arzu etmektedirler. Konunun önemine rağmen ilgili literatürde konu ile ilgili uygulamalı çalışma sayısının çok sınırlı olduğu, dolayısıyla bu alanda bir boşluk olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda araştırma sonuçlarının ilgili literatüre, seyahat acentalarına ve ilgili paydaşlara katkı sağlanması beklenmektedir.

**Yöntem:** Araştırma kapsamında ihtiyaç duyulan veriler tam yapılandırılmış görüşme tekniği ve kartopu örnekleme yöntemi ile 15.05.2024-20.11.2024 tarih aralığında 46 adet eylemli turist rehberinden elde edilmiştir. Maxqda nitel veri analiz programına aktarılan veriler araştırmacılar ve üç (3) uzman tarafından açık ve gizli içerik kodlaması ile incelenmiş, inceleme sonucunda altı (6) tema belirlenmiştir. Temaların yorumlanmasını takiben, sonuç ve öneriler bölümünde alana, sektöre ve paydaşlara yönelik çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Bulgular:** Ücret ve yasal hususlar, bilgi ve iletişim, nitelikli insan kaynağı, etik beklentiler, teknik destek ve tur aracı ile ilgili konular olmak üzere altı tema üzerinden elde edilen bulgulara göre, turist rehberlerinin en önemli beklentileri taban ücret ve hak edilen ücretlerin zamanında ödenmesi olup, bu beklentiler genellikle karşılanmaktadır. Ancak sigortalı çalışma ve mesai kavramına saygı konularında sorunlar yaşanmaktadır. Bilgi ve iletişim alanında, tur listeleri ve transfer araçlarının zamanında gelmesi konusunda beklentiler genel olarak karşılanırken, turistler hakkında detaylı bilgi verilmesi konusunda eksiklikler bulunmaktadır. Etik beklentiler kapsamında da özellikle personelin dinlenme süreleri konusunda sorunlar yaşanmaktadır. Teknik destek ve tur aracı konularında ise özellikle headset teknolojisi ve muavin bulundurulması gibi konularda eksiklikler tespit edilmiştir. Genel olarak, beklentilerin turun kalitesini ve iş güvenliğini önceleyen konularda yoğunlaştığı saptanmıştır.

**Pratik Çıkarımlar:** Eylemli turist rehberlerinin sahip olduğu beklentilerin esasen turun kalitesine doğrudan etki eden ve iş güvenliğini önceleyen hususlar olduğu gözlenmiştir. Beklentilerin karşılanma durumu ise birçok seyahat acentasında görülen sorunların bir özeti niteliğindedir. Katılımcılar birlikte çalıştıkları seyahat acentalarının hem güçlü hem de zayıf yönlerini ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda katılımcılar seyahat acentaları için bir iç müşteri gibi davranarak seyahat acentalarının gelişimi için önemli ipuçları vermişlerdir. Diğer yandan araştırma bulguları ilgili literatürdeki boşluğun doldurulmasına somut bir şekilde katkı sağlamıştır.

**Özgünlük/Bilimsel Katkı:** Tam yapılandırılmış görüşme ile araştırma amacına uygun somut bilgilerin elde edilmesi ve araştırma sonucunda, turist rehberlerinin seyahat acentalarından beklentilerine ve bu beklentilerin karşılanma düzeyine yönelik kapsamlı ve bütüncül bilgiler sunulması bu araştırmayı benzer araştırmalardan ayırmaktadır. Bununla birlikte bu araştırma literatürdeki sınırlı bilgi kaynağını daha da genişleterek konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamakta, seyahat acentaları için acenta-turist rehberi ilişkilerine yönelik öz bilgiler içeren bir durum özeti sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist rehberleri, Seyahat acentaları, Beklenti düzeyi, Beklentilerin karşılanma düzeyi

**Abstract**

**Purpose:** The main purpose of this research is to determine the basic expectations of tourist guides from the travel agencies they work with during their profession and the level of meeting these expectations by the travel agencies. With the increasing demand for guided tours in the tourism sector, the opportunities provided by travel agencies to tourist guides and the amount and content of the support they provide have gained importance. Tourist guides, on the other hand, want travel agencies to fully meet their expectations in order to provide qualified service. Despite the importance of the subject, it has been determined that the number of applied studies on the subject is very limited in the relevant literature, and therefore there is a gap in this area. In this context, the research results are expected to contribute to the relevant literature, travel agencies, and stakeholders.

**Method:** The data required within the scope of the research were obtained from 46 active tourist guides between 15.05.2024 and 20.11.2024 using a fully structured interview technique and snowball sampling method. The data transferred to the Maxqda qualitative data analysis program was examined by the researchers and three (3) experts using explicit and implicit content-

coding, and six (6) themes were determined as a result of the examination. Following the interpretation of the themes, various suggestions were made in the results and suggestions section for the field, sector, and stakeholders.

**Findings:** According to the findings obtained from six themes, namely wage and legal issues, information and communication, qualified human resources, ethical expectations, technical support, and tour vehicle-related issues, the most important expectations of tour guides are the payment of base wages and earned wages on time, and these expectations are generally met. However, there are problems in terms of insured employment and respecting working hours. In the field of information and communication theme, while expectations regarding the tour lists and timely arrival of transfer vehicles are generally met, there are deficiencies in providing detailed information about tourists. Within the scope of ethical expectations, there are also problems, especially regarding the rest periods of the personnel. In terms of technical support and tour vehicles, deficiencies were identified, especially regarding headset technology and the availability of bus conductors. In general, it was determined that expectations are concentrated on issues that prioritize the quality of the tour and occupational safety.

**Practical Implications:** It has been observed that the expectations of tourist guides are issues that directly affect the quality of the tour and prioritize job security. The situation of meeting expectations summarizes the problems seen in many travel agencies. The participants revealed both the strengths and weaknesses of the travel agencies they work with. In this context, the participants acted as internal customers for the travel agencies and provided important clues for the development of travel agencies. On the other hand, the research findings have concretely contributed to filling the gap in the relevant literature.

**Originality/Scientific Contribution:** Obtaining concrete information appropriate for the purpose of the research through fully structured interviews and presenting comprehensive and holistic information on the expectations of tourist guides from travel agencies and the level of meeting these expectations distinguishes this research from similar studies. In addition, this research contributes to a better understanding of the subject by expanding the limited knowledge in the literature and presents a summary containing concise information on agency-tourist guide relations for travel agencies.

**Keywords:** Tourist guides, Travel agencies, Expectation level, Fulfillment level of expectations.

## Giriş

Zengin kültürel mirası ve doğal güzellikleri ile bölgesinin ve dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından biri olan Türkiye 2024 yılında 9.640.607'si yurtdışında ikamet eden Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak üzere toplam 62.269.890 ziyaretçi (KTB, 2025a) ağırlamıştır. Diğer yandan TÜİK (2025) istatistiklerine göre 2024 yılı III. Çeyrek'te (Temmuz-Eylül) yaklaşık 20.453.000 kişi iç turizm faaliyetlerine katılmıştır. Gerek yabancı ziyaretçi sayısı gerekse de iç turizm verileri dikkate alındığında Türkiye 2024 yılında yaklaşık 90.000.000 kişinin turizm faaliyetine ev sahipliği yapmıştır. TÜİK (2025) veri tabanına göre yurtdışından gelen ziyaretçilerin %64,9'u gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacı ile Türkiye'yi tercih etmişlerdir. Dolayısıyla Türkiye'deki turizm faaliyetleri yoğun şekilde seyahati ve buna bağlı olarak turistik turları içermektedir. Nicelik ve nitelik açısından önemli bir olgu olarak değerlendirilen turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi sürecinde konaklama işletmeleri ön plana çıkmakla birlikte, turizm piyasasında var olan paket turlar ve günübirlik turlar Türkiye'de seyahat acentalarını ve turist rehberlerini de önemli kılmaktadır. Nitekim Şubat 2025 verilerine göre Türkiye'de 16.562'si A grubu olmak üzere toplam 16.681 seyahat acentası (KTB, 2025b) ve 10938 eylemli rehber (TUREB, 2025) bulunmaktadır. 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu ile tur düzenleme ve paket tur oluşturma yetkisi seyahat acentalarına verilirken, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile seyahat acentalarının düzenlediği turlarda turist rehberi bulundurma zorunluluğu getirilmiştir. 2024 yılında yürürlüğe giren 7500 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile 1618 Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'da da ilgili hükümler geçerliliği korumaktadır.

6326 ve 7500 sayılı kanunlar turist rehberlerinin seyahat acentası niteliğinde tur düzenlemesini yasaklamaktadır. Dolayısıyla Türkiye turizm sektöründe seyahat acentaları ve turist rehberleri birbiri ile karşılıklı bağımlılık ilkesi çerçevesinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Nitekim seyahat acentaları turların gerçekleştirilmesinde turist rehberlerine ihtiyaç duyarken, turist rehberleri de mesleklerini icra ederken özellikle paket turlar başta olmak üzere büyük oranda seyahat acentalarının düzenlediği turlarda görev almaktadır. Bir nevi işveren-işgören ilişkisinin gerçekleştiği seyahat acentası ve turist rehberi ilişkisinde doğal olarak tarafların birbirlerinden beklentileri ve çeşitli talepleri bulunmaktadır. Karşılıklı beklenti ve taleplerin yeteri kadar ya da hiç karşılanmaması, ilk olarak tura katılan ziyaretçiler üzerinde sonrasında ise turist rehberleri ve seyahat acentaları üzerinde olumsuz çıktılara/etkilere yol açmaktadır. Tur memnuniyetsizliğinden yasal hususlara kadar çeşitlenebilecek bu olumsuzlukların önlenmesi için her iki tarafın beklenti ve taleplerinin iyi analiz edilmesi, uygun düzeyde karşılanması gerekmektedir. Bununla birlikte ilgili talep ve beklentilerin belirli dönemler itibarı ile çeşitli bilimsel araştırmalarla ortaya konulması hem turizm hizmetlerinin daha sağlıklı sunulması hem de sektörün geleceği için önem taşımaktadır. Bu gerçekten hareketle bu araştırmada eylemli turist rehberlerinin seyahat acentalarından temel beklentileri ve bu beklentilerin karşılama düzeyi incelenmiştir. Araştırma

sonucunda hem turist rehberleri hem de seyahat acentaları için önemli olduğu düşünülen sonuçlar elde edilmiştir.

## Literatür Taraması

6326'nolu meslek kanununa göre turist rehberi, T.C. vatandaşı, 18 yaşını doldurmuş, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmak veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olduktan sonra turizm sektörünün ihtiyaçları da dikkate alınarak belirlenen dillerde, gerektiği hâllerde belirlenen bölgelerde, yönetmelikle kurs ve sınavlara ilişkin belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde Bakanlığın talebiyle Bakanlığın gözetim ve denetimi altında birlikler veya konusunda uzmanlaşmış kamu kurum ve kuruluşları tarafından düzenlenen ülkesel veya bölgesel turist rehberliği eğitim programını başarıyla tamamlayan kişi olarak tanımlanmaktadır (TUREB, 2025). Turist rehberi ile ilgili pek çok tanım bulunmasına rağmen uluslararası kabul görmüş olan Dünya Turist Rehberliği Birlikleri Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations- WFTGA) tanımına göre 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, yetkili otoriteler tarafından tanınan kişidir" (WFTGA, 2025).

Dahles (2002), turist rehberlerini turistlerin başka kültürlerle tecrübe kazanmasını sağlayan, turiste başka kültürleri, görmeyi, duymayı, koklamayı, tatmayı ve hissetmeyi sağlayan kişiler olarak tanımlamaktadır. Turist rehberleri, mesleğinin konumu açısından, çok sayıda ve değişik işletme, kuruluş, kurum ve farklı kesimlerle/kişilerle ilişkide bulunan, Türkiye'ye gelen turistlerin, en uzun süre beraber oldukları ve en çok etkilendikleri, hizmetlerin eyleme dönüştüğü anlarda, bütün yetki ve sorumlulukları alan, çoğunlukla turistlere seyahatleri sırasında eşlik eden, destinasyonlarda akıl hocalığı yapan, kültürel/doğal çevrenin sürdürülebilirliğini sağlayan, turistin bütünsel tatil deneyimini etkileyen ve doğrudan iletişim kurabilme imkânına sahip olan turizm çalışanlarıdır (Güzel vd., 2013; Çetin ve Kızıllırmak, 2012; Yarcın, 2007; Köroğlu, 2011; Prakash ve Chowdhary, 2010; Güzel, 2007; Genç, 1992; Zengin vd., 2004; Karaçal & Demirtaş, 2002; Black vd., 2001; Cohen, 1985; akt. Güzel ve ark., 2014).

Turist rehberleri, seyahat acentaları ile etkileşimde bulunarak bu işletmeler aracılığıyla turlara çıkmaktadırlar (Köroğlu & Merter, 2012). Seyahat acentaları, dağıtım sistemi içerisinde perakendecilik rolünü üstlenmekte ve turizm ürününün üretilmesi aşamasının tüketiciyle buluşmasından bir önceki halkasını oluşturmaktadır (Mısırlı, 2008). Seyahat acentaları yapı ve fonksiyonlarına göre genel olarak, büyük dağıtım acentaları, firma bazında çalışan acentalar, karşılayıcı (incoming) acentalar, gönderici (outgoing) seyahat acentaları ve bağımsız acentalar olarak faaliyet göstermektedirler (Mısırlı, 2015). Turist rehberleri çıktıkları turlarda sadece kendilerini değil aynı zamanda çalıştıkları acentayı da temsil etmektedirler. Turist rehberi tur süresi boyunca acenta adına birçok yetkiye sahiptir ve turistler üzerindeki yönlendirme gücüyle acentanın imajına ve pazarlama faaliyetlerine önemli katkılar sunmaktadırlar (Köroğlu & Merter, 2012). Turist rehberi, turist tarafından satın alınan turun bir bileşeni ve tur kalitesini önemli ölçüde belirleyen bir unsur olarak görülürken, aynı zamanda turu organize eden seyahat acentası veya tur operatörü tarafından bir temsilci ve en önemlisi, tur paketindeki hizmetlerin uyumlu bir şekilde verilebilmesini sağlayan ve turu yönlendiren bir yönetici olarak da görülmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006).

Turist rehberinin çeşitli konularda yöneltecek sorulara vereceği yanıtlar, göstereceği performans, yalnızca adına hizmet verdiği seyahat acentasının değil, aynı zamanda ülkenin imajına da olumlu veya olumsuz bir katkıda bulunabilir. Ülkeyi ziyarete gelen turist grupları karşılarında ilk kez turist rehberini bulmakta ve dolayısıyla bu birliktelik gezi boyunca devam etmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin ülke panoramasını, gerçeğini çok iyi bilen ve izleyen insanlardan olması gerekliliği vardır. İyi yetişmiş, bilgili, kendinden emin, çağdaş bir rehberin, bu konukları elbette kendi ülkesi ve toplumu için birer gönüllü turizm elçisine dönüştürebilmesi de mümkündür (Değirmencioğlu, 2001). Bu bağlamda turist rehberinin gösterdiği performans, destinasyonu daha önceden ziyaret etmiş turistlerin tekrar gelme niyetleri bakımından oldukça önemlidir. Rehberin performansı öyle bir etkidir ki potansiyel turistlerin tur satın alma kararına dahi etki etmektedir (Tosun & Temizkan, 2004). Bununla birlikte rehberli

turlarda hem turist grupları hem de turist rehberleri farklı beklentilere sahip olmakta, beklentilerin karşılandığı durumlarda memnuniyet oluşurken, karşılanmadığı durumlarda ise şikâyet konuları ortaya çıkmaktadır. Nitekim ürün veya hizmet performansları, beklentileri karşılamadığında tüketiciler memnun olmamaktadır. İşletmeler de tüm organizasyon süreçlerinde potansiyel memnuniyetsizlik kaynaklarını öğrenmeli ve tüketicilerin olumsuz durumlara tepkilerini anlayarak, etkili hizmet kurtarma stratejilerinin tasarımında bunları muhakkak kullanmalıdır. Özellikle tüketicilerin çeşitli hatalara veya hoş olmayan olaylara verdiği tepkileri öngörmek gerekmektedir (Voinea ve ark., 2011). Hizmet konusunda şikâyet kavramı sunulan üründen ziyade hizmetin sunulduğu süreçte yer alan çalışan ile ilgili olmaktadır. Temel olarak satın alınan hizmetin beklentileri belirli düzeyde karşılaması hedeflenmektedir. Beklentilerin karşılanmadığı herhangi bir durum olduğunda ise memnuniyetsizlik ortaya çıkmaktadır. Bu memnuniyetsiz durumun çeşitli yollar aracılığı ile iletilmesi de şikâyet kısmını oluşturmaktadır (Argan, 2014). Mancini (2001) turist rehberinin turistlere adil davranmak ile acentasına karşı sadık olma arasında bir denge kurma zorunluluğu bulunduğundan bahsetmektedir. Bu noktaların herhangi bir aşamasında yaşanan sıkıntılarda tura katılan turistler açısından bir sorun unsuru olarak değerlendirilip acentaya şikâyet yönlü yansiyabilmektedir. Acentaya yansıyan şikâyetler ise acentanın turist rehberine yönelik şikâyetlerinin ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir (Çakmak & Kurnaz, 2020). Bu noktada genellikle göz ardı edilen husus ise turistlerin turun arka planını ve tur yönetim sürecini bilmeden tüm sorumluluğu turist rehberine ya da seyahat acentasına yüklemesidir. Oysa ki, seyahat acentalarının sorumluluklarını tam olarak yerine getirmemesi durumunda turist rehberleri de tur esnasında birçok sorunla karşılaşmakta ve doğal olarak seyahat acentalarından şikâyet etmektedirler.

Turist rehberleri, oldukça önemli ve meşakkatli olan mesleği icra ederken birtakım sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu sorunlar, mesleğin özelliğinden kaynaklandığı gibi, mesleki eğitim, sektörün rekabetçiliği ve değişen turist profili gibi farklı sebeplerden de kaynaklanabilmektedir (Pelit & Katırcıoğlu, 2018). Ap ve Wong (2001) ise turist rehberlerinin yaşadıkları sorunların daha çok onların çalışma hayatını doğrudan etkileyen tur operatörleri ve seyahat acentalarından kaynaklandığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda turist rehberlerinin seyahat acentaları ile yaşadığı sorunlar incelendiğinde; rehbersiz tur düzenlemeleri, turist rehberlerini taban ücretin altında ve düşük ücretlerle istihdam etmeye meyilli olmaları ve ücretlerini tam zamanında ödemekten kaçınmaları, turist rehberlerini sigortasız veya kaçak çalışmaya zorlamaları, yaptıkları anlaşmalar çerçevesinde turist rehberlerinin yönettikleri turlarda turistleri alışveriş yapmaya teşvik etmeleri yönünde baskı uygulamaları (Yarcan, 2007; Güzel vd., 2014), seyahat acentalarının, turist rehberleriyle birlikte rehber-seyahat acentası arasında yapılan sözleşme kurallarına uymaması gibi sorunlar yaşanmaktadır (Eser & Şahin 2020). Ayrıca seyahat acentalarının turist rehberlerine yönelik uyguladığı etik dışı davranışların başında taban altı ücret politikası izlemeleri, kaçak turist rehberleri ile çalışmaları, tur programının içine yoğun mağaza ziyareti koymaları gelmektedir (Yarcan, 2007; Arslan & Şimşek, 2018; Karacaoğlu & Sert, 2018; Büyüktepe vd., 2019; Eser & Şahin, 2020; Türkmen & Deniz, 2022).

Seyahat acentalarının tura çıkılacak gruptaki turistlerin birçok kişilik özelliği hakkında ve grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi veya kişiler hakkında turist rehberine bilgi vermede yetersiz olması, turist rehberlerinin sağlıklı planlama yapmakta zorluklarla karşılaştığını göstermektedir. Turist rehberlerine, seyahat acentaları tarafından bu konularda yeterli bilgi verilmemesi, turistlere yönelik düzenlenen faaliyetlerin türlerini ve sürelerini saptamayı güçleştirebileceği gibi, tur boyunca karşılaşılabilecek bazı sorunları öngörmeyi ve bunlara hazırlıklı olmayı da zorlaştırmaktadır (Karamustafa & Çeşmeci, 2006). Bu sorunlarla birlikte İlhan ve Soybalı'nın (2018) turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine yaptıkları çalışmada ortaya çıkan sonuç ise, özellikle genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesiyle ilgilidir. Seyahat acentaları, yeni mezun rehberlere güzergâh ve yol bilgisini artırma, konuşma ve hitap yeteneklerini artırma gibi vaatlerle tecrübelerinin olmayışından faydalanarak çok düşük ücretler teklif etmektedirler. Bu durum aynı zamanda tecrübeli turist rehberlerinin ortalama çalışılan gün sayılarını etkilemektedir. Ayrıca Eser ve Şahin'in (2020) çalışmasında, seyahat acentaları tarafından turist rehberlerinin çalışma sigortalarının yapılmaması, acentaların alan kılavuzları ve gölge rehberlerle çalışmaları da turist rehberlerinin sorunları olarak ifade edilmektedir. Ancak bu durumun etik dışı davranış olarak değerlendirilmesi görecelidir. Alan kılavuzluğu yasal mevzuata dahil edilmektedir. Gölge rehberlik ise bazı dillerde yetişmiş rehberin olmamasından dolayı acentaların ilgili dili bilen ancak turist rehberi olmayan kişinin turist rehberi eşliğinde tura gerçekleştirilmesinden kaynaklanmaktadır.

Seyahat acentalarının özellikle paket turlarda bir araya getirdikleri ulaştırma, biletleme, yeme-içme, konaklama, eğlence, ziyaret gibi hizmetlerin gerçekleştiği anlarda, bütün yetki ve sorumluluk turist rehberlerinde olmaktadır. Böylece turizm alanında faaliyet gösteren işletmeler ve turist rehberi dışındaki diğer iş görenler turistlerle her zaman doğrudan iletişim kurma imkanı bulamazken turist rehberleri, turistlerle doğrudan iletişim kurabilme imkanına sahip olmaktadır (Zengin ve ark., 2004). Karamustafa ve Çeşmeci'nin (2006) yaptığı çalışmada seyahat acentalarının, turist rehberlerini sorumluluklarında olan gruplar ile ilgili yeterince bilgilendirilmedikleri, dolayısıyla rehberlerin turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarını öngöremediklerinden planlama konusunda da sıkıntılar yaşadıkları bilinmektedir. Benzer şekilde acentaların, turistlere de turlar ile ilgili yanıtıcı veya abartılı bilgi vererek turist rehberlerinin bu beklentileri karşılamalarını istemeleri sorun teşkil eden durumlardır.

Rehberli turlarda gözlenen bir diğer olumsuzluk etik ihlallerdir. Bu turlarda insan faktörünün ve iletişimin ön planda bulunması sebebiyle etik ilkeler büyük önem arz etmektedir. Her meslek grubunda olduğu gibi turist rehberleri de mesleğini icra ederken huzurlu ve güvenli ortamda, severek yaptığı müddetçe başarılı olmaktadır (Çokal, 2019). Dolayısıyla turist rehberlerinin meslekleri ile ilgili çeşitli beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentilerin en başında olumlu tutum, iş ve yaşam doyumu gelmektedir. Mesleğini yapmaktan keyif alan bir turist rehberi devamında da turist memnuniyetini sağlamaktadır. Bunların dışında turist rehberlerinin mesleklerinden en büyük beklentileri mesleklerini icra ederken karşılaştıkları problemlerin çözüme kavuşmasıdır (Koçak & Kabakulak, 2018). Bir turist rehberinin mesleğini icra ederken karşı karşıya kaldığı güç durumlarda etik (ilkeli) davranması gerekmektedir. Turist rehberliği meslek etik ilkeleri bu tür durumlarda turist rehberini nasıl davranması gerektiğine ilişkin yol gösterici olmaktadır (Yarcan, 2007). Turist rehberlerinin etik davranış ve uygulamaları, hızla büyüyen turizm sektöründe hem destinasyonun imajı için hem de ülkenin genel imajı için oldukça önemli bir belirleyici konumdadır. Turist rehberleri, karşılaştıkları etik sorunların çözümünde mesleki etik ilkelerinden faydalanmaktadır (Ahipaşaoglu, 2006). Turist rehberlerinin etik davranışları turistleri de etkilemektedir. Nitekim, turist rehberlerinin tur boyunca hem genel etik ilkeler hem de meslek etiği ilkeleri çerçevesinde hizmet vermesi turistlerin memnuniyetini ve oluşan imajı etkilemektedir. Etik dışı eylemler gerçekleştiğinde turist rehberi turist iletişimi dengelerini bozduğu gibi yapılan işe güveni ve saygıyı da azaltmaktadır (Nebioğlu, 2013).

Turist rehberlerinin seyahat acentaları ile yaşadığı sorunlar çözüme kavuşmadığı ve bu sorunlar devam ettiği sürece yaşanan sorunlar, turist rehberlerinin seyahat acentalarından beklentileri haline geldiği söylenebilmektedir. Bu beklentilerin karşılanması sonucunda, seyahat acentaları ve turist rehberlerinin karşılıklı olarak sorumluluk ve yükümlülüklerini yerine getirirken birbirlerinden kaynaklı ortaya çıkan sorunların çözülmesi ve işleyişin daha etkili bir şekilde gerçekleşmesi ön görülmektedir.

## Yöntem

Eylemli turist rehberlerinin seyahat acentalarından temel beklentileri ve ilgili beklentilerin karşılanma düzeyinin belirlenmesini konu alan bu çalışmada, daha kesin ve sağlıklı bilgilerin elde edilmesi amacıyla nitel veri toplama tekniklerinden tam yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Görüşme formunun oluşturulması sürecine ilk olarak konu ile ilgili daha önceden gerçekleştirilmiş çalışmalar (Zengin ve ark., 2004; Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Çakıcı ve ark., 2010; Köroğlu & Merter, 2012; Güzel ve ark., 2014; Pelit & Katırcıoğlu, 2018; Koçak & Kabakulak, 2018; Pelit & Gökçe, 2019; İlhan & Soybalı, 2018; Çakmak & Kurnaz, 2020; Eser & Şahin, 2020; Akyurt & Aydın, 2023) bağlamında kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması sonucunda belirlenen görüşme soruları, görüşme formuna nihai şekli verilmeden önce dört uzmana gönderilerek ilaveleri ve değişiklikleri belirtmeleri talep edilmiştir. Hem akademisyen hem de rehber olan ilgili uzmanlardan gelen öneriler doğrultusunda görüşme formuna son şekli verilmiştir. Nihai görüşme altı (6) adedi demografik, 20 adedi turist rehberlerinin seyahat acentalarından beklentileri ve bunları karşılanma düzeyi ile ilgili olmak üzere toplam 26 soruya yer verilmiştir. Görüşme formuna son şeklinin verilmesi sonrasında 15.05.2024-20.11.2024 tarih aralığında uygulama gerçekleştirilmiştir. Uygulama sürecinde kartopu örnekleme yöntemi ile hareket edilmiş, coğrafi olarak uzak noktada bulunan katılımcılara görüşme formu on-line ortamda gönderilerek sorulara cevap vermeleri talep edilmiştir. Uygulama kapsamında 63 eylemli turist rehberine ulaşılmış ancak uygulamanın gerçekleştirilme süreci turizm hareketliliğinin yoğun olduğu döneme denk geldiği için bazı turist rehberleri görüşmeyi kabul

etmemişlerdir. Uygulama kapsamında 46 eylemli turist rehberinden cevap alınmış ve veri analizinde bu cevaplar kullanılmıştır.

Uygulama sonucunda elde edilen veriler öncelikle araştırmacılar tarafından okunarak veri analizine uygun hale getirilmiş ve Maxqda nitel veri analiz programına aktarılmıştır. Verilerin geçerliliğini sağlamak için hem akademisyen hem de turist rehberi olan üç (3) uzmandan yardım alınmış ve veri seti kendilerine iletilerek temalar oluşturmaları istenmiştir. Araştırmacılar ve uzmanlar tarafından gerçekleştirilen açık ve gizli içerik kodlaması sonucunda dört (4) ile (7) arasında değişen, ancak büyük oranda benzerlik gösteren temalar belirlendiği saptanmıştır. Araştırmacılar son bir değerlendirme ile araştırmada altı (6) tema belirlenmiştir. Devam eden aşamada program üzerinde temalar doğrultusunda kodlamalar gerçekleştirilmiş, veri analizi ile ilgili görsel unsurlar oluşturularak her bir tema yorumlanmıştır. Temaların yorumlanması ile araştırma bulguları kısmı oluşturulmuş ve son aşamada çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

## Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle katılımcılara ait bazı demografik bilgiler ele alınmış ve elde edilen bilgiler Tablo 1’de sunulmuştur. Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcı durumundaki eylemli turist rehberlerinin büyük çoğunluğu (n: 33, %71,70) erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş grupları ele alındığında ise en büyük iki grubun 26-35 yaş aralığındaki (n: 15, %32,60) ve 36-45 yaş aralığındaki (n: 13, %28,30) eylemli turist rehberleri olduğu görülmektedir.

**Tablo 1**

### Demografik Bilgiler

| Grup                | Değişken        | n  | %       | Grup                      | Değişken | n     | %     |
|---------------------|-----------------|----|---------|---------------------------|----------|-------|-------|
| Cinsiyet            | Kadın           | 13 | 28,30   | Bağlı<br>bulunulan<br>oda | ANRO     | 15    | 32,60 |
|                     | Erkek           | 33 | 71,70   |                           | ARO      | 3     | 6,50  |
| Yaş<br>Grubu        | 25 yaş ve altı  | 8  | 17,40   |                           | ATRO     | 3     | 6,50  |
|                     | 26-35 yaş arası | 15 | 32,60   |                           | BURO     | 1     | 2,20  |
|                     | 36-45 yaş arası | 13 | 28,30   |                           | GARO     | 2     | 4,30  |
|                     | 45 yaş üzeri    | 10 | 21,70   |                           | İRO      | 5     | 10,90 |
| Medeni<br>Durum     | Bekar           | 24 | 52,20   |                           | İZRO     | 5     | 10,90 |
|                     | Evli            | 22 | 47,80   |                           | MURO     | 1     | 2,20  |
| Deneyim             | 0-5 yıl         | 28 | 60,90   |                           | NERO     | 4     | 8,70  |
|                     | 6-10 yıl        | 7  | 15,20   |                           | ŞURO     | 2     | 4,30  |
|                     | 11-15 yıl       | 4  | 8,70    | TRO                       | 5        | 10,90 |       |
|                     | 16 yıl ve üzeri | 7  | 15,20   | Yetki türü                | Bölgesel | 29    | 63,00 |
| n: Sıklık, %: yüzde |                 |    | Ülkesel |                           | 17       | 37,00 |       |

Tablo 1’de yer alan veriler katılımcıların yarısından fazlasının 0-5 yıl arası mesleki deneyime sahip olduğunu işaret ederken 10 yıldan fazla deneyime sahip eylemli turist rehberleri örneklemin %23,90’ını teşkil etmektedirler. Katılımcıların üye oldukları mesleki odalar incelendiğinde ise en büyük grubu teşkil eden 15 katılımcının ANRO (Ankara Turist Rehberleri Odası)’na kayıtlı olduğu (%32,60), İRO, İZRO ve TRO’ya üye 5’er rehber ve NERO’ya üye 4 rehber olduğu görülmektedir. Araştırmaya katkı sağlayan eylemli turist rehberlerinin %63’ü bölgesel çalışma kartına sahip iken, %37’si ülkesel çalışma kartına sahiptir.

Veri analizi sürecine tam yapılandırılmış görüşmelerde ön plana çıkan kelimelerin incelenmesi ile devam edilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak Maxqda programı ile kelime bulutu ve en sık tekrar edilen seçilmiş kelimelere ilişkin frekanslar oluşturulmuştur (Şekil 1).



hakkedilen ücretlerin ödenmesi yönündeki yüksek beklentilerinin seyahat acentaları tarafından karşılandığı, ancak sigortalı rehber çalıştırma, mesai kavramına özen gösterme ve işgören haklarına saygılı olma hususunda beklentilerinin yeteri kadar karşılanmadığı ortaya koyulmuştur.

Araştırmada ön plana çıkan ikinci tema bilgi ve iletişimdir. Bilgi ve iletişim teması seyahat acentalarının tur öncesi, tur esnası ve tur sonrasında turist rehberlerin her türlü bilgi akışını sağlaması ve turist rehberleri ile iletişimde genel görgü kurallarına dikkat ederek etkin iletişim sürdürmelerini ifade etmektedir. İlgili tema kapsamında katılımcılar tarafından belirtilen öncelikli beklentiler tur listelerinin önceden kendilerine verilmesi (n: 45) ve transfer araçlarının buluşma noktasına zamanında gelmesidir (n:43). Bununla birlikte katılımcılar kendileri ile iyi bir iletişim kurulması (n: 41), kendilerine tur hakkında yeterli bilgi verilmesi (n: 41) konularında da önemli derecede beklenti içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. İlgili tema kapsamında seyahat acentalarından beklenti içerisinde olan diğer hususlar tur programı oluşturulmasında turist rehberlerinin de görüşünün alınması ve turistler hakkında kendilerine detaylı bilgiler (alerji, korku, rahatsızlık vb.) verilmesidir. Bilgi ve iletişim teması doğrultusunda seyahat acentaları tarafından diğerlerine oranla en yüksek düzeyde karşılanan beklentiler sırası ile tur listelerinin önceden verilmesi, transfer araçlarının zamanında gelmesi ve iyi bir iletişim kurulmasıdır. Katılımcılar bu hususlarda büyük oranda tatmin olduklarını belirtirken özellikle turistler hakkında yeterli bilgi alamadıkları yönünde görüş belirtmişlerdir. 11 katılımcı seyahat acentalarının bu hususa hiç dikkat etmediğini belirtirken 8 katılımcı acentaların bu hususta az da olsa özen göstermeye çalıştığını ancak bunun yeterli olmadığını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde tur programı oluşturulması sürecinde turist rehberlerinin fikirlerine başvurulmadığı yönünde de beyanlar mevcuttur. Buradan hareketle bilgi ve iletişim temasında turistler hakkında yeterli bilgi verilmesi başta olmak üzere bazı beklentilerin karşılanmadığını söylemek mümkündür.

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde üçüncü tema olarak belirlenen nitelikli insan kaynağı temasında katılımcılar üç husus üzerinde durmuşlardır. Tema kapsamında en büyük beklentiye sahip olan unsur birlikte çalıştıkları seyahat acentalarında görevli personelin ve özellikle tur görevlilerinin sorun çözme ve kriz yönetimine sahip olmasıdır. Katılımcıların tamamı bu hususa ayrıca vurgu yapmışlar, bir turun başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi için tur görevlilerinin yaratıcı, çabuk ve doğru karar alabilen bireyler olması gerektiğini belirtmişlerdir. Diğer yandan dört (4) katılımcı ilgili beklentinin karşılanma düzeyinin tam olarak gerçekleşmediğini beyan etmişlerdir. Nitelikli insan kaynağı teması altında katılımcılar tarafından dile getirilen diğer beklentiler ise otobüs kaptanlarının destinasyon / yol ile ilgili detaylı bilgilere sahip olması ve seyahat acentasında nitelikli / bilgili personel çalıştırılmasıdır. Katılımcılar nitelikli insan kaynağı kapsamında sahip olunan beklentilerin seyahat acentaları tarafından kısmen karşılandığını ifade etmişlerdir. Nitekim 46 katılımcıdan 20'si otobüs kaptanları ve seyahat acentası personelinin nitelikli bilgiye sahip olduklarını belirtmiş, diğer katılımcılar ara sıra bilgi konusunda sorun/sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Araştırma kapsamında ele alınan bir diğer tema etik beklentiler olup, katılımcıların kaçak rehberlik faaliyetinden ayrımcılığa, satış baskısından hakkedişlerin verilmesine kadar farklı perspektiflerde beklentilere sahip oldukları saptanmıştır. Bu tema altında eylemli rehberler tarafından en yüksek beklentiye sahip olunan üç husus sırası ile seyahat sigortalarının tam ve eksiksiz olarak hazırlanması (n: 43), acentada herkese eşit davranılması (n: 41) ve acentanın dinlenmiş personel çalıştırmasıdır (n: 40). Söz konusu beklentilerden seyahat sigortalarının tam ve eksiksiz olarak hazırlanması hususunda seyahat acentalarının üzerlerine düşen görevi yerine getirdiğini belirten katılımcılar, acentanın dinlenmiş personel çalıştırılması konusunda ise büyük sorunlar yaşadıklarını özellikle peak sezon (yoğun sezon) olarak nitelenen satışların en yüksek olduğu dönemde personele dinlenme imkânı verilmediğini belirtmişlerdir (n: 31). Katılımcı durumundaki eylemli turist rehberlerinin seyahat acentalarından bir diğer temel beklentisi turist gruplarının kültürel özelliklerine dikkat ederek bir araya getirilmesi (n: 36) olmakla birlikte seyahat acentalarının bu hususa genel olarak dikkat etmedikleri (n: 30), gelir odaklı satış eğiliminde oldukları saptanmıştır. Etik beklentiler kapsamında katılımcıların diğer beklentileri yasa dışı (kaçak) rehber çalıştırılmaması, mağazalarda satış için baskı yapılmaması, satışlardan turist rehberlerine düşen hakkedişlerin tam olarak verilmesi ve turist rehberlerinin tur lideri görev ve sorumluluğundan sıyrılmasıdır. Veri seti üzerinde gerçekleştirilen incelemelerde seyahat acentalarının turist rehberlerine tur lideri görev ve sorumluluğu yüklemeye yatkın olduğu bu sebeple ilgili beklentinin tam olarak karşılanmadığı; diğer beklentilerin ise büyük oranda karşılandığı saptanmıştır.



Araştırma bulgularının değerlendirilmesi sürecinde teknik destek teması kapsamında özellikle müze, örenyeri vb. girişler için müze kart veya biletlerin seyahat acentası yetkilisi tarafından önceden ayarlanması gerektiğine vurgu yapılmış (n :44), ancak bu beklentilerin orta düzeyde karşılandığı yüksek sezonda bu gibi hususlarda sorunlar yaşandığı ifade edilmiştir. Katılımcılar ayrıca seyahat acentalarının kendilerine headset vs. teknolojik destek sağlaması gerektiğini belirtmişler (n: 40), fakat büyük bir çoğunluk bu beklentilerin karşılanmadığını (n:35) yerel ölçekli seyahat acentalarının mali yapıları nedeniyle bu gibi teknolojileri sağlamaktan çok uzak olduklarını vurgulamışlardır.

Eylemli turist rehberlerinin seyahat acentalarından beklentileri ve bu beklentilerin karşılanma düzeyi ile ilgili olarak ele alınan son tema tur aracı ile ilgili hususlardır. İlgili tema kapsamında hemen hemen tüm katılımcılar ilk olarak otobüs içerisinde turist rehberine muavin koltuğu dışında bir koltuk ayrılması gerektiğini (n: 45) ve otobüsün mikrofon, klima, TV, şarj cihazı gibi donanımlarının eksiksiz çalışması gerektiğini (n: 44) vurgulamışlardır. Söz konusu beklentilerin karşılanması hususunda ise yedi (7) katılımcı otobüslerde rehber koltuk ayrılması ile ilgili sorunlar yaşadıklarını dört (4) katılımcı da otobüs donanımlarının bazı turlarda tam olarak çalışmadığını ifade etmişlerdir. Tur aracı ile ilgili hususlar kapsamında katılımcıların yüksek beklentiye sahip olduğu otobüslerde muavin bulundurulması ise seyahat acentaları tarafından genellikle gözardı edilen bir husus olarak dikkati çekmektedir. 10 katılımcı otobüslerde hiç muavin bulunmadığını ifade ederken, 25 katılımcı nadiren de olsa muavin olduğunu ancak muavinlerin görevlerini tam olarak yapmadıklarını beyan etmişlerdir. Turist rehberlerinin tur aracı ile olarak sahip olduğu diğer beklentiler ise büyük oranda seyahat acentaları tarafından karşılanmaktadır. Bu hususlar arasında tur aracının günün şartlarına uygun ve bakımlı olması, araçlarda sunulan ikramların çeşitli ve eksiksiz olması, acil durumlar için tur aracına özel bütçe ayrılması bulunmaktadır.

Altı (6) tema altında incelenen araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde, katılımcı durumundaki eylemli turist rehberlerinin sahip olduğu beklentilerin esasen turun kalitesine doğrudan etki eden ve iş güvenliğini önceleyen hususlar olduğu gözlenmiştir. Beklentilerin karşılanma durumu değerlendirildiğinde ise günümüz piyasa koşullarında birçok seyahat acentasında görülen sorunların bir özeti niteliğinde eksikler olduğu saptanmıştır. Bir diğer ifade ile katılımcılar seyahat acentaları için adeta bir öz değerlendirme yaparak birlikte çalıştıkları seyahat acentalarının hem güçlü hem de özellikle zayıf yönlerini ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda katılımcılar seyahat acentaları için bir iç müşteri gibi davranarak seyahat acentalarının gelişimi için önemli ipuçları vermişlerdir.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Tam yapılandırılmış görüşmeler aracılığı ile elde edilen veriler doğrultusunda eylemli turist rehberlerinin seyahat acentalarından beklentilerini ve ilgili beklentilerin karşılanma düzeyini ele alan bu araştırma ortaya konulan sonuçlar bağlamında hem ilgili literatüre hem de sektör paydaşlarına katkı sağlamaktadır. Araştırma bulgularının incelenmesi sonucunda dikkati çeken ilk unsur eylemli turist rehberlerinin 6 farklı tema altında 30 adet beklentiye vurgu yapmasıdır. Buna göre ücret, sigorta vb. yasal hususlar teması altında dört adet; bilgi ve iletişim teması altında altı adet; nitelikli insan kaynağı teması altında üç adet; etik beklentiler teması altında sekiz adet, teknik destek teması altında dört adet ve tur aracı teması altında beş adet temel beklenti vurgulanmıştır. Katılımcılardan ilgili beklentilerinin seyahat acentaları tarafından karşılanma durumu hakkında da bilgi vermesi talep edilerek ifade bazında birebir beklenti-beklentinin karşılanma durumu analizi yapılması sağlanmıştır.

Araştırma bulgularına göre eylemli turist rehberleri tarafından en fazla vurgulanan üç temel beklenti sırası ile turist rehberine tur listesinin önceden verilmesi, seyahat acentasında (özellikle turlar için) sorun çözme ve kriz yönetimini becerebilen personel bulundurulması ve seyahat sigortalarının tam ve eksiksiz bir şekilde hazırlanmasıdır. Buna karşılık seyahat acentaları tarafından en yüksek düzeyde karşılanan üç beklenti ise turist rehberlerine ödemelerin zamanında yapılması, tur listesinin önceden turist rehberine teslim edilmesi ve seyahat sigortalarının tam ve eksiksiz bir şekilde hazırlanmasıdır. Dolayısıyla eylemli turist rehberlerinin özellikle vurgu yaptıkları beklentilerin büyük oranda karşılandığını söylemek mümkündür. Diğer yandan eylemli turist rehberlerinin bazı beklentilerinin seyahat acentaları tarafından çok az karşılandığı hususlar da mevcuttur. Bu noktada seyahat acentalarının turist rehberlerine headset vb. teknolojik unsurları sağlamamasına özellikle vurgu yapılmıştır. Katılımcı durumundaki eylemli

turist rehberlerinden elde edilen diğer bulgulardan derlenen beklenti ve beklentilerin karşılanması kapsamındaki ilk beş husus Tablo 2’de özetlenmiştir.

**Tablo 2**

*Araştırma Bulgularına Göre Beklenti ve Beklentilerin Karşılanma Durumu (İlk 5)*

| En yüksek düzeydeki beklentiler   | En yüksek düzeyde karşılanan beklentiler  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Turist rehberine turist listesini önceden vermesi</li><li>• Sorun çözme ve kriz yönetimine sahip olması</li><li>• Seyahat sigortalarının tam ve eksiksiz bir şekilde hazırlanması</li><li>• Yasaya uygun taban ücret vermesi</li><li>• Tura çıkılan araçta muavin koltuğu dışında rehberler için koltuk ayrılması</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ödemeleri zamanında yapması</li><li>• Turist rehberine turist listesini önceden vermesi</li><li>• Seyahat sigortalarının tam ve eksiksiz bir şekilde hazırlanması</li><li>• Yasaya uygun taban ücret vermesi</li><li>• Tura çıkılan araçta muavin koltuğu dışında rehberler için koltuk ayrılması</li></ul>   |
| En düşük düzeydeki beklentiler  | En düşük düzeyde karşılanan beklentiler   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Tura çıkılan araçta muavin bulundurması</li><li>• Tura çıkılan araçta ikramların eksiksiz ve çeşitli olmasına özen göstermesi</li><li>• Turistlere satılan her ürün için hakedilişleri rehberlere verilmesi</li><li>• Turist rehberlerine teknolojik destek (headset vs.) sağlaması</li><li>• Tur esnasında acil durumlar (araç bozulması, şoför ve acenta çalışanının hastalanması vs.) için araç ve personel bulundurması</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Turist rehberlerine teknolojik destek (headset vs.) sağlaması</li><li>• Tura çıkılan araçta muavin bulundurması</li><li>• Turistler hakkında yeterli bilgi (alerji, doğum günü vs.) vermesi</li><li>• Acentaların rehberleri sigortalı çalıştırması</li><li>• Turist gruplarının kültürel özelliklerine dikkat ederek bir araya getirilmesine özen göstermesi</li></ul> |

Tablo 2’de en düşük düzeydeki beklentiler katılımcılar tarafından ivedilikle karşılanması talep edilen hususlar olup, ilgili hususlarda da beklenti düzeyi oldukça yüksektir. Katılımcılar önem derecesi dolayısı ile bu hususların sıralamada sona doğru olmasını uygun görmüşlerdir. Tablo 2 hem eylemli turist rehberleri hem de seyahat acentaları için önemli ipuçları ve uygulanması gereken stratejiler içermektedir. Örneğin tabloda belirtilen en düşük düzeyde karşılanan beş beklenti seyahat acentalarının hem misafir ve tur memnuniyeti hem de turist rehberinin memnuniyeti ile iş tatmini sağlaması açısından önem arz etmektedir. Dahası tur sürecindeki temel sorunlara işaret eden bu hususlara odaklanmak seyahat acentalarının kurumsal imajı ve büyüme stratejilerinin sağlıklı uygulanması için aciliyet teşkil eden hususlardır.

Araştırmada elde edilen bulgular konu ile ilgili literatürde daha önce gerçekleştirilmiş olan benzer çalışmaların (Yarcan, 2007; Güzel vd., 2014, Eser & Şahin 2020, Arslan & Şimşek, 2018; Karacaoğlu & Sert, 2018; Büyüktepe vd., 2019; Türkmen & Deniz, 2022) bulguları ile benzerlik göstermekle birlikte ilgili çalışmaların bulgularından farklılaşan bulgular mevcuttur. Sözü edilen çalışmaların çoğunda acentaların turist rehberleri üzerindeki satış baskısı, taban ücret altında çalışmaya zorlama, kaçak rehber çalıştırma girişimleri ve etik sorunlara vurgu yapılırken bu araştırma bunlara ilave olarak teknolojik destek, turist gruplarının oluşumu süreci, tur yönetimi süreci (personel) noktasında yaşanan sorunların varlığını ortaya koymaktadır. Daha da önemlisi bu araştırma benzerlerinden farklı olarak beklenti-beklentinin karşılanması karşılaştırması ile daha nitelikli bulgular barındırmak; bu yönüyle tüm paydaşlar için rehber bilgiler sunmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda seyahat acentalarının turist rehberleri ile iletişim düzeyini daha da artırması ve grup oluşum süreci de dahil olmak üzere karar süreçlerinde turist rehberlerinin aktif rol almasının sağlanması gerekmektedir. Bununla birlikte seyahat acentalarının gelişen teknolojiden azami şekilde faydalanarak özellikle şehir içi turlar ve kalabalık ören yerleri ya da antik kentlerde headset başta olmak üzere gerekli ekipmanları tedarik etmeleri, tur otobüslerinde muavin bulundurmaya özen göstermeleri gerekmektedir. Özellikle yüksek sezonda iş yoğunluğu sebebi ile turist rehberlerine yeterli dinlenme sürelerinin verilmediği ve farklı noktalarda ayrımcılık örnekleri olduğu göz önüne alınarak seyahat acentalarının gerek tur planlama süreçleri gerekse insan kaynakları yönetimi konusunda tüm tarafların haklarını koruyacak ve kaliteyi mümkün kılacak iyileştirmeler yapması

gerekmektedir. Diğer yandan turist rehberi seyahat acentası ilişkileri konusunda çok daha fazla uygulama araştırma yapılması gerekliliği açıktır.

Sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen bu araştırma kapsam, yöntem ve sonuçlar bağlamında önemli olmakla birlikte çeşitli sınırlılıklara sahiptir. Araştırma verilerinin kesin ve nitelikli bilgi elde edilmesi amacıyla yalnızca tam yapılandırılmış görüşme ile toplanması, veri toplama sürecinde kartopu örnekleme ile belirli bir kitleden veri elde edilmesi, verilerin tek bir dönemi kapsaması nedeni ile farklı dönemlerde toplanan veriler arasında karşılaştırma yapılamaması bu araştırmanın temel sınırlılıklarıdır. Dolayısıyla gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalarda çoklu veri toplama teknikleri ve farklı örnekleme yöntemlerinin kullanılması, dönemsellik içeren ya da farklı tur türleri üzerinde odaklanarak aradaki farklılıklara vurgu yapan araştırmalar ile alana daha fazla katkı yapılması beklenmektedir.

## Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde rehberlik*. Detay Yayıncılık.
- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00013-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00013-9)
- Argan, M. T. (2014). E-şikâyetle ilgili tanımlayıcı bir çalışma: şikâyet forumu olarak bir web sitesinin sosyal ağ analizi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi*, 5(1), 49-66. <https://doi.org/10.5505/iuyd.2014.69775>
- Arslan, A., & Şimşek, G. (2018). Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları mesleki sorunlar: Aydın turist rehberleri örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 13, 23-49. <https://doi.org/10.34090/tured.443615>
- Black, R., Ham, S., & Weiler, B. (2001). Ecotour guide training in less developed countries: Some preliminary research findings. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(2), 147-156. <https://doi.org/10.1080/09669580108667395>
- Büyüktepe, H. S., Gökdemir, S., & Korkmaz, H. (2019). Turist rehberlerinin sorunları üzerine nitel bir araştırma: Çanakkale örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14(14), 94-117.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Çakmak, T. F., & Kurnaz, H. A. (2020). Seyahat acentalarının turist rehberlerine yönelik şikâyetleri üzerine nitel bir araştırma. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 78-96. <https://doi.org/10.34189/tfd.23.01.004>
- Çetin, G., & Kızılırmak, İ. (2012). Türk turizmde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 307-318.
- Çokal, Z. (2019). Turist rehberlerinin performansına ve etik davranışlarına yönelik turist algılarının incelenmesi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.11616/basbed.v19i51339.571101>
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding: Image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 783-800. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00083-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00083-4)
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye'de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 189-196.
- Eser, S., & Şahin, S. (2020). A review on current problems in tourist guiding profession. *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2), 1344-1355. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.399>
- Genç, Ö. (1992). Rehberlik eğitimine eleştirel bir yaklaşım. *Turizm Eğitimi Konferansı, Bildiriler Kitabı*, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara, 215, 217.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (Alman turistler üzerine bir araştırma)* (Yayın No. 206613) [Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

- Güzel, F. Ö., Gök, G. A., & İşler, D. B. (2013). Duygusal emek ve işten ayrılma niyeti ilişkisi: Turist rehberleri üzerinde bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3), 107-123.
- Güzel, F. Ö., Türker, A. & Şahin, İ. (2014). Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2(2), 173-190.
- İlhan, Y., & Soybalı, H. H. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 13-23. <https://doi.org/10.34090/tured.443615>
- Karacaoğlu, S., & Sert, A. N. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.273>
- Karaçal, İ., & Demirtaş, N. (2002). 4702 sayılı yasa uygulamalarının turizm rehberliği eğitimine etkisi. In *Turizm Eğitimi Konferansı-Workshop, Bildiriler Kitabı* (pp. 173-184), Turizm Bakanlığı, Ankara
- Karamustafa, K., & Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Koçak, B., & Kabakulak, A. (2018). Turist rehberlerinin meslekten beklentileri üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 24-30. <https://doi.org/10.34090/tured.443896>
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma*, (Yayın No. 279359) [Doktora tezi]. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, Ö., & Merter, B. (2012). Seyahat acentelerinin turist rehberlerini seçme ve işe alma sürecindeki eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 213-238.
- Mancini, M. (2001) *Conducting tours*. Delmar Publishers
- Mısırlı, İ. (2008). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*. Detay Yayıncılık.
- Mısırlı, İ. (2015). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*. Detay Yayıncılık.
- Nebioğlu, K. G. (2013). *Meslek etiği: Turist rehberleri üzerine araştırma*. (Yayın No. 349064) [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Pelit, E., & Gökçe, F. (2019). Turist rehberliğinde istihdam alanları ile ilgili sorunlar. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.34090/tured.491116>
- Pelit, E., & Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(2), 74-94. <https://doi.org/10.34090/tured.486198>
- Prakash, M., & Chowdhary, N. (2010). What are we training tour guides for?: India. *Turizam*, 14(2), 53-65. <https://doi.org/10.5937/Turizam1002053P>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2025). *Sınır istatistikleri*. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249702/sinir-istatistikleri.html>
- Tosun, C., & Temizkan, R. (2004, 15-16 Nisan). *Türkiye'nin dış tanıtım ve ülke imajında turist rehberlerinin rolü*. [Konferans sunumu]. I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri, Balıkesir, Türkiye
- TUREB, "Mevzuat", 2 Şubat, 2025, tarihinde <https://www.tureb.org.tr/> erişilmiştir.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2025). *Hanehalkı Yurt İçi Turizm, III. Çeyrek: Temmuz-Eylül*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Yurt-Ici-Turizm-III.-Ceyrek:-Temmuz-Eylul,-2024-53705>

- Türkmen, S., & Deniz, G. B. (2022). Seyahat acentalarının turist rehberlerine yönelik sergiledikleri etik dışı davranışların belirlenmesi: ÇARO örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 53, 367-377. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1145202>
- Unur, K., Çakıcı, C., & Taştan, A. G. H. (2010). Paket turlardaki müşteri şikayetleri ve seyahat acentalarının bu şikayetlerle karşılaşma sıklıkları üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 391-408.
- Voinea, L., Pamfilie, R., & Onete, B. (2011). Foodstuff consumption culture among new generation of consumers from Romania. Case study: Students of the Bucharest Academy of Economic Studies. *Studia Commercialia Bratislavensia, Scientific Journal of Faculty of Commerce, University of Economics in Bratislava*, 15(3), 438-451.
- Weiler, B., & Walker, K. (2014). Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 90-99. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2014.08.001>
- World Federation of Tourist Guide Associations: WFTGA, 2 Şubat, 2025, tarihinde <https://wftga.org/>, erişilmiştir.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.
- Zengin, B., Batman, O., & Yıldırğan, R. (2004, 15-16 Nisan). *Seyahat acentalarının turist rehberlerinden beklentilerine yönelik bir araştırma*. [Konferans sunumu]. I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri, Balıkesir, Türkiye

#### **Etik ve Bilimsel İlkeler Sorumluluk Beyanı**

Yazar(lar), derginin “etik ilkeler ve yayın politikası” bölümünde yer alan (açık erişim olarak yayımlanan) tüm hususlara ve aşağıda yer alan etik ve bilimsel ilkelere riayet ettiklerini beyan eder. Aksi bir durumun tespit edilmesi halinde, sorumluluk tamamen makale yazar(lar)ına aittir.

Bu çalışmada, bilimsel araştırmalara ilişkin etik kurallar ve evrensel bilimsel ilkeler tam anlamıyla gözetilmiştir. Çalışmanın tüm aşamalarında akademik dürüstlük, doğruluk ve şeffaflık ilkelerine uygun hareket edilmiştir. Araştırmada yer alan tüm veriler, bilimsel yöntem ve etik kurallara/ilkelere uygun olarak elde edilip derlenmiştir. Çalışma sürecinde herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Yazar(lar), çalışmanın hazırlanmasında kullanılan kaynakların doğru bir şekilde belirtilmesine özen göstermiş ve intihalden kaçınmıştır.