

Türkiye'deki Turist Rehberlerinin Tur Yönetimi Sürecinde Kriz Yönetimi Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*

Ali Kabakulak **^{ID} Elbeyi Pelit² ^{ID}

¹ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar, Türkiye, alikabakulak@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9256-8557

² Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar, Türkiye, elbeyipelit@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6418-801X

Öz

Bu araştırmanın iki temel amacı bulunmaktadır: Birincisi ölçek geliştirmek, diğer ise geliştirilen ölçek ile turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarını ölçmektir. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeğinin (KYDÖ) geliştirilmesinde uzman görüşlerini içeren Delphi tekniğinden yararlanılmıştır. Ölçek, veri toplamak için kullanılmıştır. Araştırmanın örneklem grubunu, Turist Rehberleri Odaları Birliği'ne kayıtlı ve eylemli 8900 turist rehberi arasından, aşamalı örnekleme yöntemiyle seçilen 610 rehber oluşturmaktadır. Faktör analizi sonuçları, modelin toplam varyansının %70,765'sini açıklayan 3 boyut (tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası) altında toplanan 38 maddeden oluşmuştur. Kriz yönetimi davranışı ölçeğinin geneli için Cronbach's Alpha katsayısı 0,926; tur öncesi boyutu için 0,898; tur esnası boyutu için 0,916; tur sonrası boyutu için ise 0,876 olarak belirlenmiştir. Bulgulara göre, kriz yönetimi davranışı ölçeği içinde yer alan tur sonrası kriz yönetimi davranışı en yüksek ortalamaya sahip boyut olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Kriz Yönetimi Davranışı, Tur Yönetimi, Delphi Tekniği, Ölçek Geliştirme

A Research on Determination of Crisis Management Behaviours of Tourist Guides in Tour Management Process in Türkiye

Abstract

This study has two main objectives: One is to develop a scale and the other is to measure the crisis management behaviors of tourist guides with the developed scale. In the development of the Crisis Management Behavior Scale (CMBS), Delphi technique including expert opinions was used. The scale was used to collect data. The sample group of the study consists of 610 guides selected by progressive sampling method among 8900 registered and active tourist guides of the Association of Chambers of Tourist Guides. Factor analysis results showed that the model consisted of 38 items collected under 3 dimensions (pre-tour, during-tour and post-tour) explaining 70.765% of the total variance of the model. The Cronbach's Alpha coefficient for the overall crisis management behavior scale was 0.926; 0.898 for the pre-tour dimension; 0.916 for the during-tour dimension; and 0.876 for the post-tour dimension. According to the findings, the post-tour crisis management behavior in the crisis management behavior scale has the highest mean.

Keywords: Tourist Guide, Crisis Management Behavior, Tour Management, Delphi Technique, Scale Development

önerilen atıf/cite this article as

Kabakulak, A., & Pelit, E. (2025). Türkiye'deki Turist Rehberlerinin Tur Yönetimi Sürecinde Kriz Yönetimi Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 745-769.

*Bu çalışma, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında "Turist Rehberliğinde Kriz Yönetiminin Liderlik Tarzlarıyla İlişkisi" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: alikabakulak@aku.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 9, Sayı 2, 2025
ss. 745-769

Gönderim : 02.05.2025
1. Düzeltme: 29.05.2025
2. Düzeltme: 30.07.2025
Kabul Tarihi: 14.08.2025

Research Article

Vol 9, No 2, 2025
pp. 745-769

Received : 02.05.2025
Revision1: 29.05.2025
Revision2: 30.07.2025
Accepted: 14.08.2025

GİRİŞ

Kriz, her ne kadar olumsuz gibi algılsa da ortaya çıktığı yerde ve zamanda gelişime katkı sağlayan önemli bir kavramdır. Krizler, risklerin gerçeğe dönüşmüş halidir. Dolayısıyla kriz, risklerin bir sonucudur. Dünyanın ekonomik açıdan en önemli endüstrilerinden biri olan turizm, dış odaklı bir endüstri olmasından dolayı risk taşımakta ve bu riskler turizm endüstrisini tehdit etmektedir. Bundan dolayı turizm, krizlere karşı en savunmasız sektörlerin başında gelmektedir (Pforr, 2009). Dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan kriz, zaman içinde önce yerel, daha sonra ülkesel, bölgesel hatta küresel bir hal alabilmektedir. Çoğu durumda turizm, sektörler arasında birçok karşılıklı bağımlılıkla birlikte oldukça parçalı ve karmaşık ilişkilere sahip olduğu için krizlere yatkındır ve krizlere yatkınlığından dolayı (Paraskevas & Altınay, 2013), turizm sektöründe iç ve dış faktör kaynaklı krizler meydana gelebilmekte ve bu krizler turizm talebinde daralmalara yol açabilmektedir. Dolayısıyla turizm talebinde yaşanan daralmalar ekonomik kayıplara, ekonomik kayıplar da istihdamın azalmasına neden olmaktadır.

Günümüz küreselleşen dünyasında krizler, eskiye oranla çok daha zor mücadele edilen ve yıkıcı olaylar haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak ulaştırma araçlarının konforunun artması, daha uzak mesafelere gidebilme imkânı sunması ve boş zaman ile birlikte kişilerin refah seviyesinin artması turizm talebini kitlesel turizmden ziyade daha bireysel ve kişiye/gruba özel sunulan hizmetlere dönüşmesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla insanlar butik-özel turlar için daha fazla harcama yapmakta ve ödemelerinin karşılığı olarak da özel hizmet beklemektedirler. Bu durum hizmet sektörü olan turizmde hem sayı hem de çeşit olarak krizlerin ortaya çıkma riskini arttırmaktadır.

Uluslararası ilişkilerin karmaşık yapısının yanı sıra dünyanın jeolojik dengesindeki bozulmalar da krizlere daha fazla yol açan sebepler sunmaktadır (Çakmak, 2018). Bu nedenle önceden tahmin edilemeyen ve aniden gelişme özelliğine sahip olan krizler de turizm sektörünü etkilemektedir. Türkiye ve dünyada yaşanan terör olayları, savaşlar, doğal afetler, salgın hastalıklar, ekonomik ve siyasi krizler Türkiye turizm verilerinde olumsuz yönde değişime neden olabilmektedir (Doğruol, 2021). Bu doğrultuda gerçekleşen krizler ise sadece örgütleri değil bu örgütleri var eden insan kaynağını da ciddi şekilde etkilemektedir (Çakmak, 2018). Turizm endüstrisi, turistler ile işgörenler arasında sürekli etkileşimin olduğu ve hizmetin sağlanmasında işgörenlerin üstlendiği roller bakımında önemli bir sektördür (Terglav, Konečnik Ruzzier & Kaše, 2016).

Turizm sektöründe kriz, turizmle alakalı işletmelerin olağan faaliyetlerini tehdit eden, bölgenin güvenli olmadığı izlenimini veren ve bu bakımdan turistleri yörenin güzelliği ve rahatlığı yönünden olumsuz yönde etkileyen bir durumdur. Dolayısıyla destinasyona yönelik turizm talebinin ve tüketiminin azalması nedeniyle yerel turizm işletmelerinin faaliyetlerini yerine getirememeleri veya varlıklarını devam ettirememeleri, bölgesel ekonomik gelirlerinin ve turizm talebinin azalmasına sebep olan olaylar olarak ifade edilmektedir (Aşık, 2016). İşletmeler bağlamında konaklama,

yiyecek içecek işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acentaları; insan kaynağı bağlamında ise turist rehberleri ele alındığında yaşanan her türlü kriz ve olumsuz durumdan ilk etkilenen turizm paydaşları ve çalışanları ile birlikte turist rehberleri olmaktadır. Kriz açısından literatür incelendiğinde turizm işletmeleri (seyahat acentası, konaklama, yiyecek içecek işletmeleri, ulaştırma işletmeleri vd.) açısından makro düzeyde ele alınan çalışmalara rastlanmıştır. Ancak turist rehberleri açısından turlarda meydana gelen/gelebilecek kriz türleri ve bu krizlere yönelik sergilenecek en doğru davranışın neler olduğu/olabileceğine dair herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Son yıllarda turist rehberlerinin meslektaşlar ve turizm işletmeleri (seyahat acentaları, konaklama işletmeleri vb.) ile yaşadıkları mesleki sorunları (Ababneh, 2017; Akbulut, 2006; Arslan & Şimşek, 2018; Batman, 2003; Büyüktepe, Gökdemir & Korkmaz, 2019; Eser & Şahin, 2020; Güzel & Köroğlu, 2015; Güzel, Türker & Karacaoğlu, 2014; İlhan & Soybalı, 2018; Karacaoğlu & Sert, 2018; Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Karamustafa & Kılıçhan, 2019; Köroğlu, Ulusoy Yıldırım & Kılıç, 2020; Özkan, 2022; Pelit & Katırcıoğlu, 2018; Yarcın, 2007) ele alan çalışmaların olduğu görülmüş ancak kriz yönetimine dair oldukça sınırlı çalışmaya (Çakmak, 2018) rastlanmıştır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarını ortaya koyan çalışmaların oldukça sınırlı olması nedeniyle turlarda meydana gelebilecek krizleri tespit ederek turist rehberlerine kılavuz niteliğinde bir kaynak sunmak amacıyla Delphi tekniği de kullanılarak turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeği geliştirilmesi, bu ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışmasının yapılması amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Literatür incelendiğinde kriz ve kriz yönetimi ile ilgili birçok farklı alanda (hukuk, tıp, ekonomi vb.) araştırmaların (Glaesser, 2006; Kibritçioğlu, 2001; Korkmazyürek & Basım, 2009) yapıldığı görülmektedir. Genel olarak araştırmalar (Burnett, 1998; Dinçer, 1998; Fink, 1986; Pauchant & Douville, 1993; Prideaux, Laws ve Faulkner, 2003; Scott & Laws, 2005) incelendiğinde kriz kavramı ile ilgili birçok tanım yapıldığı dolayısıyla da kriz kavramı genel olarak örgütsel açıdan incelenerek tanımlanmaya çalışılmıştır. Kriz ve kriz yönetimi kavramları yapılan çalışmalarda (Çiftçi, 2015; Dinçer, 1998; Ritchie, 2004; Santana, 2004; Sapriel, 2003) genel olarak makro düzeyde ele alınmış; işletmelerin kriz tanımları her ne kadar farklılaşsa da tüm krizlerde ortak noktalar olduğu tespit edilmiş ve bunlar kriz olarak adlandırılmış; bu krizlerin nasıl yönetilmesi gerektiğine ilişkin yönetim kademelerince işletmeler tarafından önlemler alınmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada ise literatürde genel olarak karşılaşılan makro ölçekli krizler yerine (ekonomik kriz, terörizm, salgın hastalık, deprem vb.) daha çok mikro ölçekli ve bireysel olarak turlarda (günübirlik, 1 veya 2 gece konaklamalı ya da haftalık turlarda) karşılaşılan krizler ve bu krizlerde turist rehberinin sergilemesi gereken en doğru kriz yönetimi davranış(lar)ı üzerinde durulmuştur.

Literatür incelendiğinde, kriz kavramının birçok farklı disiplinde (psikoloji, sosyal bilimler, tıp, sosyoloji; işletme, ekonomi, siyaset, felsefe ve tıp) araştırma konusu olduğu ortaya çıkmıştır (Tuğsal, 2016: 58). Farklı disiplinlerde araştırma konusu

olması ve kriz kavramının sınırlarının geniş olması (Zerenler, 2004: 101) kriz için ortak bir tanım yapılmasını engellemektedir. Dolayısıyla kriz kavramı için ortak bir tanım bulunmamaktadır. Bu nedenle birçok farklı araştırmacı tarafından kriz tanımı yapılmıştır. Kriz kelimesi, Latince "krinein", (Örnek & Aydın, 2008: 4); Yunanca "krisis" farklılaşma veya karar anlamına gelen kelimedenden türemiştir (Glaesser, 2006: 1; Paraskevas, 2006: 893; Santana, 2004: 306). Faulkner (2001: 136) krizi "*örgütün ani sorunlarla başa çıkma yeteneğini ortaya çıkaran bir test*"; Çiftçi (2015: 5) krizi "*istenmeyen, beklenmeyen ve sıra dışı bir olay olup, kısıtlı bir zaman diliminde gerçekleşen bir durum*" olarak tanımlarken; Türk Dil Kurumu (TDK, 2025) krizi, "*bir organda birden bire ortaya çıkan bozukluk, bir kimsede görülen ruhsal bunalım, bir şeyin çok kıt bulunması ya da o şeye duyulan yoğun istek ve ekonomik olarak çöküntü*" şeklinde tanımlanmıştır. Oxford sözlüğünde (Oxforddictionary, 2025) ise kriz, çözülmesi gereken büyük tehlike, karışıklık ya da önemli kararların alınması gereken zaman olarak tanımlanmıştır.

Krizler, bir kuruluşu veya belirli bir sistemi bir bütün olarak etkileyen; önceden kabul edilmiş temel varsayımlara meydan okuyan yıkıcı durumlardır; genellikle acil, yeni kararlar ve eylemler gerektirirler; potansiyel olarak hem etkilenen sistemin daha sonra yeniden yapılandırılmasına hem de sistem üyeleri tarafından yapılan temel varsayımlara yol açarlar (Pauchant & Douville, 1993). Kriz, aynı zamanda yöneticiler ve çalışanlar açısından karmaşıklık, belirsizlik, sürpriz, risk, panikleme, korku, şok, tehdit, tehlikede olma ve zaman darlığı (Dinçer, 1992) olarak da ifade edilmiştir. Önceden tahmin edilemeyen ve aniden gelişme özelliğine sahip olan krizler, turizm sektörünü de etkilemektedir. Türkiye ve dünyada yaşanan terör olayları, savaşlar, doğal afetler, salgın hastalıklar, ekonomik ve siyasi krizler Türkiye turizm verilerinde olumsuz yönde değişime neden olabilmektedir. Ancak, bazı krizler de turizm sektörünü olumsuz yönde etkilememektedir. Çünkü bir ülkenin kendi içinde yaşadığı ekonomik kriz, bu ülkeye tatile gitmek isteyen diğer ülke vatandaşlarını ilgilendirmemektedir. Dünyada gelişen salgın bir hastalığın yayılmadığı ülkelerdeki turizm verileri, büyük oranlarda değişime uğramamaktadır (Doğruol, 2021). Kriz kelimesinin Çince karşılığı "Wei-ji" dir. "Weixian" tehlike harfinin ve fırsat "Jihui"nin ilk harfinden oluşur (Glaesser, 2006). Sözcüğün bu birleşimi, bir krizin gerçek özelliklerini açıkça yansıtmaktadır. Dolayısıyla kriz, içinde hem fırsat hem de tehlike barındırmaktadır. Bu nedenle kriz, bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir (Keown-McMullan, 1997).

Kriz yönetimi literatürü incelendiğinde günümüzde kullanılan bazı ölçekler (Aksu & Deveci, 2009; Çalışkan, 2020; Park, 2016) bulunmaktadır. Ancak, bu ölçeklerin hiçbiri doğrudan turizm sektörü ve paydaşları bağlamında ele alınmamış, daha çok işletmeler ve yöneticileri açısından ele alınmıştır. Dolayısıyla özellikle, turizm özelinde yapılan çalışmalarda daha çok Aksu ve Deveci (2009) tarafından geliştirilen ölçek uyarlamalar yapılarak araştırmacılar tarafından kullanılmıştır. Turizm sektörü özelinde krizler incelendiğinde özellikle konaklama ve seyahat işletmelerinde meydana gelen krizlerin incelendiği görülmektedir. Krizlerin bu işletmeler açısından incelenmesi aslında kriz ve kriz yönetimi konularının daha çok işletme bağlamında

geliştiğini ortaya çıkarmaktadır. Seyahat acentaları ve konaklama işletmeleri özelinde yapılan çalışmaların daha çok nitel çalışmalar (Örn: Zhang, Li & Guan, 2023) olduğu ve yönetici odaklı (Sarıaltun, 2019; Yılmaz, 2004) olarak makro düzeyde yapıldıkları ortaya çıkmıştır.

Krizlerin turizm işletmeleri dışında önemli bir turizm paydaşı olan rehberler açısından ele alındığı çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu kapsamda Çakmak (2018) tarafından yapılan tek bir araştırmaya rastlanmıştır. Aksu & Deveci (2009) tarafından geliştirilen kriz yönetimi becerileri ölçeği ile yapılan bu araştırma sonucunda kriz yönetimi olgusunun turist rehberlerinde de tıpkı işletmelerde olduğu gibi bütünsel bir düşünce ile ele alınması gerektiği ortaya konmuştur. Her bir kriz aşaması için yapılan hazırlığın bir sonraki aşamayı doğrudan etkilediği gözlenmiştir. Sürecin bütünsel olarak değerlendirilmediği, sadece belirli bir aşamaya odaklanılmış hazırlıkların olduğu durumlarda ise etkin bir kriz yönetiminin meydana gelmediği, krizlerin mesleki yaşama olumsuz etkisinin arttığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada turist rehberlerinin kriz dönemlerinde daha çok üst kuruluşlar olan TUREB, TÜRSAB, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kriz dönemlerinde yapılması gerekenler açısından ele alındığı belirlenmiştir. Dolayısıyla ne ulusal ne de uluslararası literatürde turist rehberlerinin tur boyunca (tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası) karşılaştıkları kriz durumlarının neler olduğu ve turist rehberlerinin kriz olarak algıladıkları durumlar karşısında nasıl davranış(lar) sergilemeleri gerektiğine dair bir çalışmaya rastlanamamıştır. Buradan hareketle ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılmış olup özellikle son yıllarda turist rehberlerinin turizm işletmeleri ile (Akbulut, 2006; Batman, 2003; Güzel, Türker & Şahin, 2014; Karamustafa & Çeşmeci, 2006; Karamustafa & Kılıçhan, 2019; Pelit & Katırcıoğlu, 2018; Yazıcıoğlu, Tokmak & Uzun, 2008), meslektaşlar arası (Karamustafa & Kılıçhan, 2019), kadın turist rehberlerinin turlarda yaşadıkları sorunlar (Arslan & Şimşek, 2018; Demirdelen Alrawadieh, 2021; Köroğlu, Ulusoy Yıldırım & Balıkoğlu, 2020), paket turlarda karşılaşılan yönetsel sorunlar (Çeşmeci, 2004; Karamustafa & Çeşmeci, 2006) ile turistler ve ulaştırma işletmeleri (Karamustafa & Kılıçhan, 2019) yaşanan sorunlar ile ilgili çalışmaların olduğu görülmüştür. Yapılan bu çalışmalar incelenerek yaşanan bu sorunlardan kriz olarak adlandırılabilir sorunlar tespit edilmiştir. Bu kapsamda detaylı bir inceleme yapılmış ve farklı bölgelerde turist rehberliği mesleğini icra eden turist rehberleri ile Delphi tekniği kullanılarak turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeği oluşturulmuştur. Kriz yönetimi davranışı ölçeği doğrudan turizm sektörü ve turist rehberliği ile ilgili olmasından dolayı literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

YÖNTEM

Turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışı ölçeğini belirlemek için Delphi tekniğiyle oluşturulmuş (Dalkey & Helmer, 1963) bir anket uygulanmıştır. Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından (18.09.2020 tarih-2020/153 sayı) çalışmanın yürütülmesi için izin alınmıştır. Katılımcılara, anketin

bilimsel amaçlar için veri toplamayı amaçladığı bildirildiğinde katılımcılar anketi gönüllü olarak cevaplamışlardır.

Kriz yönetimi davranış ölçeği bir tutum ölçeği olarak ifade edilebilir. Tutum, bir şeye karşı duygu, düşünce ve davranışları içerir (Zanna & Rempel, 1988). Dolayısıyla sosyal psikolojide tutum, bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutlardan oluştuğu için kapsamlı bir literatür taramasından sonra ölçeğin ilgili maddelerinin üç boyuta yerleştirilmesine karar verilmiştir (Rosenberg & Hovland, 1960).

Literatürde turist rehberlerinin turlarda meydana gelen krizlere ve bu krizleri yönetme davranışlarına ait herhangi bir ölçeğe rastlanamamıştır. Özhasar (2021) turizm alanında yazılmış kriz ve kriz yönetimi konulu lisansüstü tezleri incelediği çalışmada en fazla kullanılan anahtar kelimenin kriz olduğu; kriz yönetimi, turizm ve konaklama işletmeleri anahtar kelimelerinin ise kriz anahtar kelimesini takip ettiğini ortaya koymuştur. Turist rehberlerinin turlarda karşılaştıkları krizler ve krizlerin yönetimleri ile ilgili herhangi bir ölçeğe ve çalışmaya rastlanamamış olması; Delphi tekniğinin kriz ve kriz yönetimi davranışlarının tespitinde detaylı veri elde etmeye imkân sağlaması araştırmanın özgünlüğünü ve önemini ortaya koymaktadır. Araştırmada ayrı bir veri toplanmaması nedeniyle doğrulayıcı faktör analizi uygulanamaması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu bilgilerden hareketle turist rehberliğinde kriz yönetimi davranış ölçeğini geliştirmek için Delphi tekniği uygulanırken aşağıdaki süreçler takip edilmiştir (Kılıç & Bozkurt, 2020):

Problemin belirlenmesi

Anket, turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarını tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası boyutlar açısından belirlemeyi amaçlamıştır.

Panel üyelerinin seçimi

Panelistler, bilgi, araştırma ve deneyimleri aracılığıyla soru önerisi ve yerleştirme için eğitimli bir bakış açısı sağlayabilecek eylemli turist rehberleri (Tablo 1) arasından seçilmiştir. Araştırma için panelistler seçilirken turist rehberlerinin farklı bölgelerde aktif olarak çalışıyor olmasına da dikkat edilmiş, böylelikle Türkiye genelinde tur süresince (öncesi, esnası ve sonrası) yaşanan krizler çeşitlendirilmiştir. Bu kapsamda on dört uzman seçilmiş ve uzmanlarla iletişime geçilmiş, panelistlerin tamamı çalışmaya katılmayı kabul etmiştir. Veri toplamada kullanılmak üzere öncelikle araştırmacı tarafından literatür taraması yapılmış ve toplanan veriler ışığında içinde yönergesi bulunan ve araştırmanın amacının da belirtildiği Delphi panel davet mektubu ve anket formu hazırlanmıştır. Delphi tekniğinin uygulama adımlarında ise her panele özgü açıklama mektubu ve panel anket formları kullanılmıştır. Delphi tekniğinin uygulama aşamalarından sonra örneklem grubu üzerinde veri toplamada kullanmak için literatür doğrultusunda araştırmacı tarafından geliştirilen turist rehberliğinde "*Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeği (KYDÖ)*" kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turist rehberlerinin bireysel ve sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 12 soru;

ikinci bölümde ise, turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışını tespit etmeye yönelik tur öncesi 8; tur esnası 25 ve tur sonrası 5 olmak üzere toplam 38 sorudan oluşmuştur.

Tablo 1. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeği Panel Üyelerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Uzman No	Cinsiyet	Yaş	Çalışma Şekli	Hizmet Verdiğiniz Grup Türü	Yıllık Ortalama Çalıştığınız Gün Sayısı	Deneyiminiz (Yıl)	Ruhsatname Alma Şekliniz	Unvanınız	Bağlı Olunan Oda
U1	Erkek	50-59	Bağımsız	Yerli	51-100	11+	Bakanlık	Turist Rehberi	ADRO
U2	Erkek	60+	Bağımsız	Yabancı	251+	11+	Bakanlık	Turist Rehberi	ATRO
U3	Erkek	30-39	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	201-250	6-10	Lisans	Turist Rehberi	ATRO
U4	Erkek	18-29	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	251+	2-5	Lisans	Turist Rehberi	ANRO
U5	Kadın	30-39	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	51-100	6-10	Lisans	Öğr. Grv. + Turist Rehberi	ARO
U6	Erkek	50-59	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	251+	11+	Bakanlık	Turist Rehberi	İZRO
U7	Erkek	30-39	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	151-200	6-10	Lisans	Turist Rehberi	İRO
U8	Erkek	50-59	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	101-150	11+	Bakanlık	Turist Rehberi	ADRO
U9	Erkek	18-29	Bağımsız	Yerli	101-150	2-5	Lisans	Turist Rehberi	ÇARO
U10	Kadın	30-39	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	0-50	11+	Lisans	Dr. Öğr. Üyesi + Turist Rehberi	ÇARO
U11	Erkek	30-39	Acentada Kadrolu	Yerli	151-200	11+	Lisans	Turist Rehberi	ADRO
U12	Kadın	30-39	Bağımsız	Yerli ve Yabancı	51-100	2-5	Lisans	Arş. Grv. + Turist Rehberi	TRO
U13	Erkek	30-39	Bağımsız	Yerli	0-50	6-10	Lisans	Dr. Öğr. Üyesi + Turist Rehberi	İRO
U14	Erkek	30-39	Bağımsız	Yerli	201-250	6-10	Önlisans	Turist Rehberi	ADRO

Tablo 1 incelendiğinde Delphi tekniği kapsamında panel üyesi (uzman) olarak seçilen turist rehberlerinin çoğu erkek, bağımsız çalışan, yerli ve yabancı turistlere hizmet

veren, beş yıl ve üzeri deneyime sahip ve lisans mezunu kişilerden oluştuğu belirlenmiştir.

Birinci Delphi Anketi

Çalışmanın amacı ve belirlenen boyutlar (tur öncesi, tur esnası, tur sonrası) panelistlere gönderilmiş ve panelistlerden, turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışını ölçebilecek ve belirlenen boyutların altına yerleştirilebilecek maddeler yazmaları istenmiş, böylece bir madde havuzu oluşturulmuştur. 1. turun sonunda, havuzdaki benzer maddeler birleştirilerek 56 madde elde edilmiştir.

İkinci Delphi Anketi

Üç boyut altında yer alan 56 madde, 3'lü Likert tipi derecelendirmesine (1 = Uygun Değil, 2 = Kısmen Uygun, 3 = Uygun) göre mutabakat düzeylerini belirlemek için panel üyelerine gönderilmiştir. Likert tipi ölçekler, tutumları veya görüşleri ölçmek için tasarlanmış sabit seçenekli yanıt formatlarını kullanır. Bu sıralı ölçek mutabakat/mutabakatsızlık düzeylerini ölçer. Elde edilen veriler genel medyan, çeyreklik ve aralık (q3-q1) istatistiklerine göre analiz edilmiştir.

Üçüncü Delphi Anketi

Hesaplanan medyanlar, çeyrekler ve madde havuzu ve boyut yerleşimi için aralıklar panelistlere gönderilmiş, panelistlerden her bir madde için tekrar 1 ile 3 arasında bir puan vermeleri istenmiş, böylece ankete hangi maddelerin dahil edilmesi gerektiği konusunda bir fikir birliğine varılmış, bir davranış ölçeği olan kriz yönetimi ölçeği oluşturulmuştur. Üçüncü turda 40 madde seçilmiş, ancak iki maddenin faktör yükleri 0,35'ten küçük olduğu (Tabachnick & Fidell, 2007; Kılıç & Bozkurt, 2020) ve ölçek güvenilirliğini düşürdüğü için yapılan analizler neticesinde ölçekten çıkarılmış ve 38 maddelik KYDÖ belirlenmiştir. Katılımcıların sorulara verdiği yanıtların birbirine yakın olup olmadığını kontrol etmek için ölçekte bazı benzer maddeler bilerek kullanılmıştır.

Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin yedi bölgesinde bulunan, TUREB üyesi 13 rehber odasına kayıtlı 8900 eylemli turist rehberi oluşturmaktadır. Çalışmada evreni oluşturan bireylerin tamamı yerine zaman, maliyet, mesafe ve ulaşılabilirlik gibi kısıtlardan dolayı örneklem alma yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda her bir rehber odasına kayıtlı eylemli rehberlerin araştırmada temsil edilmesi açısından aşamalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmalarda, bu yöntemlerin sadece biri kullanıldığı gibi iki veya daha fazlası da birlikte kullanılabilir. Aşamalı örnekleme yöntemi, tabakalı ve küme örnekleme yöntemlerinin birlikte kullanımının zorunlu olduğu araştırmalarda başvurulan bir örnekleme yöntemidir (Sümbüloğlu & Sümbüloğlu, 2004). Tabakalı ve küme örnekleme yöntemlerini içeren aşamalı örnekleme yönteminin kullanılması, evreni oluşturan birimlerin sınırlarını oluşturma zorluğu, geniş bir alana yayılmış örneklem birimlerini soruşturma maliyetinin yüksekliği ve örnekleme planının yürütülmesine ilişkin güçlüklerden (Ural & Kılıç, 2018) kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede araştırma evreni ülkesel ve bölgesel değişkenlerine göre tabakalanmış, ayrıca rehber odaları (Adro, Aro, İzro, İro, Nero

vd.) küme olarak ele alınmıştır. Örneklem hacminin belirlenmesinde nicel çalışmalar için Özdamar (2002) ve Sekaran (2003) tarafından sınırlı evrenler ($N < 10.000$) ve nicel araştırmalar için önerilen $N = S2.Z\alpha2/(N-1).d2+S2.Z\alpha2$ örneklem büyüklüğü formülü kullanılarak araştırmanın örneklem hesaplaması yapılmıştır.

Özdamar (2002) ve Sekaran (2003) tarafından yukarıda önerilen formülden yararlanılmıştır. 30 kişilik örneklem grubundan oluşan pilot uygulama sonucunda örneklem formülündeki standart sapma $s=1; 0,05$ anlamlılık düzeyine karşılık gelen $Z= 1,96$ ve örneklem hatasını ifade eden etki büyüklüğü $d=0,1$ olarak alınmış ve minimum örneklem büyüklüğü 375 olarak hesaplanmıştır. Her ne kadar örneklem büyüklüğü 375 olarak hesaplanmış olsa da araştırma kapsamında rehber odaları birer tabaka olarak ele alındığından her bir odanın sahip olduğu eylemli turist rehberi sayısı minimum örneklem büyüklüğüne (375 kişi) oranlanarak anketler toplanmıştır. Elde edilen anketlerin eksik ve/veya hatalı çıkma ihtimaline karşı mümkün olduğunca fazla veri toplanmıştır. Bu çerçevede, rehber odalarına kayıtlı eylemli turist rehberi sayısı ve oranı dikkate alınarak toplam 850 anket dağıtılmış olup bunların 610 tanesi geri dönmüş; eksik ve/veya hatalı anketler analizden çıkartılarak 520 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Verilerin Analizi

Öncelikle KYDÖ'nin faktör yapısını belirlemek için varimax rotasyonu kullanılmıştır. Faktör analizinin uygulanabilirliğini değerlendirmek için Bartlett küresellik testi, örnekleme yeterliliğini değerlendirmek için ise Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçüsü kullanılmıştır. Ayrıca özdeğerler, varyans açıklama oranları ve faktör yükleri hesaplanmıştır. Maddeler ve boyutlar için güvenilirlik, ortalama ve standart sapma da belirlenmiştir. Her bir madde için ortalama değerler, 5'li Likert ölçeğinde verilen puanların toplamının katılımcı sayısına (başlangıçta panelistler ve sonrasında turist rehberlerine) bölünmesiyle hesaplanmıştır. Ortalama değerler 1'e yaklaştıkça olumsuz davranışları, 5'e yaklaştıkça olumlu davranışları göstermiştir (Kılıç & Bozkurt, 2020).

Araştırmada kullanılan kriz yönetimi davranışı ölçeği geçerlik ve güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuştur. Araştırmada, ölçeklerin geçerliği ile ilgili içerik ve yapısal geçerlik ölçütleri temel alınmıştır. İçerik geçerliği, anketin yeterli sayıda ve ölçülmek istenen olguyu temsil edebilecek soruların içeriğini belirlemek için yapılır. Yapı geçerliği ise, ölçeğin hangi kavram veya özellikleri ölçtüğünün belirlenmesidir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2010). Hazırlanan anket formu saha uygulaması öncesinde alanda uzman kişilerce incelenmiştir. İçerik, kapsam, madde sayısı, dil geçerliği ve maddelerin anlaşılabilirliği gibi konular ile ilgili uzmanlardan alınan görüş neticesinde ölçeğe son şekli verilmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeğin güvenilirliği ise, Cronbach's Alpha katsayısı ile belirlenmiştir. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeği'ne ilişkin faktör analizi sonuçları ile güvenilirlik analiz sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur. Tablo 2'de kriz yönetimi davranışı ölçeğinin yapı geçerliğine yönelik uygulanan faktör analizi sonuçlarına, güvenilirliklerine ilişkin iç tutarlık katsayılarına (Cronbach's Alpha) ve ek olarak bazı betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Tablo 2'de sunulan KMO değerleri ve Bartlett's testlerine ilişkin bulgular

incelendiğinde, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ($KMO>0,983$; Bartlett's Testi; $p=0,000$) ve faktör analizinin uygulanabileceği görülmüştür.

Tablo 2. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeği Genel Geçerlik, Güvenilirlik Analiz Sonuçları ve Bazı Betimsel İstatistikler

Ölçek / Alt Boyutlar	Madde sayısı	Özdeğer	Varyans %	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha	\bar{x}	s.s
Tur Öncesi	8	7,484	19,695	19,695	0,898	3,99	0,99
Tur Esnası	25	13,045	34,328	34,328	0,916	4,19	0,96
Tur Sonrası	5	6,362	16,742	16,742	0,876	4,27	0,99
Genel	38		70,765	70,765	0,926	4,16	0,93

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0,983; Bartlett's Testi: $\chi^2= 21452,608$; $p=0,000$

Söz konusu ölçek toplam varyansın %70,765'ini açıklayan 3 alt boyuttan (tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası) oluşmaktadır. Tur öncesi alt boyutu 8 madde, tur esnası 25 madde ve tur sonrası 5 maddeden oluşmaktadır. Özdeğerler 6,362 ile 13,045 arasında değişmekte olup tur öncesi için 7,484, tur esnası için 13,045 ve tur sonrası için 6,362 olarak belirlenmiştir. Tur öncesi boyut toplam varyansın % 19,695'ini, tur esnası boyut %34,328'ini, tur sonrası boyutun ise 16,742'sini açıklamıştır. Cronbach's Alpha kat sayıları ölçeğin geneli için 0,926 olmakla birlikte tur öncesi için 0,898, tur esnası için 0,916 ve tur sonrası için 0,876 olarak bulunmuştur. Alt boyut ve ölçeğin geneline ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışları tur öncesi için $\bar{x} = 3,99$, tur esnası için $\bar{x} = 4,19$, tur sonrası için $\bar{x} = 4,27$ ve genel kriz yönetimleri ise $\bar{x} = 4,16$ olarak hesaplanmıştır. Rehberlerin tur sonrası kriz yönetimi davranışının diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeği'nin tur esnası alt boyutunda yer alan "tur aracının kaza yapması durumunda ihtiyacı olan turistlere bilgim dâhilinde ilk yardım yaparım" ve "turistlerin restoranlardaki tur ücretine dahil olmayan yemeklerin lezzetini ve çeşitliliğini beğenmemesi nedeniyle yaşanan krizlerde turistlere ücret iadesi yaptırırım" maddelerinin faktör yükleri 0,35'ten küçük olduğu (Tabachnick & Fidell, 2007; Kılıç & Bozkurt, 2020) ve ölçek güvenilirliğini düşürdüğü için yapılan analizler neticesinde ölçekten çıkarılmıştır. Cronbach (1951), Maltby, Day & Macaskill (2017) ile Kılıç & Bozkurt (2020) faktör yüklerinin 0.70 üstünde olması gerektiğini belirtmiştir. Bu nedenle turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeğinin tur esnası boyutundan 2 madde çıkarılmış; tur öncesi 8, tur esnası 25 ve tur sonrası da 5 madde olmak üzere toplam 38 maddelik turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeği elde edilmiştir. Carmines & Zeller (1979) güvenilir bir ölçek geliştirmek için madde sayısının otuzdan fazla olması gerektiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla hem madde sayısının otuzdan fazla olması hem de ölçeğin güven aralığının $0,80 \leq \alpha < 1,00$ (Ural & Kılıç, 2018) arasında

olmasından dolayı oluşturulan turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeğinin (KYDÖ) güvenilir olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeğinin (KYDÖ) Tur Öncesi Alt Boyutuna İlişkin Geçerlik, Güvenilirlik Analizi ve Bazı Tanıtıcı İstatistikler

Tur Öncesi Alt Boyutuna İlişkin Maddeler	Faktör Yüğü	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha	Ortalama $\bar{x} \pm SS$
Tur aracı buluşma saatinden önce turun kalkış noktasına gelmemişse acentaya ve turistlere durum hakkında bilgi vererek turistlere uygun bir yerde bir şeyler ikram ederim.	0,567	0,694	0,924	3,65± 1,28
Tur aracı buluşma noktasına geldiğinde araç içi donanımların ve malzemelerin (mikrofon, klima, kalorifer, ilk yardım, yangın ekipmanları, ikramlık) sorunsuz ve tam olup olmadığını kontrol ederim; eğer bir eksiklik var ise, acentaya bilgi verip ulaştırma firmasından eksikliklerin giderilmesini isterim.	0,578	0,802	0,923	4,05± 1,16
Tur aracında iki şoför bulunup bulunmadığını ve şoförlerin iyi dinlenip dinlenmediklerini kontrol ederim; şoförler uykusuz ise, acentaya bilgi verir, şoförlerin değiştirilmesini sağlarım.	0,589	0,595	0,924	3,97± 1,16
Şoförlerle tur programını, mola yerlerini ve varış saatlerini istişare eder; şoförlerin -güzergâha hâkimiyetine göre- önerilerini dikkate alırım.	0,448	0,790	0,924	3,97± 1,30
Tur için gerekli belgeleri (TÜRSAB belgesi, rehber acenta sözleşmesi, turist sigortaları ve faturaları, konaklama bilgileri vb.) kontrol eder, eksiklik varsa acenta yetkilisiyle iletişime geçer, belgelerin tarafıma (e-mail, whatsapp, bip vb.) ulaştırılmasını sağlarım.	0,574	0,840	0,923	4,08± 1,33
Acentaların sürekli kullandıkları kalkış noktasında veya saatinde meydana gelen zorunlu değişikliklerde turistlerle iletişime geçerim ve turistleri zaman konusunda bilgilendirip hızlıca yeni kalkış noktasına yönlendiririm.	0,505	0,817	0,923	4,03± 1,34
Tur sırasında acenta ile kriz yaşamamak için sözleşme yaparken tur ücreti, rehber koltuğu ve konaklama şartları ile ilgili maddeleri sözleşmeme ekletirim.	0,743	0,563	0,924	4,05± 1,11
Turun geneli ile ilgili ortaya çıkabilecek krizleri önlemek için; tur programı, restoranlardaki yemek çeşitleri, içerikleri ve fiyatları hakkında turistleri detaylı olarak bilgilendiririm.	0,624	0,818	0,923	4,16± 1,09
Tur Öncesi Alt Boyutu				3,99± 0,99

Tur öncesi kriz yönetimi davranışı alt boyutundaki maddeler incelendiğinde, "turun geneli ile ilgili ortaya çıkabilecek krizleri önlemek için; tur programı, restoranlardaki yemek çeşitleri, içerikleri ve fiyatları hakkında turistleri detaylı olarak bilgilendiririm" maddesinin en yüksek ortalamaya ($\bar{x}=4,16$) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu madde için

katılımcıların %10,0'unun "hiç" ve "az" seçenekleriyle olumsuz, %73,8'nin ise "çok" ve "tam" seçenekleriyle olumlu cevap verdikleri gözlenmiştir.

Ölçek genelinde en düşük ortalamaya ($\bar{x}=3,65$) sahip olan maddenin ise "tur aracı buluşma saatinden önce turun kalkış noktasına gelmemişse acentaya ve turistlere durum hakkında bilgi vererek turistlere uygun bir yerde bir şeyler ikram ederim" maddesine katılımcıların %20,6'sının "hiç" ve "az" seçenekleriyle olumsuz, %79,6'sının "çok" ve "tam" seçenekleriyle olumlu cevap verdikleri gözlenmiştir.

Turist rehberlerinin tur esnası kriz yönetimi davranış düzeylerine ilişkin genel ortalama değer $\bar{x}=4,19$ olarak hesaplanmıştır. Tur esnası kriz yönetimi davranışı ölçeğindeki maddeler incelendiğinde, "turistin gezi sırasında sakatlanması; arı, böcek, yılan vb. sokması; kalp krizi geçirmesi veya turiste araç çarpması durumunda 112'yi arar; turistin en yakın hastaneye ulaşımını sağlayıp durumla ilgili acentayı bilgilendiririm" ve "turistin vefat etmesi durumunda derhal 112'yi (polis, jandarma, ambulans vb.) ararım; diğer turistlerin sakin kalmasını sağlarım ve acentaya haber veririm" maddelerinin en yüksek ortalamaya ($\bar{x}=4,42$) sahip olduğu belirlenmiştir.

"Turistin gezi sırasında sakatlanması; arı, böcek, yılan vb. sokması; kalp krizi geçirmesi veya turiste araç çarpması durumunda 112'yi arar; turistin en yakın hastaneye ulaşımını sağlayıp durumla ilgili acentayı bilgilendiririm" maddesi için katılımcıların %4,8'inin "hiç" ve "az" seçenekleriyle olumsuz, %83,7'sinin ise "çok" ve "tam" seçenekleriyle olumlu cevap verdikleri belirlenmiştir. Ortalaması yüksek olan "turistin vefat etmesi durumunda derhal 112'yi (polis, jandarma, ambulans vb.) ararım; diğer turistlerin sakin kalmasını sağlarım ve acentaya haber veririm" maddesi için katılımcıların %6,9'unun "hiç" ve "az" seçenekleriyle olumsuz; %83,3'ünün ise "çok" ve "tam" seçenekleriyle olumlu cevap verdikleri belirlenmiştir.

Tablo 4. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeğinin (KYDÖ) Tur Esnası Alt Boyutuna İlişkin Geçerlik, Güvenilirlik Analizi ve Bazı Tanıtıcı İstatistikler

Tur Esnası Alt Boyutuna İlişkin Maddeler	Faktör Yüklü	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha	Ortalama	χ^2/SS
Tur aracının kaza yapması durumunda turistlerin güvenliğini sağlar, 112'yi arar ve acenta yetkililerine bilgi veririm.	0,488	0,819	0,923	4,38± 0,99	
Tur aracının veya donanımlarının arızalanması durumunda turistlere verilen serbest zamanı uzun tutar, arızanın giderilmesini ve gerekirse aracın değiştirilmesini sağlarım.	0,656	0,854	0,923	4,23± 1,11	
Tur aracında yangın çıkması durumunda itfaiyeyi arar, aracı emniyet şeridinde çektiyip turistleri araçtan hızlı ve güvenli bir şekilde tahliye ederim.	0,615	0,824	0,923	4,21± 1,25	
Tur aracının trafikten men edilmesi durumunda turistlere uygun bir dille durumu anlatırım ve acenta yeni araç	0,627	0,840	0,923	4,10± 1,31	

yollayana kadar turistleri sakinleştirip turistlere ikramda bulunurum.				
Şoförün yolları bilmemesi veya karıştırması durumunda kaybedilen zamanın telafisi için turistlere ilgi çekici konularda bilgilendirme yapmaya devam ederim.	0,726	0,858	0,923	4,16± 1,23
Şoförün yorgun olduğunu fark ettiğimde aracı güvenli bir yerde durdurarak şoförün yedek şoförle yer değişmesini sağlarım.	0,576	0,667	0,924	4,36± 0,97
Tur aracında hırsızlık olması durumunda öncelikle turistleri sakinleştirip durumu anlamaya çalışırım; kolluk kuvvetlerine ve acentaya haber verip çalınan eşyanın bulunması için çaba sarf ederim.	0,634	0,830	0,923	4,29± 1,02
Turistin herhangi bir tanıdığıının ölüm haberini alması durumunda turistin turu yarıda bırakma sebebini kayıt altına alıp acantanın bilgisi dâhilinde turisti gideceği yere ulaşması için en uygun ulaşım noktasına (terminal, havaalanı, otogar vb.) bırakmaya çalışırım.	0,640	0,856	0,923	4,17± 1,17
Yurt dışı turlarda değerli evrakın (pasaport, kimlik) kaybolması/çalınması durumunda; turistleri sakinleştirip yerel polise haber veririm ve turistleri kaybolmuş/çalınmış belgeleri çıkarmaları için Konsolosluga yönlendiririm.	0,586	0,820	0,923	4,25± 1,17
Turistin vefat etmesi durumunda derhal 112'yi (polis, jandarma, ambulans vb.) ararım; diğer turistlerin sakin kalmasını sağlarım ve acantaya haber veririm.	0,490	0,769	0,924	4,42± 0,98
Turistlerin din, futbol, siyaset vb. konularda konuşmaları durumunda bunların hassas konular olduğunu, bu konularda görüş ayrılıkları olabileceğini ifade ederek kimseyi incitmeden konuyu kapatmaya çabalarım.	0,626	0,764	0,924	4,00± 1,25
Turistlerin rehberin koyduğu kurallara uymaması; turistin rehberine küfür, hakaret vb. etmesinden dolayı turistin gezi yerinde bırakılması durumunda acantayı durumdan haberdar ederim.	0,758	0,812	0,923	4,16± 1,25
Servis yapmaya uygun olmayan yollarda, turistlerin sıcak servis istemesi durumunda; zarar görebilecekleri gerekçesiyle düz ve geniş bir yola çıkana kadar servis yaptırmam.	0,695	0,858	0,923	4,15± 1,26
Tur sonunda, turistlerin valizlerinin ve tur boyunca satın aldıkları diğer eşyaların karışıp kaybolmaması için eşyalarını alırken dikkatli davranmaları konusunda turistlere uyarılarda bulunurum.	0,647	0,876	0,923	4,21± 1,15
Turistin valizini/eşyasını otelde unutması durumunda, otel ile iletişime geçer; valizin/eşyanın kargo ile turiste ulaştırılmasını sağlarım.	0,726	0,851	0,923	4,27± 1,14
Turistlerin turun başlama ve bitiş noktası dışında evlerine yakın noktalarda tur aracından inmek istemeleri durumunda; yasal gerekçeler nedeniyle acantanın toplama ve indirme durakları dışında tur aracını durduramayacağımı belirtirim.	0,722	0,777	0,924	4,05± 1,25

Turistin gezi sırasında sakatlanması; arı, böcek, yılan vb. sokması; kalp krizi geçirmesi veya turiste araç çarpması durumunda 112'yi arar; turistin en yakın hastaneye ulaşımını sağlayıp durumuyla ilgili acentayı bilgilendiririm.	0,514	0,797	0,924	4,42± 0,93
Turistlerin toplanma yerinden alınmaması durumunda turistlerle iletişime geçerek taksi ücretini Acenta adına ödeyeceğimi söylerim ve turistlerin taksi ile araca yetişmelerini sağlarım.	0,693	0,661	0,924	3,80± 1,40
Olağan dışı durumlar nedeniyle tur programının tam uygulanamaması durumunda gezilemeyen yerlerin yerine tur güzergâhı üzerinde uygun yeni yerleri gezi programına eklerim.	0,687	0,739	0,924	4,03± 1,21
Rezervasyonla ilgili sorunların önüne geçebilmek için otel ile rezervasyon teyidi yapar; otel girişinde hızlı bir biçimde gerekli bilgilendirmeleri (minibarın ücretli olduğu, restoranın yeri, kahvaltı saati vb.) yaparak turistleri odalarına yönlendiririm.	0,706	0,856	0,923	4,28± 1,13
Check-in yapıldıktan sonra otel odalarının hazır olmamasından dolayı uzun bir süre beklenilmesi gereken durumlarda, turistleri lobiye yönlendiririm ve oda hazırlanırken turistlere ikramda bulunulmasını sağlarım.	0,796	0,865	0,923	4,14± 1,20
Otel odasındaki donanımların (klima, kalorifer, telefon, fön, priz vb.) çalışmaması ve malzemelerin (terlik, sabun vb.) eksik olması durumunda resepsiyondan donanımlardaki arızanın ve eksikliklerin giderilmesini sağlarım; arıza giderilemiyorsa oda değişikliği yaptırım.	0,733	0,831	0,923	4,33± 1,03
Turistlerin uyandırma saati ile ilgili çıkabilecek krizleri engellemek için uyandırma saatinden önce uyanıp resepsiyona grubun uyandırma saati ile ilgili hatırlatma yaparım.	0,692	0,721	0,924	3,86± 1,45
Restoranlarda alınacak yemeklerde zaman kaybı yaşamamak için önceden rezervasyon yaptırım; gruptaki turist sayısına göre masa ayırtırım.	0,663	0,826	0,923	4,30± 1,12
Turistlerin yemek konusunda sağlık sorunları yaşamamaları için farklı bir bölgede alınacak yerel/yöresel yemeklerin içerikleri hakkında turistlere detaylı bilgi veririm ve uyarılarda bulunurum.	0,684	0,819	0,923	4,21± 1,04
Tur Esnası Alt Boyutu				4,19±0, 96

Ölçek genelinde en düşük ortalamaya ($\bar{x}=3,80$) sahip olan maddenin ise “*turistlerin toplanma yerinden alınmaması durumunda turistlerle iletişime geçerek taksi ücretini acenta adına ödeyeceğimi söylerim ve turistlerin taksi ile araca yetişmelerini sağlarım*” seçenekleriyle katılımcılara yöneltildiği; bu madde için katılımcıların %21,0’i “hiç” ve “az” seçenekleriyle olumsuz, %64,8’i “çok” ve “tam” seçenekleriyle olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir. Ölçekteki en olumsuz ($\bar{x}=3,86$) diğer madde ise “*turistlerin uyandırma saati ile ilgili çıkabilecek krizleri engellemek için uyandırma saatinden önce uyanıp*

resepsiyona grubun uyandırma saati ile ilgili hatırlatma yaparım” maddesi için katılımcıların %20,0’si “hiç” ve “az” seçenekleriyle olumsuz, %66,0’sı “çok” ve “tam” seçenekleriyle olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir.

Tablo 5. Kriz Yönetimi Davranışı Ölçeğinin (KYDÖ) Tur Sonrası Alt Boyutuna İlişkin Geçerlik, Güvenilirlik Analizi ve Bazı Tanıtıcı İstatistikler

Tur Sonrası Alt Boyutuna İlişkin Maddeler	Faktör Yüklü	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach's Ortalama	$\times \pm$ SS
Tur sonunda acenta yetkilisine, tur süresince turistlerle yaşanan olumsuz durumlar ile ilgili önemli olayları sonraki turlarda ortaya çıkabilecek krizlerin önüne geçmek için detaylarıyla anlatırım.	0,816	0,709	0,924	4,34± 1,06
Tur sırasında turistlerle ile yaşanan herhangi bir sorundan dolayı tur bitiminde tarafıma herhangi bir saldırı/sataşma olması durumunda; kişilere karşı herhangi bir hamlede bulunmadan yaşanan olayı doğrudan yetkililere (polise ve/veya acentaya) bildiririm.	0,797	0,632	0,924	4,21± 1,13
Tur bitiminde, turistlerin aceleci davranarak başka turistlerin eşyasını alması durumunda; öncelikle eşyaları karışan turistleri sakinleştirerek turistlerle iletişimde kalıp eşyalarının bulunmasına yardımcı olurum.	0,759	0,795	0,924	4,23± 1,14
Tur bitiminde turistlerin aceleci davranarak araçta eşyalarını unutması durumunda; koltuk numarasından turisti tespit edip, telefonla bilgilendirir, unutulmuş eşyaları turiste verilmek üzere acenta yetkilisine teslim ederim.	0,751	0,751	0,924	4,33± 1,02
Tur sonunda transfer araçlarının transfer saatinde buluşma yerinde hazır olmaması durumunda, durumu açıklamak için misafirlere; geçerli nedenler (trafik, plan dışı arıza vb. gibi) sunar, turistleri sakinleştirmeye çalışırım.	0,768	0,804	0,923	4,24± 1,14
Tur Sonrası Alt Boyutu				4,27± 0,99

Turist rehberlerinin tur sonrası kriz yönetimi davranış düzeylerine ilişkin genel ortalama değer $\bar{x}=4,27$ olarak hesaplanmıştır. Tur sonrası kriz yönetimi davranışı ölçeğindeki maddeler incelendiğinde, “tur sonunda acenta yetkilisine, tur süresince turistlerle yaşanan olumsuz durumlar ile ilgili önemli olayları sonraki turlarda ortaya çıkabilecek krizlerin önüne geçmek için detaylarıyla anlatırım” maddesinin en yüksek ortalamaya ($\bar{x}=4,34$) sahip olduğu belirlenmiştir. Bu madde için katılımcıların %9,5’inin “hiç” ve “az” seçenekleriyle olumsuz, %83,7’sinin ise “çok” ve “tam” seçenekleriyle olumlu cevap verdikleri belirlenmiştir. Ölçek genelinde en düşük ortalamaya ($\bar{x}=4,21$) sahip maddenin ise “tur sırasında turistlerle ile yaşanan herhangi bir sorundan dolayı tur bitiminde tarafıma herhangi bir saldırı/sataşma olması durumunda; kişilere karşı herhangi bir hamlede bulunmadan yaşanan olayı doğrudan yetkililere (polise

ve/veya acentaya) bildiririm" maddesi için katılımcıların %10,9'unun "hiç" ve "az" seçenekleriyle olumsuz, %78,9'unun "çok" ve "tam" seçenekleriyle olumlu görüş bildirdikleri görülmektedir.

Bu çalışmada, kriz yönetimine yönelik turist rehberlerinin genel kriz yönetimi davranışını belirlemek için 3 boyut ve 38 maddeden oluşan özel bir ölçek (KYDÖ) geliştirilmiştir. Bu ölçekte yer alan 38 madde, tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası olarak tasarlanmıştır. Tur öncesi kriz yönetimi, rehberin turist ile ilk temas kurduğu ancak henüz tur aracının harekete geçmediği; acenta ile rehber arasında sözleşme, konaklama ve oturma planı, ulaştırma aracının turun hareket yerinde ve saatinde olmadığı vb. gibi konularda yaşadığı sorunları ölçen maddelerden oluşmaktadır. Tur esnası kriz yönetimi, tur aracının turun hareket yerinden ayrılması ile ortaya çıkan krizlere ilişkin maddelerden oluşur. Tur sonrası kriz yönetimi ise, tur aracının hareket noktasına dönerek turistleri aldığı noktada bırakması sürecinde ve sonrasında tur aracında unutulmuş eşyalar, tur sonunda rehber-turist arasında yaşanan olumsuz olaylar ve tur ile ilgili geri bildirimlerin acenta yetkilileriyle istişare edildiği vb. maddelerden oluşur. Faktör analizi sonuçlarına göre, üç boyutta yer alan 38 madde, çalışmadaki toplam varyansın üçte ikisinden fazlasını açıklamıştır. Faktör analizi, Cronbach's Alpha ve madde-toplam korelasyonu sonuçları KYDÖ'nün geçerliliğini ve güvenilirliğini doğrulamıştır.

Turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeği, hem boyut hem de genel olarak likert ölçeğinin ortalama ve standart sapma değerleri ile tanımlanmıştır. Tur sonrası kriz yönetimi en yüksek ortalamaya sahip boyuttur. Tur esnasında ortaya çıkan ve bu süreçte krizlerin çözül(m)emesinden dolayı (satın alınan eşyaların unutulması, turist taleplerinin yerine getirilmemesi vb.) böyle bir sonucun ortaya çıktığı ifade edilebilir. Turist rehberleri genel olarak serbest çalışan kişiler oldukları için turun tamamlanmasıyla birlikte sorumlulukları da bitmektedir. Ancak, tur sonunda araçtan ayrılmadan önce unutulmuş valiz, hediyelik eşya vb. şeylerin turist rehberi tarafından teslim alınması ve acenta yetkilisine teslim edilmesi gerekmektedir.

Eşyaların tur aracında unutulmasının önüne geçilebilmesi için turist rehberinin varış noktasına gelmeden önce veda konuşması sırasında tur aracının içindeki üst rafların, koltuk ceplerinin kontrol edilmesi, araçtan indikten sonra eşyaların sakın ve dikkatli bir biçimde alınması hatta mümkünse eşyaların muavin tarafından turistlere tek tek gösterilere teslim edilmesi vb. gibi hatırlatmaları turistlere yapması önemlidir. Ayrıca rehberin tur aracında, tur sonunda unutulmuş bir şey olup olmadığını kontrol etmesi gerekir. Bununla birlikte, eğer unutulmuş bir eşya, valiz vs. var ise turist rehberi unutulmuş eşyaları bulduğu koltuk numarasından turisti tespit ederek turist ile iletişime geçip unutulmuş eşyaları acentadan teslim alması konusunda yönlendirmeler yapabilir. Turist rehberi, turunu bitirdikten hemen sonra başka bir tura katılabilir. Bu durumda turistlerin varış noktasına sağ salim ulaştırılmasıyla rehberin görevi sonlanmış olur. Birçok kriz durumu ve zaman darlığına rağmen turist rehberlerinin tur sonrası kriz yönetimi boyutunun en yüksek ortalamaya sahip olması turist ile rehber arasında tur esnasında kurulan etkili ve doğru iletişim ile açıklanabilir. Dolayısıyla bu durum hem

tur esnası hem de tur sonrasında turist rehberleri tarafından doğru bir şekilde yönetildiğini göstermektedir.

Tur esnası kriz yönetimi en yüksek 2. ortalamaya sahip alt boyut olarak belirlenmiştir. Tur öncesi ve tur sonrasında göre turist rehberlerinin turistlerle en fazla vakit geçirdikleri süre tur esnasıdır. Bu süre, kimi zaman 1 gün, 2 gün veya 1 haftalık turlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, haftalık turlarda tur programlarının da içeriğine bağlı olarak birçok planlama ve organizasyon yapılması gerekmektedir. Bu nedenle rehberlerin bir kriz durumuyla karşılaşma ihtimali artmaktadır. Güçlütürk Baran'ın (2019) çalışmasının sonucu ile bu araştırmanın sonucunun benzerlik gösterdiği söylenebilir. Güçlütürk Baran, turist rehberlerinin sorun çözme odaklılıklarını (kriz yönetimi) bir boyut altında incelemiştir. Araştırmada *“tur esnasında mesleğe yeni başlamış bir rehberin ilk defa yönettiği yürüyüş turunda yolu kaybettiğini, ortaya çıkan bu kriz durumunu turistlere fark ettirmeden fotoğraf çekmeleri için boş zaman verip bu sırada ana yolu bulduğunu; bunun dışında mesleğe yeni başlamış bir başka rehberin Çanakkale turunda, şoför ile tur liderinin tartışmasından dolayı kriz yaşandığını ve şoförün turistleri bir tesiste bırakıp gitmesiyle krizin daha büyük bir boyuta ulaştığını”* ifade etmiştir. Yaşanan krizin 18 Mart haftasında bölgede oluşan yoğunluğun fazla olduğu bir döneme gelmesinden dolayı rehber büyük bir kaosun içinde kaldığını ve krizin daha büyük bir felakete dönüşmemesini feribotu önceden ayarlamasına ve turistleri otele ulaştırmasına borçlu olduğunu belirtmiştir.

Bir başka turda turist rehberi, Efes antik kentine grupla girmeyen birkaç alkollü turist tur sırasında kaybolduğunu ve antik kent kalabalık olunca turistlerin grupta olmadığını fark edemediğini; tur akışını bozdukları için de turistleri gruptan attığını ve taksile otellerine geri gönderdiğini aktarmıştır. Karamustafa & Çeşmeci (2006) tur esnasında rehberlerin en sık yaşadıkları krizlerin sürücülerle olan sorunlardan (sürücülerin tur güzergâhını bilmemesi, sürücülerin turistlere yönelik uygunsuz tutum ve davranışlar sergilemeleri) kaynaklandığını belirtmiştir. Bu bilgi tur esnasında turist rehberlerinin kriz yönetimlerinin yüksek düzeyde olması gerektiğine işaret etmektedir.

Yetgin & Yolal (2018) tur esnasında pasaportun kaybolması, hırsızlık vakalarının meydana gelmesi, hastalık, zehirlenme veya kaza sonucu yaralanma ve tur sırasında ölüm olaylarının yaşanması gibi kriz durumlarında kolluk kuvvetlerine (polis, jandarma vb.) haber verilmesi, tutanak tutulması ve seyahat acentasına bilgi verilmesi gerekliliğinin öneminden bahsetmiştir. Bunların dışında bir Doğu Karadeniz tur programında yaylalara çıkmak için minibüs organize etme, Batum için Sarp sınır geçişinde sınır prosedürlerini tamamlama ve yine Batum gezisi için Batum'da araç organize etme, yaylalarda konaklama yapma ve bu konaklamalar esnasında rahatsızlanma, böcek, yılan, arı sokması vb., yaralanma, temiz havanın çarpması, içilen suyun rahatsızlığa neden olması; zamanlamanın doğru yapılmaması, otele varış ve otelden ayrılışların doğru planlanmaması, uyandırmanın ve sabah kahvaltı hazırlıklarının kontrol edilmemesi, gezilmesi planlanan müzelerin açık olup olmadığının önceden kontrol edilmemesi vb. durumlar krizlere davetiye

çıkarmaktadır. Dolayısıyla turist rehberleri planlama ve organize etme dışında tur esnasında birçok farklı krizle karşılaşarak aslında kriz yönetimini de öğrenmektedirler. Örneğin, yayla konaklaması esnasında bir turist rahatsızlanması turist rehberi için bir kriz durumudur. Böyle bir kriz durumunda turist rehberi resepsiyon görevlisiyle iletişime geçmeli ve (varsa) otele ait özel araçla en yakın hastaneye turisti götürmeli ve turist sağlık durumuna göre acentaya bilgi vermelidir. Eğer, kısa süreli bir sağlık sorunuysa rehber turistle birlikte hastanede beklemeli ve hastane işlemlerini turist adına yürütmeli, turist taburcu edilmesiyle tekrar konaklama işletmesine dönüş transferi gerçekleştirilmelidir. Bu ve buna benzer birçok olay her turda meydana gelmesi muhtemel krizlerdir. Dolayısıyla turist rehberleri sektörde mesleklerini icra ettikleri sıklıkta kriz durumuyla karşılaşacakları için her bir kriz durumu için öğrenen bireyler olarak kendilerine krizlerden çıkarımlar yapacaklardır. Sadece turist rehberinin kendisinin yaşadığı kriz durumları değil aynı zamanda meslektaşlarının farklı zamanlarda yaşadığı krizlerden de dersler çıkartarak aynı durumla kendisi karşılaşsa nasıl bir kriz yönetimi davranışı sergileyeceğine dair çıkarımlarda bulunabilmelidir. Bu nedenle turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarının iyi düzeyde olması şaşırtıcı değildir. Güçlütürk Baran'ın (2019), mesleğe yeni başlamış turist rehberlerinin tur esnası krizleri yönetirken içgüdüsel davrandıklarını belirtmesi hem bu araştırmanın sonucunu desteklemesi hem de kriz yönetimi davranışı ölçeğinin geliştirilmesinin turist rehberliği mesleği açısından önemine vurgu yapmaktadır.

Turist rehberlerinin tur öncesi kriz yönetimi 3. en yüksek ortalamaya sahip alt boyut olmuştur. Turist rehberleri acentalar ile sözleşmelerini yaptıkları zamana göre turlara çıkmaktadırlar. Yoğun olan dönemlerde acentalar turist rehberleri ile tur tarihinden 3 ay öncesine kadar sözleşme yapıp kendisini garanti altına alırken kimi acentalar turun başlangıcından 1 veya 2 gün öncesinde ancak rehber ile sözleşme imzalamaktadır. Dolayısıyla bu durum rehber için olmasa da acentalar için büyük bir kriz durumu olarak değerlendirilebilir.

Seyahat acentaları, uzun zaman önce turist rehberleri ile yaptıkları sözleşmeye bağlı olarak tur katılımcılarına sözleşme yaptıkları rehberin iletişim bilgilerini göndermektedir. Böylelikle acentalar, turla ilgili tüm planlamaları tamamladıkları imajı yaratırken aynı zamanda turistlerin gidilecek gezi güzergâhına dair bilgi almak istedikleri konularda doğrudan bölgenin uzmanı olan rehberlerle iletişime geçmelerini sağlamaktadır. Böylelikle acentalar iş yüklerinin bir kısmını rehberlere yüklerken aynı zamanda bu iletişimin kurulması rehber ile turist arasında tur öncesinde iyi ilişkilerin kurulmasına ve geliştirilmesine yardımcı olabilmektedir. Bu bağlamda tur tarihinde ve saatinde buluşma yerine gelen rehber ile turistler daha önce kurmuş oldukları iletişim sayesinde birbirlerine karşı güven geliştirebilmekteler. Dolayısıyla, buluşma zamanında tur aracının gelmemiş olması vb. gibi durumlarda rehber ile turist arasında yaşanabilecek krizler daha ortaya çıkmadan yönetilebilir hale gelmektedir. Çakmak (2018), kriz öncesi sürecin etkinliğini kriz yönetiminin en önemli aşaması olarak ifade etmiştir. Kriz öncesinde yapılacak doğru hamleler ve etkin önlemlerin yani proaktif yaklaşımın krizlerden kurtulmaya olanak sağlayacağı veya

krizlerin vereceği zararı en aza indirebileceğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda örnek verilecek olursa, turist rehberleri tur öncesinde ortaya çıkan bir krizde buluşma noktasının uygunluğuna göre erken gelip beklemek zorunda kalan turistlere seyahat acentasının yaptığı yetki göçermesi ve verdiği imkânlar dâhilinde bir şeyler ikram edebilir, böylelikle turistlerin dikkatini başka yöne çekerek tur öncesi krizleri yönetebilir.

Tur öncesinde en sık yaşanan krizlerden biri de acentanın turu satarken turiste rezerve ettiği koltuklardan kaynaklanmaktadır. Tüm turistler, rehber koltuğu olan 3-4 numaralı koltuklarda yolculuk yapmak istemektedir. Ancak, bu genellikle mümkün olmamaktadır. Özellikle belli bir yaşın üzerinde olan turistler kendilerine tahsis edilen koltuklar olmasına rağmen rahatsızlıklarını bahane ederek rehberden 3-4 numaralı koltukları kendilerine vermelerini istemektedirler. Hatta zaman zaman turistler daha da ileri giderek rehberle muavin koltuğunda seyahat etmesini öğütleyebilmektedir. Bir başka tur öncesi kriz durumu ise, grup halinde tur satın almış turistlerin bir arada oturmak istemesinden kaynaklanmaktadır. Bu gruptaki turistlerin bir kısmı ön tarafta diğer kısmı arka tarafta olacak şekilde koltuk rezervesayonları yapıldığından tur öncesinde durumlarını rehberle bildirmelerine rağmen tur aracının tam kapasite dolu olduğu zamanlarda koltuk değişikliği yapılamayacağı bilgisi verildiğinde kriz ortaya çıkmaktadır. Ayrıca turistler zaman zaman acentanın kendilerine özellikle istedikleri koltukları verdiğini ve bu durumu tur öncesinde rehberle bildirmeleri durumunda rehberin yardımcı olacağını söylemelerinden dolayı tur öncesinde turist ile rehber arasında seyahat acentası kaynaklı krizler de ortaya çıkmaktadır. Özellikle yerli gruplarla çalışan turist rehberleri buna benzer durumları neredeyse her turda deneyimlediklerinden böyle bir kriz meydana geldiğinde alternatifler yaratarak krizleri kolaylıkla yönetebilmektedirler. Dolayısıyla da tur öncesinde turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarının iyi düzeyde olması beklenen bir durum haline gelmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Turist rehberliğinde kriz yönetimi davranışı ölçeğinin (KYDÖ) geliştirilmesi ve bu ölçek ile turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarının ölçülmesi araştırmanın temel amaçları olarak belirlenmiştir. Araştırmada turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarının iyi seviyede olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmanın teorik katkılarının yanı sıra uygulamaya dönük katkıları da mevcuttur. Bu kapsamda çalışmanın pratik katkıları ve alan uzmanlarına yönelik geliştirilen öneriler bir arada sunulmuştur. Kriz yönetimi ile ilgili çalışma yapmak isteyen araştırmacılar krizleri makro düzeyde ele almak yerine kriz yönetimine daha mikro açıdan yaklaşarak konaklama, seyahat acentası, yiyecek içecek işletmeleri ve ulaştırma işletmelerindeki işgörenlerin çalıştıkları departmanlardaki kriz yönetimi davranışları ortaya konabilir. Odak noktasında insanı bulandıran bir sektör olan turizmde her an krizlerle karşılaşma riski olduğu için işgörenlerin kriz yönetimi davranışları ve seviyeleri ortaya konarak durum tespiti yapılabilir. Yapılan durum tespiti olan SWOT analizine göre gerekli

iyileştirmeler (planlamalar, tatbikatlar vb.) yapılabilir ve turizm sektöründe nitelikli işgörenler istihdam edilebilir ve daha kaliteli hizmet anlayışı yaygınlaştırılabilir.

Bu araştırma turist rehberleri özelinde gerçekleştirilmiştir. Turist rehberlerinin kriz yönetimi davranışlarının belirlenmesi ve kriz durumlarını turist rehberlerinin olağan sorunlarından ayırarak net bir sınırının çizilmesi literatürdeki karmaşaya düzen getirmektedir. Turist rehberleri bağlamında yapılan araştırmalarda gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde turist rehberlerinin yaşadıkları/karşılaştıkları sorunlar üzerine çalışmalar yapılmıştır. Meslektaşlar arası sorunlar, eğitimle ilgili sorunlar, işletmelerle yaşanan sorunlar vb. şeklinde oldukça fazla araştırma gerçekleştirilmiştir. Ulusal literatürde Çeşmeci, 2004; Karamustafa & Çeşmeci, 2006 ve Karamustafa & Kılıçhan'ın (2019) yapmış oldukları çalışmada sorunlar ele alınmış ve kısmen de öneriler getirilmişse de bu araştırmalar kriz ve kriz yönetimi açısından ele alınmamıştır. Dolayısıyla da turist rehberlerinin mesleğin doğası gereği tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası yani tur yönetimine ilişkin krizler belirlenerek literatüre katkı sağlanmıştır.

Kriz yönetimi davranışı ölçeği geliştirmek amacıyla Delphi tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda alanın uzmanı olan turist rehberlerinden (Tablo 1) görüşler alınarak ölçek geliştirme çalışması yapılmıştır. Kriz yönetimi alanında çalışma yapmak isteyen araştırmacılar, Delphi tekniği dışında başka bir teknik kullanarak Turist Rehberleri Odaları Birliği'ne (TUREB) bağlı odalar bazında farklı bir araştırma deseniyle (nicel, nitel, karma yöntem vb.) araştırmayı tekrarlayabilir. Bunun yanı sıra kriz yönetimi davranışı ölçeği belirli aralıklarla turist rehberlerine uygulanarak ölçek maddeleri değişen şart ve koşullara göre revize edilebilir. Bunların dışında her bir üye odanın kendi yetki alanı içinde turlarda meydana gelen krizler nicel veya nitel ya da karma yöntemle belirlenebilir. Dolayısıyla, 7 bölgede bulunan 13 rehber odası özelinde krizler tespit edilebilir; böylelikle tüm bölgelerdeki krizlere dair genel bir çerçeve ortaya konabilir. Ayrıca bölgeler arasında krizler kıyaslanarak benzerlikler ve farklılıklar saptanarak daha öz ve sade bir ölçek oluşturulabilir.

Aksu & Deveci (2009) tarafından oluşturulan kriz yönetimi becerileri ölçeği eğitim alanında ilköğretim okulu müdürlerine yönelik olarak kriz öncesi, kriz dönemi ve kriz sonrası olmak üzere üç boyutta 31 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirliğinin de oldukça yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışkan (2020) tarafından geliştirilen "Kriz Yönetimi Ölçeği" sağlık, eğitim ve sanayi sektörlerinden hareketle, tüm sektörlerde faaliyet gösteren işletme/kurumlardaki kriz yönetimi uygulamalarını belirleyebilmek ve ölçebilmek için geliştirilmiştir. Ölçek, üç alt boyut ve 23 maddeden oluşmuştur. Ayrıca, yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Kriz yönetimi ölçeğinin, kriz öncesi, esnası ve sonrasını içeren üç boyutlu yapısı bulunmaktadır. Araştırma kapsamında geliştirilen kriz yönetimi davranışı ölçeği ise doğrudan turizm sektörüne hizmet edecek şekilde farklı bölgelerde eylemli olarak çalışan turist rehberlerinden Delphi tekniği ile toplanan verilerle tur öncesi, tur esnası ve tur sonrası olarak üç boyut ve 38 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin diğer ölçeklerde olduğu gibi yüksek güvenilirliğe sahip olduğu

belirlenmiştir. Dolayısıyla kriz yönetimi ile ilgili var olan ölçeklerin genel olarak üç boyutlu olduğu ve yüksek güvenilirliğe sahip oldukları söylenebilir.

Bu araştırma kapsamında oluşturulan kriz yönetimi davranışı ölçeğindeki maddeler seyahat acentası, konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, ulaştırma işletmeleri ve müşteri (turist) kaynaklı krizlerden oluşmaktadır. Bu araştırmanın bir sınırlılığıdır. Dolayısıyla bu sınırlılık kapsamında incelenemeyen hediyelik eşya satan işletmeler, müze ve ören yerinin kendisi ve çalışanlarından kaynaklanan krizler ile kamu kurum ve kuruluşlarından kaynaklanan krizlere yönelik araştırmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca turizm rehberliği öğrencilerinin öğrenimleri sırasında (turist rehberi adaylarının) kriz yönetimi davranışları bu ölçek kullanılarak araştırılabilir. Böylelikle, öğrencilerin kriz yönetim davranış becerileri saptanıp eğer bu konuda bir eksiklik varsa bölüm müfredatlarına rehberlikte kriz yönetimi dersi eklenerek öğrenciler mezun olana kadar kriz yönetimi becerisi kazandırılabilir. Böylelikle öğrenciler mezun olduklarında, turizm sektörüne ve rehberlik mesleğine daha hazırlıklı başlayabilir. Araştırmacı tarafından geliştirilen bu ölçek farklı bilim alanlarında kriz öncesi, kriz esnası ve kriz sonrası şeklinde kullanılabilir. Ayrıca, geliştirilen bu ölçek farklı dillere çevrilebilir, kriz yönetimi literatüründe kullanımının yaygınlaştırılması sağlanabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.

Destek Bilgisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 20.SOS.BİL.16 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Afyonkocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 18.09.2020 tarih ve 2020/153 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ababneh, A. (2017). Tourist guides and job related problems, analysis and evidence from Jordan. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(2), 200-217.
- Akbulut, O. (2006). *Ege bölgesindeki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunları ve çözüm önerilerine yönelik bir araştırma*. [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=as2oTjW5jfr9IKSvmCdJYnqhrAwjlsx8oiu54ku_T7KfNnQLr6xWHEM86R4EegbA.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (6. Baskı). Sakarya Yayıncılık.

- Arslan, A., & Şimşek, G. (2018). Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları mesleki sorunlar: aydın turist rehberleri örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, (13), 23-49.
- Aşık, M. (2016). Turizm işletmelerinde kriz ve kriz yönetimi: Bodrum bölgesi'ndeki beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik bir araştırma [Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=DPTYuy3wRPq_qvCPSqUB6z0LwgN-V3Ovb9oTIH6CWxtiJQOVIFb8JLG5JesD1SDw.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 117-134.
- Burnett, J. J. (1998). A strategic approach to managing crises. *Public Relations Review*, 24 (4), 475-488. doi:10.1016/s0363-8111(99)80112-x.
- 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.
- Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (1979). *Reliability and validity Assessment* (1st Edition). Sage Publications Inc.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Çakmak, T. F. (2018). *Turizm endüstrisinde kriz yönetimi: Turist rehberleri üzerine bir alan araştırması* [Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=MzP7PYssFqdb3WljlroAkeFRQRN6CrL2g2Gr5ANXxHASiEwfq56cGML9Let5gXQJ>.
- Çalışkan, A. (2020). Kriz yönetimi: Bir ölçek geliştirme çalışması. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 106-120.
- Çeşmeci, N. (2004). *Türkiye'de paket turların yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonu: Yönetmel rollerin tespiti, sorunlar ve çözüm önerileri* [Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=Keh6sQzap4ZTp8dqWPIH1ISZXanE0CQmjBs0bqH1eAs89n0I_cPaDkKRLwfqphWE.
- Çiftçi, G. (2015). *Turizm işletmelerinde kriz yönetimi uygulamalarının örgütsel öğrenme ve işletme performansı açısından ampirik olarak analizi* [Doktora Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=WY5CM7tPNE2z_YM6pBu0t_KMcK3t97Bu1amO-b5vyzVwiEciJBi1pO3XzOOT7jQI.
- Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the delphi method to the use of experts. *Management Science*, 9, 458- 467. <https://doi.org/10.1287/mnsc.9.3.458>.
- Demirdelen Alrawadieh, D. (2021). Kadın turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 1-15. <https://doi.org/10.51525/johti.886963>.
- Diñer, Ö. (1992). *Stratejik yönetim ve işletme politikası* (2. Baskı). Beta Yayıncılık.
- Diñer, Ö. (1998). *Stratejik yönetim ve işletme politikası* (5. Baskı). Beta Yayıncılık.
- Doğruol, D. (2021). 1990 ile 2021 yılları arasında yaşanan krizlerin Türkiye turizm sektörüne etkileri. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 96-109.

- Eser, S., & Şahin, S. (2020). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan güncel sorunlar üzerine bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1344-1355.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(00)00048-0).
- Fink, S. (1986). *Crisis management: Planning for the inevitable*: American Management Association.
- Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry* (2nd Edition). Burlington, MA.
- Güçlütürk Baran, G. (2019). Unutulmaz gezi deneyimleri: Turist rehberlerinden yansımalar. *Journal of Travel and Tourism Research*, 14(14), 1-20.
- Güzel, F. Ö., Türker, A., & Şahin, İ. (2014). Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 173-190.
- Güzel, F., & Köroğlu, Ö. (2015). Turist rehberlerinin mesleklerine yönelik pozitif ve negatif yönlü algılarının içerik analizi yöntemi ile belirlenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(1), 155-174.
- 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*, 6(3), 81-99. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.273>.
- Karamustafa, K., & Kılıçhan, B. (2019). Delphi yöntemi ile profesyonel turist rehberliği mesleğine ilişkin sorunların tespit edilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (4), 1348-1365.
- Karamustafa, K., & Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 70-86.
- Keown-McMullan, C. (1997). Crisis: When does a molehill become a mountain? *Disaster prevention and management: An International Journal*, 6(1), 4-10. <https://doi.org/10.1108/09653569710162406>.
- Kılıç, İ., & Bozkurt, Z. (2020). Assessment of turkish consumer attitudes using an animal welfare attitude scale (AWAS). *Veterinaria México OA*, 7(1). <https://doi.org/10.22201/fmvz.24486760e.2020.1.663>.
- Kibritçioğlu, A. (2001). Türkiye'de ekonomik krizler ve hükümetler, 1969-2001. *Yeni Türkiye Dergisi*, 1, (41),174-182.
- Korkmazürek, H., & Basım, N. (2009). *İş modeli ve kriz yönetimi*. Siyasal Yayınevi.
- Köroğlu, Ö., Ulusoy Yıldırım, H., & Kılıç, A. (2020). Kadın turist rehberlerinin mesleki sorunlarının belirlenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 26-40. <https://doi.org/10.20875/makusobed.586054>.
- Maltby, J., Day, L., & Macaskill, A. (2017). *Personality, individual differences and intelligence* (4th Edition). Pearson.

- Oxforddictionary. (2025). Oxforddictionary.com.
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/crisis_1?q=crisis
adresinden 20 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.
- Örnek, A. Ş., & Aydın, Ş. (2008). *Kriz ve stres yönetimi* (2. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Özdamar, K. (2002). *Modern bilimsel araştırma yöntemleri* (4. Baskı). Kaan Kitabevi.
- Özhasar, Y. (2021). Turizm alanında yazılmış kriz ve kriz yönetimi konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 295-305.
- Özkan, B. İ. (2022). Van ilinde yaşayan profesyonel turist rehberlerinin meslek sorunları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (57), 1 - 18.
- Paraskevas, A. (2006). Crisis management or crisis response system?, *Management Decision*, 44(7), 892-907. <https://doi.org/10.1108/00251740610680587>.
- Paraskevas, A., & Altınay, L. (2013). Signal detection as the first line of defence in tourism crisis management. *Tourism Management*, 34, 158-171. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.04.007>.
- Park, S. (2016). *Development and Validation of a Crisis Self-Efficacy Scale*. [PhD Dissertation, University of Tennessee]. https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/366.
- Pauchant, T. C., & Douville, R. (1993). Recent research in crisis management: a study of 24 authors' publications from 1986 to 1991. *Industrial & Environmental Crisis Quarterly*, 7(1), 43-66. <https://doi.org/10.1177/108602669300700104>.
- 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>.
- Pforr, C. (2009). *Crisis Management in tourism: A review of the emergent literature*. In *Crisis Management in the Tourism Industry: Beating the odds* (pp. 37-52). Ashgate.
- Prideaux, B., Laws, E., & Faulkner, B. (2003) Events in Indonesia: Exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations. *Tourism Management*, 24, 475-487. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00115-2](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00115-2).
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669-683. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.004>.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). *Cognitive, affective and behavioral components of attitudes*. In M. J. Rosenberg & C. I. Hovland., (Eds), *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* (pp.1-14), Yale University Press.
- Santana, G. (2004). Crisis management and tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4), 299-321. https://doi.org/10.1300/j073v15n04_05.
- Sapriel, C. (2003). Effective crisis management: Tools and best practice for the new millennium. *Journal of Communication Management*, 7(4), 348-355. <https://doi.org/10.1108/13632540310807485>.

- Sarıaltun, P. (2019). Seyahat acentası yöneticilerinin kriz yönetimi uygulamaları üzerine ankara'da bir araştırma. [Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=jNRDC1RLfVd4_T7x7ZXmmUf5D-djwWX8RsZv2ccTQr5kR6HulXvf-z4SEhvAttsc.
- Scott, N., & Laws, E. (2005). Tourism crises and disasters: enhancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2-3), 149–158. doi:10.1300/j073v19n02_12.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for bussiness* (4th Edition). John Wiley High Education Press.
- Sümbüloğlu, V., & Sümbüloğlu, K. (2004). *Sağlık bilimlerinde araştırma yöntemleri* (5. Baskı). Hatiboğlu Basım ve Yayım.
- Tabachnick B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th Edition). Pearson/ Allyn & Bacon.
- Terglav, K., Konečnik Ruzzier, M., & Kaše, R. (2016). Internal branding process: exploring the role of mediators in top management's leadership–commitment relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.12.007>.
- Tuğsal, T. (2016). Kriz dönemlerinde uygulanan insan kaynakları politikalarının örgütsel bağlılıkla ilişkisi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 4(2), 57-69.
- Türk Dil Kurumu. (2025). Türkçe sözlük. <https://sozluk.gov.tr/>. adresinden 20 Haziran 2025 tarihinde alınmıştır.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel araştırma süreci ve Spss ile veri analizi* (5. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist rehberliğinde mesleki etik üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.
- Yılmaz, Ö. D. (2004). Turizm İşletmelerinde Kriz Yönetimi ve Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Krizlere İlişkin Yaklaşımlarına Yönelik Bir Araştırma. [Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=Keh6sQzap4ZTp8dqWPIH1FdzZ0hcA6mz79l29RJ7N_Felj1IsGlxsB_7yR0uNh1m.
- Yetgin, D., & Yolal, M. (2018). *Turist rehberinin tur yönetimi*. S. Eser, S. Şahin & A. C. Çakıcı (Ed.). Turist rehberliği (s. 137-160) içinde. Detay Yayıncılık.
- Zanna, M. P., & Rempel, J. K. (1988) *Attitudes: A new look at an old concept*. In Bar-Tal, D. ve Kruglanski, A. W., Eds., *The Social Psychology of Knowledge* (pp.315-334), Cambridge University Press.
- Zerenler, M. (2004). Kriz dönemlerinde üretim süreci esnekliğinin işletme performansına etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 99-132.
- Zhang, G., Li, F. (Sam), & Guan, J. (2023). Crisis management and the organisational learning of local travel agencies: Lessons learned from the covid-19 pandemic. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 26(2), 360–381. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2247164>.