



TURİST REHBERLİĞİ DERGİSİ

Cilt: 1, Sayı: 1, Haziran–2018

TURED

İÇİNDEKİLER

1. Turist Rehberleri Açısından İş Doyumunun Önemi
2. Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma
3. Turist Rehberlerinin Meslekten Beklentileri
4. Kültür Turlarında Turist Şikâyetleri ve Şikâyet Davranışları
5. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi



JOURNAL OF TOUR GUIDING



Volume: 1, Issue: 1, June–2018

JOTOG

CONTENTS

1. *The Importance of Job Satisfaction in Terms of Tourist Guides*
2. *A Study on Occupational Issues of Tourist Guides*
3. *Career Expectations of Tourist Guides*
4. *Customer Complaints and Complaint Behaviours on Cultural Tours*
5. *Examination of the Curriculum of Faculties Providing Undergraduate Tourism Guidance Education*



	<p>Turist Rehberliği Dergisi (TURED) Cilt:1, Sayı:1, Haziran-2018</p> <p>Journal of Tour Guiding (JOTOG) Volume:1, Issue:1, June-2018</p>	
---	---	---

Baş Editör/Editor-in-Chief

Dr. Elbeyi PELİT

Eş Editörler/Associate Editors:

Dr. Yasin KELEŞ

Arş.Gör. Mehmet BOYRAZ

Editör Yardımcıları/Assistant Editors

Öğr.Gör. Ahmet ÇETİN

Öğr.Gör. Esra KATIRCIOĞLU

Öğr.Gör. Faruk GÖKÇE

Dil Editörleri/Editors-Language

Öğr.Gör. Bircan ERGÜN (İngilizce/English)

Öğr.Gör. Esra KATIRCIOĞLU (İngilizce/English)

Öğr.Gör. Aybeniz MİRİŞLİ (Rusça/Russian)

Öğr.Gör. Hatice ŞEN (Almanca/German)

Dr. Sülün GÜÇER (Fransızca/French)

Fatih DEMİRCİ (Çince/Chinese)

Meriç TOPÇU (Çince/Chinese)

İstatistik Editörü/Editor-Statistics

Dr. İbrahim KILIÇ

Yazı ve Yayın İşleri Sorumluları/Managing and Publishing Board

Dr. Murat BAYRAM

Dr. Nihan YARMACI

Arş.Gör. Ali KABAKULAK

Arş.Gör. Serkan AK

Öğr.Gör. Şerif Ahmet DEMİRDAĞ

Öğr.Gör. Yusuf GÖKÇE

Bilgi İşlem ve Web Sorumlusu/IT (Web) Manager

Arş.Gör. Mehmet BOYRAZ



Yayın/Danışma Kurulu Üyeleri/Editorial-Advisory Board*

Dr. Abdullah TANRISEVDİ

Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Adnan Menderes University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Aijaz A. KHAKİ

University of Kashmir, Department of Travel and Hospitality Management, India

Dr. Alaattin BAŞODA

Selçuk Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Selçuk University, Department of Travel Management and Tour Guiding, Turkey

Dr. Ali ERBAŞ

Uluslararası Turizm Akademisyenleri ve Profesyonelleri Derneği (TİYADER) Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman of the Board of International Tourism and Professionals Association (TIYADER)

Dr. Anukrati SHARMA

University of Kota, Faculty of Commerce and Management, India

Ashish DAHIA

MD University Rohtak Harvana, Institute of Hotel and Management, India

Dr. Beril DÖNMEZ

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

Dr. Canan TANRISEVER

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Kastamonu University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Cihan ÇOBANOĞLU

University of South Florida Sarasota-Manatee (USFSM), USA
University of South Florida Sarasota-Manatee (USFSM), USA

Dr. Doğan GÜRİSOY

Washington State University, School of Hospitality Business Management, USA

Dr. Elbeyi PELİT

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Erdoğan H. EKİZ

King Abdulaziz University, Faculty of Tourism, Travel and Tourism Department, SA

Dr. Esra GÜL YILMAZ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey

Dr. Evren GÜÇER

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Türkiye
Ankara Hacı Bayram Veli University, Department of Recreation Management, Turkey

Dr. Fevzi OKUMUŞ

University of Central Florida, Rosen College of Hospitality Management, USA



- Dr. Gökçe YÜKSEK
Anadolu Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Anadolu University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Gül ERKOL BAYRAM
Sinop Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Sinop University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. İbrahim YILMAZ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Lakhvinder Singh BARTIA
Pt.Chirani Lal Sharma.Govt.PG.College, Tourism Management, India
- Dr. Marica MAZUREK
University of Zilina, Department of Mdiematics and Cultural Heritage, Slovakia
- Dr. Mehmet UMUR
Erciyes Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Erciyes University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Meral DURSUN
Batman Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Batman University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. C. Michael HALL
University of Canterbury, Department of Management, New Zeland
- Dr. Muharrem TUNA
Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER) Yönetim Kurulu Başkanı, Türkiye
Chairman of the Board of Tourism Academicians Association (TUADER), Turkey
- Dr. Naci POLAT
Pamukkale Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Pamukkale University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Necdet HACIOĞLU
Balıkesir Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Balıkesir University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Necibe ŞEN
Erzincan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Erzincan University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Orhan İÇÖZ
Yaşar Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Yaşar University Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Özcan ZORLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey
- Dr. Özgür ÖZER
Necbettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Necmettin Erbakan University, Department of Tour Guiding, Turkey



Dr. Özlem GÜZEL

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

Dr. Özlem KÖROĞLU

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

Dr. Rahman TEMİZKAN

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye
Eskişehir Osmangazi University, Department of Travel Management and Tour Guiding, Turkey

Dr. Seda ŞAHİN

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

Dr. Uğur AKDU

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

Dr. Yalçın ARSLANTÜRK

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

Dr. Yasin KELEŞ

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

Dr. Zafer ÖTER

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

Zeki APALI (TUREB)

Turist Rehberleri Birliği (TUREB) Yönetim Kurulu Başkanı, Türkiye
Association of Tour Guides, Chairman of the Board, Turkey

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

Yazışma Adresi/Correspondence Address:

Turist Rehberliği Dergisi (TURED) - Journal of Tour Guiding (JOTOG)
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
ANS Kampüsü, Afyonkarahisar/Türkiye

e-posta/e-mail: infojotog@gmail.com - elbeyipelit@aku.edu.tr

Web: <http://dergipark.gov.tr/tured>



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



Turist Rehberliği Dergisi (TURED), turist rehberliği alanıyla ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde akademik-bilimsel niteliklere sahip çalışmaları yayınlamaya, turist rehberliği alanının bilgi birikimine ve gelişimine katkıda bulunmaya amaçlayan hakemli bir dergidir.

Turist Rehberliği Dergisi, turist rehberliği ile ilgili çalışmalara odaklanma özelliği ile turizm alanındaki dergiler arasında bir uzmanlaşma yönelimini de başlatmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte dergiye; turist rehberliği ile ilgili olarak turizm politikalarının geliştirilmesi ve turist rehberliği ile doğrudan ve dolaylı ilişkisi olan diğer alanlardan da makale kabul edilmektedir. Bu doğrultuda, Turist Rehberliği Dergisi, turist rehberliği alanındaki eğilimler ve yeni gelişmelere odaklanan ve disiplinlerarası özelliğinden dolayı diğer alanlardaki gelişmelerin, turist rehberliği alanına yönelik güncel ve gelecek etkilerini tartışan çalışmalara da yer vermektedir. Tüm bunlara ek olarak, Turist Rehberliği Dergisi, alanındaki uygulamalı ve kuramsal çalışmalar içinde güncellik kavramını ön plana çıkararak bir yayın politikası izlemeyi hedeflemektedir. Ayrıca dergide, gerekli görülmesi halinde turizm sektörü temsilcilerinin görüşleri ve turist rehberliği ile ilgili inceleme çalışmaları da yayımlanır.

Turist Rehberliği Dergisi'nde yayımlanan/yayımlanacak çalışmaların, bilimsel araştırma ve yayın etiği açısından uygunluğuyla ilgili dergi web sayfasında (<http://dergipark.gov.tr/tured/page/3802>) belirtilen hususların yanı sıra “Yükseköğretim Kurumu Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” (http://www.yok.gov.tr/web/guest/icerik/-/journal_content/56_INSTANCE_rEHF8BIsfYRx/10279/18187) hükümleri ve buna ek olarak yayın etiği etik görev ve sorumluluklarda açık erişim olarak Committee on Publication Ethics (COPE) tarafından ilan edilen ilkeler benimsenmiştir.

Turist Rehberliği Dergisi'ne makale kabul süreci (amaç, kapsam, odak, yazım ve yayım kuralları vb.) ile ilgili tüm ayrıntılar için lütfen dergi web sitesine bakınız. (<http://dergipark.gov.tr/tured>).

Journal of Tour Guiding (JOTOG) is a peer-reviewed journal that aims to contribute to knowledge and development of tour guiding field by publishing studies with academic and scientific qualities in the field of tour guiding.

Journal of Tour Guiding (JOTOG) also aims to initiate a specialization among tourism journals with focusing solely on tour guiding studies. Besides, JOTOG accepts articles on tourism policy developments on tour guiding and other fields which have inter- disciplinary contributions. In this respect, the journal also includes studies on trends in tour guiding and discussions of current and future influences on tour guiding, focusing on new developments and developments in other fields thanks to its interdisciplinary nature. Additionally, JOTOG aims to follow a publishing policy that prioritizes the concept of up-to-date in the field of applied and theoretical studies. Furthermore, the journal also takes reviews of tourism representatives on tour guiding into consideration for publication. Council of Higher Education Scientific Research (YOK) and Publication Ethics Guideline” (http://www.yok.gov.tr/web/guest/icerik/-/journal_content/56_INSTANCE_rEHF8BIsfYRx/10279/18187) is taken into consideration for all other terms and conditions not mentioned in journal web site (<http://dergipark.gov.tr/tured/page/3802>) regarding the appropriateness of the study in terms of scientific research and publication ethics and additionally , principles published as open access by Committee on Publication Ethics (COPE) are adapted by the journal.

Turist Rehberliği Dergisi'nin Yer Aldığı Dizinler-İndexler / Indexing:



Türkiye Turizm Dizini



Bu Sayının Hakemleri / Referees of this Issue*

Sıra No	Unvan-Ad-Soyad Title-Name-Surname	Kurum Institution
1	Dr. Ahmet BAYTOK	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye <i>Afyon Kocatepe University Turkey</i>
2	Dr. Ali AVAN	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye <i>Afyon Kocatepe University, Turkey</i>
3	Dr. Gonca KILIÇ	Afyon Kocatepe Üniversitesi, , Türkiye <i>Afyon Kocatepe University, Turkey</i>
4	Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye <i>Afyon Kocatepe University, Turkey</i>
5	Dr. Murat BAYRAM	Pamukkale Üniversitesi, Türkiye <i>Pamukkale University, Turkey</i>
6	Dr. Nihan YARMACI	Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye <i>Nişantaşı University, Turkey</i>
7	Dr. Özcan ZORLU	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Türkiye <i>Afyon Kocatepe University, Turkey</i>
9	Dr. Uğur AKDU	Gümüşhane Üniversitesi, Türkiye <i>Gümüşhane University, Turkey</i>
10	Dr. Yasin KELEŞ	Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye <i>Ondokuz Mayıs University, Turkey</i>
11	Dr. Yalçın ARSLANTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye <i>Ankara Hacı Bayram Veli University, Turkey</i>

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



İÇİNDEKİLER / CONTENTS*			
Makale Başlığı <i>Paper Title</i>	Yazar(lar) <i>Author(s)</i>	Sayfa <i>Page</i>	Makale Türü <i>Paper Type</i>
Turist Rehberleri Açısından İş Doyumunun Önemi <i>The Importance of Job Satisfaction in Terms of Tourist Guides</i>	Ali KABAKULAK	1-12	Literatür Taraması <i>Literature Review</i>
Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma <i>A Study on Occupational Issues of Tourist Guides</i>	Yasin İLHAN H.Hüseyin SOYBALI	13-23	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Turist Rehberlerinin Meslekten Beklentileri <i>Career Expectations of Tourist Guides</i>	Bünyamin KOÇAK Ali KABAKULAK	24-30	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Kültür Turlarında Turist Şikâyetleri ve Şikâyet Davranışları <i>Customer Complaints And Complaint Behaviours On Cultural Tours</i>	Özcan ZORLU Gözde ERKUŞ	31-40	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>
Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi <i>Examination of the Curriculum of Faculties Providing Undergraduate Tourism Guidance Education</i>	Zeynep İŞÇELİ Gonca KILIÇ	41-56	Araştırma Makalesi <i>Research Paper</i>

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

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



Turist Rehberleri Açısından İş Doyumunun Önemi

The Importance of Job Satisfaction in Terms of Tourist Guides

Arş.Gör. Ali KABAKULAK

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

Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-9256-8557> - alikaakulak@aku.edu.tr

Özet

Amaç ve Önem: Bu çalışmanın amacı, turist rehberleri açısından iş doyumunun öneminin ortaya konularak ilgililere öneriler getirmektir. Turist rehberlerinin elde edeceği iş doyumunu hem kendileri hem de işveren konumundaki acenteler için hem de hizmet verecekleri turistler için önemlidir. Bu nedenle turist rehberlerinin işlerinden elde ettikleri doyumların araştırılması önemli bir konu olarak değerlendirilmektedir.

Yöntem: Bu çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmış ve konuyla ilgili gerçekleştirilmiş çalışmalardan elde edilen bilgiler derlenerek, ilgili çalışmalarda ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda ilgili taraflara öneriler getirilmiştir.

Bulgular: Yapılan literatür taraması kapsamında turist rehberlerinin iş doyum düzeyleri ortaya konularak turist rehberleri açısından iş doyumunun önemi vurgulanmıştır. Söz konusu literatür taramasında incelenen çalışmalarda direkt olarak turist rehberlerinin iş doyumunu ortaya koyacak çalışmaların oldukça sınırlı olduğu gözlenmiş, incelenen çalışmalarda da turist rehberlerinin çeşitli sorunlarından dolayı iş doyum düzeylerinin pek de istedikleri seviyede olmadığı saptanmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda, işveren konumundaki acentelere ve Turist Rehberleri Birliği'ne (TUREB) bu kapsamda öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

Sınırlılıklar: Bu çalışma ağırlıklı olarak turizm ve özellikle turist rehberleri üzerine konuyla ilgili gerçekleştirilmiş çalışma sonuçları ve bunların değerlendirilmesi ile sınırlıdır.

Anahtar Kelimeler: Turist, turist rehberi, iş doyumunu

Makale Türü: Literatür taraması

Abstract

Purpose and Importance: The aim of this study is to make recommendations about the subject of job satisfaction in terms of tourist guides. The job satisfaction of tourist guides is important for both themselves and for the employers' agents as well as for the tourists they serve. For this reason, the search for the satisfaction that the tourist guides get from their work is considered as an important issue.

Methodology: In this study, the literature search method was used and the information obtained from the studies carried out on the topic was compiled and suggestions were made to the related parties according to the results of the related studies

Findings: Within the scope of the literature survey, the level of job satisfaction of tourist guides has been revealed and the importance of job satisfaction has been emphasized in terms of tourist guides. It has been observed that the work to be done by the tourist guides is very limited in the works that are examined in the literature survey and it is found that the tourist guides are not in the level that their job satisfaction level is very desired due to the problems of the tourists. In line with these results, the



Agency and the Tourist Guides Association (TUREB), which are the employers, have tried to make suggestions within this scope.

Limitations: This study is mainly limited to the results of the studies carried out on tourism and especially on tourist guides and their evaluation

Keywords: Tourist, Tourist Guides, Job Satisfaction.

Paper Type: Literature review

Giriş

Hangi faaliyet alanında çalışılırsa çalışılsın hedef ve başarı, çalışan memnuniyetine bağlıdır ve organizasyonel başarı ve büyümeye katkıda bulunur, üretkenliği ve işin kalitesini artırır (Latif et al., 2013). Turist rehberi, turizm sektörünün en önemli temsilcilerinden biri olarak tanımlanmaktadır. Turist rehberleri, birçok karmaşık ve farklı rollere sahiptirler (Rabotic, 2010: 3). Turist rehberlerinin temel sorumluluğu, bilgi aktarımı yaparken turistlere bu bilgi aktarımını eğlenceli bir şekilde ve uygun tarzda yapmaktır (Boyle and Arnott, 2004: 75). Turist rehberleri tur süresi boyunca turistlerle sürekli ve maksimum düzeyde iletişim halindedirler ki bu durum turistlerin memnuniyet seviyelerinin yüksek olmasını sağlamada en önemli unsurlardan biridir (Geva and Goldman 1991: 178).

İş hayatı, insan yaşamının önemli yönlerinden birini oluşturmakta ve insanlar yaşamlarının büyük bir bölümünü bir iş yaparak geçirmektedirler. Eğer yapılan iş, bireyin istediği gibi sonuçlandıysa birey motive olmakta ve doyum elde etmekte, sonuç beklenen düzeyde değil ise birey için iş doyumsuzluğu söz konusu olabilmektedir. Ayrıca işgörenin iş doyumunun yüksek olması, performans artışı ve üretkenlik gibi yönleriyle bireyler açısından yararlar sağlarken; verimlilik artışı, düşük düzeyli personel devir hızı, nitelikli işgörenleri işletmeye çekme gibi yönleriyle de işletmelere büyük katkılar sağlamaktadır (Köroğlu, 2012: 275).

İş doyumunu, bir alt yaşam alanı olarak, bireylerin yaşam doyumlarını doğrudan etkileyen bir kavramdır. İnsanı geliştirme, doyumlu kılma, zenginleştirme çabası, tarih boyunca öncelikli olarak dikkate alınan bir etkinliktir. Bireyin iş ortamında yetenek, beceri, ilişki gibi özelliklerinin geliştirilmesi; onun yaşamını anlamlı ve değerli bulmasında önemli etkindir (Keser, 2005: 78).

Bu çalışmada turist rehberlerinin iş doyumları üzerinde durulmuştur. İş doyumunun turist rehberleri açısından ne kadar önemli olduğu ortaya konarak işverenlerin, turist rehberlerinin işlerinden ne kadar doyum ve müşteri memnuniyeti sağladıkları tespit edilerek turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken karşılaştıkları zorluklar en düşük seviyeye indirilmelidir. Böylelikle turist rehberlerinin işten ayrılma niyetleri azalır, mesleklerine karşı olumlu tutum geliştirmelerine yardımcı olmaktadır. İş doyumunu her sektör çalışanı açısından olduğu gibi emek yoğun sektörün çalışanı olan ve mesai kavramı olmadan çalışan turist rehberleri açısından da önem arz etmektedir. İş doyumunu sağlayan turist rehberi ülkenin tanıtımına, acentenin cirolarının artması, iş verimliliği, işe bağlılık, moral ve motivasyon artışı sağlarken aynı zamanda rehberlerin yaşam doyumlarını ve mesleki tutumlarını artırır; işi bırakma, başka mesleğe yönelme, iş arkadaşlarıyla geçinememe gibi problemlerini de azaltır.



1. Turist Rehberliği

22.06.2012 tarihinde çıkan yasanın 6326'nolu kanununa göre turist rehberi, T.C. vatandaşı, 18 yaşını doldurmuş, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmuş veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olan, Bakanlığın belirlediği Anadolu turunu yapmış, en az bir yabancı dil bilen kişi olarak tanımlanmıştır (TUREB, 2018). Başka bir tanıma göre, ziyaretçilere kendi seçtikleri dilde rehberlik eden ve ilgili makam tarafından verilen ve / veya tanınan çalışma kartına sahip olan ve bir yerin kültürel ve doğal mirasını yorumlayan kişi olarak tanımlanmıştır (WTFGA, 2018).

Turist rehberleri bir ülkenin doğal, tarihi ve kültürel zenginliklerinin tanıtımını yapan kişilerdir ve kritik öneme sahiplerdir. Turist rehberliği mesleği eğlenceli ve kolay yapılabilecek bir meslek olarak algılanmakta, ayrıca dışardan bakıldığında sadece gezmek, eğlenmek, yeni insanlarla tanışmak ve yeni yerler görmek gibi birçok fırsat sunuyormuş gibi görünse de gerçekte birçok zorluğu ve sorumluluğu olan bir meslektir (İrigüler ve Güler, 2016: 114).

Bunların yanı sıra turist rehberlerinin, sadece coğrafya, tarih, mimari, müzeler, alışveriş noktaları, en iyi restoranlar ve eğlence merkezleriyle ilgili bilgelere değil aynı zamanda yol güzergâhı, hız limitleri, otel lokasyonları, trafiğin yoğun olduğu saatler, zaman yönetimi, turistlerin güvenliği, şoförle uyum, güncel bilgiler, genel kültür, ilk yardım, anlatım ve konuşma yeteneği, yorum ve espri yeteneği, dışadönüklük ve konukseverlik, uygun giyim tarzı ve mesleki etik kurallara da uygun hareket etmesi gerekir. Turistler, sadece turist rehberlerinin yorumlama ve bilgilendirme becerilerine ve grup dinamiklerinin yönetilmesi konusundaki uzmanlıklarına dayanan tam bir tatmin edici hizmetin yanı sıra, yüksek kalitede bir hizmet ile birlikte benzersiz deneyimlere sahip olmayı ve çeşitliliği aramayı beklemektedir. Bu nedenle turist rehberleri yüksek kalitede hizmet verebilmek için çeşitli profesyonel ve kişisel özelliklerini değerlendirmelidir. Sağlam bir eğitim, sürekli hazırlık yapma ve gerçek yaşam deneyimleri etkin bir rehber için çok gerekli unsurlardır. Turist rehberinin deneyimi, yaratıcılığı, alt yapısı ve adanmışlığı birbirinden ayrı olduğundan her tur eşsizdir ve doğal olarak kişiseldir (İrigüler ve Güler, 2016: 114).

Turistlerin, kaldıkları veya ziyaret ettikleri yerler genellikle gözlem yapmak ve bilgi edinmek için yeterince uzun olmadığı için, turistlerin, rehberlerin söyledikleri ve anlattıklarına güvenmeleri normaldir. Bu noktada, turist rehberi, destinasyon ile ziyaretçileri arasında arabulucu rolü üstlenmektedir (Brito, 2012: 270-275).

2. İş Doyumu

Vroom'a göre (1964) İş doyumu, işgörenlerin iş yerinde üstlendikleri görevlere karşı duydukları duyguların yönlendirilmesidir. İş doyumu, çalışan motivasyonu ve daha iyi performansla yönelik teşvik için vazgeçilmez bir unsurdur. Birçok insan, yıllardır iş doyumunu tanımlamaya çalışmıştır (Raziq and Maulabakhsh, 2015: 718).

Birçok araştırmacı tarafından iş doyumunun tanımı farklı şekillerde yapılmıştır. Batı dillerinde “yeterli” anlamındaki Latince “satis” sözcüğünden gelen doyum ya da tatmin kavramı (Özaydın ve Özdemir, 2014: 253), sözlük anlamı itibarıyla Türk Dil Kurumu'nca (TDK, 2018), “istenen bir şeyin gerçekleşmesini sağlama, gönül doygunluğuna erme, doyum” olarak tanımlanmıştır. İş tatmini denince, işten elde edilen maddi çıkarlar, çalışanın beraberce çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ve eser meydana getirmenin sağladığı mutluluk akla gelmektedir (Eren, 2004: 202). İş doyumu, bireyin işini ve işin şartlarını



değerlendirmesidir (Sinha ve Shukla, 2013: 33). Locke, iş doyumuyla ilgili en kapsamlı tanımını yapmıştır ve iş doyumunu, kişinin işinden ya da işinden edindiği deneyimlerden duyduğu haz, işine karşı olumlu duygular göstermesi olarak tanımlamıştır (Luthans, 2010: 142).

İş doyumunu, basit bir ifadeyle bir işgörenin işi ile ne kadar mutlu olduğunun göstergesidir (Vieira, 2005: 39). İş doyumunu, işgörenlerin işlerinden duydukları hoşnutsuzluk ya da hoşnutsuzluktur. İşe karşı duyulan hoşnutsuzluk iş doyumunu, işe karşı duyulan hoşnutsuzluk ise iş doyumunsuzluğunu göstermektedir (Özdemir, 2006: 70). İş doyumunu işin özellikleriyle (özerklik, iş çeşitliliği, iş tanımı, geri bildirim, arkadaşlık ilişkileri) işgörenlerin istekleri birbirine uyduğu zaman gerçekleşmektedir (Ghiselli vd. 2001: 29).

İş doyumunu ayrıca örgütlerin etkinliğinin artmasındaki en önemli faktörlerden biri olarak görülebilir. Ortaya atılan yeni yönetim paradigmasında insana insan gibi muamele edilmesi gerektiği ve işgörenlerin istek, arzu ve ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulmasının iş doyumunun önemi açısından en iyi göstergelerden biri olduğu ifade edilebilir. İş doyumunu kavramı analiz edildiğinde memnun işgörenin mutlu bir çalışan olduğu ve mutlu bir çalışanın başarılı bir çalışan olduğu mantığı ortaya çıkmaktadır (Aziri, 2011: 77-78).

İş doyumunu kavramının önemi, iş doyumunsuzluğuna neden olan çalışılan örgüte sadakatsizlik, işten ayrılma ve aksiliklerin artması gibi olumsuzluklar ortaya çıktığında anlaşılır. Spector (1997) iş doyumunun üç önemli özelliği olduğunu ifade etmiştir. Birincisi, işverenler, işgörelere adaletli ve saygılı davranmalıdır. Bu gibi durumlarda iş doyumunu çalışanların etkinliğinin değerlendirilmesi açısından iyi bir gösterge olabilir. Yüksek seviyede iş doyumuna sahip olma işgörenin duygusal ve fiziksel olarak iyi olduğunu gösterir. İkincisi, işgörenin davranışları sahip olduğu iş doyumuna bağlı olarak, işletmenin etkinliğine ve aktivitelerine etki etmektedir. Bu ifadeden anlaşılacağı üzere, iş doyumunu işgörenlerin olumlu davranışlar sergilemesini sağlarken tam tersi durumda işgörenlerin sahip olduğu iş doyumunsuzluğu olumsuz davranışlar sergilemelerine neden olabilmektedir. Üçüncü ve son olarak, iş doyumunu örgütsel faaliyetlerin göstergesi olarak hizmet edebilir. İş doyumunun değerlendirilmesi yoluyla, farklı organizasyon birimlerindeki farklı memnuniyet seviyeleri tanımlanabilir, ancak performansın artırılması için hangi örgütsel birim değişikliklerinin yapılması gerektiği konusunda iyi bir gösterge olabilir. Fred Luthans'a göre ise iş doyumunun üç önemli yönü vardır (Sevimli ve İşcan, 2005: 56):

- İş doyumunu, duygusal yönü ağır basan bir kavramdır. Çünkü görülemez ve sadece hissedilebilir.

- İş doyumunu, genellikle çıktılarının beklentileri ne derece karşıladığı ile ifade edilebilir.

- İş doyumunu, birbiriyle ilgili birçok tutumu da beraberinde getirir. Bunlar genellikle iş, ücret, terfi olanakları yönetim tarzı, çalışma arkadaşları vb. tutumlardır.

3. Turist Rehberliği ve İş Doyumunun Önemi

Turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Bu sektördeki turizm işletmelerinde kaliteli hizmet üretip sunmak için iş doyumunu stratejik bir öneme sahiptir. Kaliteli hizmet sunmanın temel yolu ise, becerikli ve işine kendini yoğunlaştırmış, performansı ve iş doyumunu yüksek işgörenlerin varlığından geçmektedir. İş doyumunu, turizm sektörünün önemli unsurlarından biri olan Turist rehberleri açısından büyük bir öneme sahiptir. Çünkü zaman kavramı olmadan yoğun iş temposunda çalışan turist rehberleri, farklı müşterilere hizmet vermektedir. Bu nedenle Turist rehberlerinin, işinden doyum elde edememesinden ve bunun sonucunda verimli çalışamayacağından dolayı müşteri memnuniyeti sağlaması mümkün



olmayabilir Turist rehberlerinin hizmet kalitesinin yükselmesinde iş doyumunun sağlanması oldukça önemli yer tutmaktadır (Köroğlu, 2012: 278).

Turist rehberi, turizm sektöründe arabulucu olarak, ziyaret edilecek yer, seyahat acentesi ve turist arasında köprü görevi gören kişidir. Turizm sektörünün vazgeçilmez unsurlarından biri olan turist rehberi, turizm sektöründe önemli görevler ve sorumluluklar üstlenir.

Turist rehberinin tutum ve davranışları, seyahat acentesinin hizmet kalitesini doğrudan etkiler. Turist rehberi, işin etkili oluşu ve kalitesini, müşterilerin memnuniyetini ve seyahat acentesinin imajını ve ününü etkiler. Turist rehberinin iş doyumunu sağlanması, turizm sektöründe hem müşterilerin memnuniyeti hem de seyahat acenteleri üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir (Wang, 2017: 1319). Turist rehberleri zaman zaman farklı nedenlerden dolayı iş doyumunu yaşamamaktadır. Bunlar incelendiğinde doyumun düşmesine sebep olan birçok faktör bulunmaktadır. Özellikle turist rehberlerinin mesleklerinde karşılaştığı zorluklar turist rehberlerinin iş doyumunu düşürmektedir. Mesleki sorun ve engeller açısından bakıldığında, acentelerin Bakanlığın belirlemiş olduğu taban ücretleri ödememesi veya ödemelerin geciktirilmesi, bahşiş oranlarının düşüklüğü, taban yevmiye altında çalışan rehberlerin varlığı, rehberlerin acenteler tarafından satış yapmaya zorlanması, çalışma saatlerinin uzunluğu ve düzensizliği, aşırı seyahat etme, özel yaşamın olumsuz etkilenmesi, düzensiz yaşam, sosyal hayatın kısıtlanması, özel günlerde dahi çalışma zorunluluğu, bayanların aile sorumlulukları nedeniyle erkeklere kıyasla daha az tura çıkabildikleri, fiziksel olarak yıpratıcı ve yorucu bir meslek olması, sergilenen fiziksel performansından dolayı sağlık sorunlarının ortaya çıkması, duygusal emeğin yoğun olması, mesleğin mevsimsellik özelliği göstermesi ve dolayısıyla iş güvencesinde sorun yaşanması, turların sürekliliğinin olmaması, rehberliğin meslek olarak görülmemesi, cinsiyet ayrımının yapılması gibi negatif mesleki algılamaların ortaya çıktığı görülmektedir (Güzel, Türker ve Şahin, 2014: 177). Bu faktörlerden dolayı turist rehberleri iş doyumunu yaşamamaktadır.

Diğer nedenler açısından bakıldığında çağın hastalığı olan stresten dolayı turist rehberleri yine iş doyumunu yaşamamaktadır. Stres, kelime anlamı olarak “kuvvetli çaba” anlamına gelmektedir. İngilizce kökenli bir kelime olan stres kavramı, bir çeşit zorlayıcı güç kullanma ve buna bağlı olarak fizyolojik ve psikolojik etki anlamına gelmektedir (Güzel, Altıntaş ve Şahin, 2017: 198). Strese neden olan stres kaynakları bulunmaktadır. Bunlar: çevresel, kişisel ve örgütsel (iş ortamıyla ilgili) faktörlerdir (Köroğlu, 2011: 235-239). Çevresel faktörler, ölüm, duygu patlamaları, ayrılık ve başarısızlık gibi durumlarda ortaya çıkan faktörlerdir. Bireysel faktörler, ailesel problemler, maddi sıkıntılar, alkol, sigara, uyuşturucu kullanımı gibi faktörlerdir. İş ile ilgili (örgütsel) faktörler ise, yaptıkları mesleğe ilişkin yükümlülük ve sorumluluklar, işin içeriği ve kapsamı bu faktörler arasında değerlendirilebilir (Güzel, Altıntaş ve Şahin, 2017: 199-200).

Yukarıda ifade edilen sebeplerden dolayı turist rehberleri iş doyumunu yaşamamaları, tatminsizliği yaşamamaları, olumsuz mesleki tutuma sahip olabilmekte, motivasyon eksikliği ve işten ayrılma gibi durumlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Turist rehberlerinin yüksek iş doyumuna sahip olabilmeleri için rehberlerin mesleklerini icra ederken karşılaştığı sıkıntı ve sorunların en aza indirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin yukarıda ifade edilen sorunlarının ortadan kaldırılması ya da en düşük seviyeye indirilmesi önem taşımaktadır. Çünkü iş doyumunu mikro ve makro açıdan incelendiğinde hem işverenlere hem de işgörelere sağladığı faydalar bulunmaktadır. İş doyumunun sağladığı faydalar tabloda gösterilmiştir.



İş doyumunun faydaları mikro açıdan incelendiğinde işletmeler sahip oldukları imkânları etkin bir şekilde kullandığında diğer rakipleriyle rekabet etme gücü artar. İşletmelerin sektörde uzun süre kalıcı olabilmesi sadece sahip olunan kaynakların verimli kullanılmasıyla sağlanmaz. Kaynakları verimli bir şekilde kullanacak, acentenin koymuş olduğu kurallara bağlı, inisiyatif kullanabilen, işletmeye sadık, işletme çıkarlarını kendi çıkarlarının üstünde görebilen işgörelere ihtiyaç vardır. İşine bağlı çalışanlar, verimliliği arttırabilir, beraber çalıştığı iş arkadaşlarıyla uyumlu çalışabilir, işletmede güven ve huzur ortamı oluşturabilirler, kalite artar, karlılık artar, maliyet azalır. Bu durum turist rehberleri içinde aynıdır. Acente elinde olan imkânları ve kaynakları verimli kullanabilmesi için turist rehberleriyle birlikte hareket etmesi gereklidir. Tur programı hazırlanırken güzergâh bilgisi, mola yerleri, gezilecek yerler vb. gibi konularda sahada aktif olarak çalışan rehberlerle iletişim halinde olunması ve rehberlerin bilgi ve tecrübesinden faydalanılması gereklidir. Acente, aynı zamanda turist rehberlerine en az taban yevmiye verme, turist rehberlerine yetki devri yapma, turistlerin karşılaştığı sorunların çözümünde ve turist rehberlerinin herhangi bir konuda kolayca karar almalarında teşvik edici olabilmelidir. Acente tarafından güçlendirilmiş turist rehberi, acentenin haklarını içtenlikle savunabilir, turistlere bilgi aktarırken veya herhangi bir sorun yaşadıklarında elinden geleni yapmaya çalışır. Birlikte çalıştığı arkadaşlarıyla uyumlu çalışabilir ve acentede huzur ortamı oluşur. Böylece turist rehberleri çalıştıkları acenteyi kendi işleri gibi algılar, motivasyon ve performanslarını en üst seviyeye çıkarırlar. Bu durum acentenin karlılığını arttırır, maliyetlerini azaltır, acentede oluşabilecek iş devir hızını düşürür, müşterilerin katıldıkları turlardan zevk almaları acente için müşteri sadakati oluşturur.

Tablo1. İş Doyumunun Mikro ve Makro Açısından Sağladığı Faydalar

Mikro Açısından Faydaları	Makro Açısından Faydaları
<ul style="list-style-type: none">➤ İşletme kaynaklarının etkin kullanılması,➤ Verimliliği artırması,➤ Huzurlu bir çalışma ortamının oluşması,➤ İşgören ve işveren arasında güvene dayalı bir anlayışı hâkim kılması,➤ Faaliyetlerde kalitenin artması,➤ Maliyetleri azaltması ve karlılığı artırması,➤ İşletmeye rekabet avantajı katması.	<ul style="list-style-type: none">➤ İş tatmini dolayısıyla yaşam tatmini yüksek bireylerden oluşan bir toplum meydana gelmesi,➤ İstihdam politikalarının öneminin artması,➤ Toplumda yaşam doyumu yüksek olan insanlar dolayısıyla güven ortamının sağlanması,➤ İşletmelerin karlılığının artması ile devletin vergi gelirlerinin artması

Kaynak: Berry, L.M., (1997)'den akt. Kırıcı Çevik ve Korkmaz, 2014: 128

Rehberlerin iş güvencelerinin sağlanması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi ve ücretlerinin artırılması özellikle ücret doyumsuzluğunun önlenmesi devamsızlık ihtimalini ve işten ayrılma niyetini de azaltması bakımından önem taşımaktadır. Böylece ücret ve iş güvencesi doyumsuzluğunun önlenmesi, rehberlerin aynı acentelerle uzun süreli çalışma ihtimalini de arttıracaktır (Köroğlu, 2012: 287).

Ayrıca kaçak rehberlik mikro açıdan irdelendiğinde nitelikli rehberlerin meslekten ayrılmalarına ve işsizliğe neden olmaktadır. Kaçak çalışan yerli ve yabancı tur liderleri ile tur temsilcileri rehberlik mesleğinin imgesini olumsuzlaştırmaktadır. Kaçak rehberlik sonucunda ücretler düşmekte ve rehberlik mesleği toplum tarafından yanlış algılanmaktadır. Bu durum verimsizliğe ve işgören devir hızının ve maliyetlerin artmasına neden olmaktadır. (Yarcan, 2007: 40).

Turist rehberi açısından bakıldığında ise ciddi bir gelir elde ettiğinden ve mesleklerini icra ederken turistler tarafından takdir edilme, saygınlık görme ve mesleğin tek başına çalışma imkânı vermesi, işe bağlılığı, motivasyonu, performansı, morali, mesleki



tutumu olumlu etkilerken işten ayrılma niyeti ve acente yetkilileri ve iş arkadaşlarıyla çatışma yaşama gibi durumların ortadan kalkmasına ve turist rehberlerinin iş doyumunu sağlamalarına vesile olabilirler. Mesleklerinde doyum sağlayan bireyler aynı zamanda toplumun fertleri olduğundan yaşam doyumunu yüksek bireylerden oluşan toplum meydana getirirler. Refah ve eğitim seviyesi yüksek bireylerin olması güven ortamı yaratabilir. Güven ortamının olması istihdamı arttırırken devletin vergi gelirlerini yükseltir, işsizliği azaltır. Güvenli turistik bölgeler çekim merkezi haline gelir ve ülkelerin milli gelirlerini arttırır, turistik merkezlerdeki konaklama, yeme-içme, ulaştırma, rehberlik hizmetleri gibi hizmetlerin talep görmesini sağlayabilir. Dolayısıyla turizm sektörünün önemli temsilcilerinden olan turist rehberlerinin de gelir ve refah seviyesi, yaşam doyumunu, işe bağlılığı, mesleki tutumu ve iş doyumunu olumlu bir şekilde etkilenir.

İş doyumunun rehberler açısından önemi incelendiğinde iş doyumunun verimlilik, işe bağlılık, yaşam doyumunu ve moral açısından sağladığı faydalara izleyen kısımda kısaca değinilmiştir.

İş Doyumu ve Verimlilik: İş doyumunu ve verimlilik arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. İşinden memnun olan kişilerin çalışma koşulları ve moralleri daha yüksek olmakta ve işlerine olan bağlılıkları çalışanların daha çok verim almalarını ve motivasyonlarının yüksek olmasını sağlamaktadır (Çiftçi, 2014: 30). İşinden ödüllendirme, prim ya da izin gibi ekstra getirileri sağlayan kişilerin iş doyumundan beklentileri artacağı gibi, çalışanların da işlerinden duydukları başarıma hissi ve işlerini kabullenmeleri, hem yöneticilere ve şirketin kar oranlarını artırmasına yardım etmekte hem de çalışanların iş verimliliğinde iş doyumuna ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır (Deveci, 2014: 45).

İş Doyumu ve İşe Bağlılık: İşe bağlılık, işgörenin işini benimseme derecesidir. İş tatmini ile işe ve örgüte bağlılık arasında anlamlı ve aynı yönde bir ilişki vardır. Yüksek iş tatminine sahip olan turist rehberlerinin çalıştığı işletmeyi sahiplendiği, işe bağlılığının arttığı ve isteğe bağlı işgören işgücü devir hızı oranının azaldığı saptanmıştır. İşe bağlılığı yüksek olan bir turist rehberlerini güdülemek, yönetmek ve örgütün amaçları doğrultusuna yönlendirmek daha kolaydır. Buna karşılık, iş tatminsizliği sonucu işe bağlılığı düşük fakat çeşitli nedenlerden dolayı çalışmak zorunda olan turist rehberleri, işletme içinde olumsuz davranışlar ortaya koymaya başlarlar. Bu tür rehberlerde her konuyla ilgili sık şikâyetler, işletme içinde ve dışında işletme hakkında olumsuz eleştiriler, diğer rehberlerin morallerini bozma çabaları, işi yavaşlatma, işe devamsızlık ve sonuçta da işten ayrılma gibi nihai davranışlar gözlemlenebilir (Akıncı, 2002: 8).

İş ve Yaşam Doyumu: Yaşam doyumunu kavramı, bireyin çalışma yaşamı ve çalışma dışı yaşamdaki doyumunu ifade etmektedir. Turist rehberinin iş yaşamında geçirdiği zaman dilimi dikkate alındığında iş doyumunu ile yaşam doyumunu arasında ilişkinin var olması şaşırtıcı değildir. İşten sağlanan doyum ya da işten kazanılan tecrübelerin, turist rehberinin çalışma dışı yaşamını, diğer bir ifade ile yaşamın bütününe olumlu etkilediği sonucu çıkmaktadır. Turist rehberlerinin iş dışı başarılarının da, işteki başarıları üzerine etkisinin de büyük olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan, çalışma yaşamındaki doyumsuzluk, mutsuzluk, hayal kırıklığı ve isteksizlik halleri, turist rehberlerinin genel yaşamına etki ederken; turist rehberlerinin yaşamdan da doyum almamaya başlamasına neden olabilmektedir. Bu durum turist rehberlerinin çevresini, ailesini ve arkadaşlık ilişkilerini de olumsuz etkileyerek, fiziksel ve ruhsal sağlığını bozabilmektedir (Keser, 2005: 81).

İş Doyumu ve Moral: Moral kavramı yapılan değerlendirmelere göre, kişilerin işin gidişatı hakkında verdikleri olumlu ya da olumsuz tepkileri, işin işleyişine göre insanların motivasyon düzeylerinin artması ya da azalmasını ifade eden bir kavramdır. Morali yüksek



olan kişilerin işlerine daha fazla hakim oldukları, moral bozukluğuna uğramış kişilerin ise kendilerini kötü ve bitkin hissettikleri, işlerine odaklanamadıklarını ortaya koymaktadır (Özdemir, 2016: 76).

İyi motive olmuş ve iş doyumuna ulaşmış turist rehberleri daha yüksek morale sahip oldukları için işyerine olan faydaları yüksek olur. Yüksel, çalışanların moral ve motivasyonun yüksek olması çalışanlar ve çalışma düzeninde olumlu etkilerin bazıları şunlardır (Kamiloğlu, 2014: 25):

- Morali iyi olan bir turist rehberi işini daha neşeli ve enerjili yerine getirir.
- Turist rehberleri, çalışmaya daha istekli olur. İşyerinin zor durumlarında, çaba gösterirler.
- Turist rehberleri işyerinin hedefleri doğrultusunda iş birliği isterler.
- Turist rehberleri yöneticilere ve işyerine karşı bağlılık duyarlar
- Motivasyonun yüksek olması, Turist rehberlerinin çalışma arzusunu yükseltir.
- Turist rehberleri, yönetmeliklere, iş kurallarına ve emirlere isteyerek uyarlar ve olumlu bir disiplin kurulur.
- Yüksek moral, işgücü devri ve devamsızlık üzerinde de olumlu etkiler yapar.
- Yüksek moral personel devir hızı ve devamsızlığı azaltır. Dolayısıyla maliyet de azalır.

Yukarıda ifade edilen nedenler göz önünde bulundurularak turist rehberlerinin iş doyumlarını üst seviyelere taşıyacak çalışmaların bir an önce ilgili tüm paydaşlarca yapılması turist rehberleriyle ilişki içinde olan tüm sektör temsilcileri ve çalışanları açısından da fayda sağlayacaktır. Çünkü doyum, enerjik olmayı, performans ve motivasyon artışı, bağlılığı, yaşam doyumunu, işin gerektirdiği ciddiyet ve sorumluluğu arttırırken, iş devir hızını, isteksizliği, işe geç gelme, işe devamsızlık gibi olumsuz durumların ortaya çıkmasını da engellemektedir.

Sonuç ve Öneriler

İş doyumunu, son zamanların en önemli araştırma konularından biridir. Çünkü teknolojik gelişmelerin hızlanması, iletişimin kolaylaşması işveren konumunda bulunanların işletmelerini daha ileriye taşımak, kendileri için işgörenlerin işletmenin çıkarlarını korumalarını sağlamak, işgören sadakati yaratmak, üretimin daha verimli hale gelmesini sağlamaları açısından işverenlerin yanlarında çalışan kişilere değer vermeleri gerekmekte hatta değer verdiklerini göstermeleri gerekmektedir. Böylelikle kendini değerli hisseden işgören işletmenin çıkarlarını her şeyden önce tutup rakipleri karşısında zor duruma düşmemesi için kendi işletmeleri için canla başla çalışacaklardır. Aynı durum turist rehberleri içinde geçerlidir. Turizm sektörü mesai kavramı olmayan bir sektördür. Turist rehberleri de turistlerle çok fazla zaman geçiren ve onlarla yüz yüze iletişim kuran işgörenlerdir. Acente tarafından görevlendirilmiş temsilcilerdir ve aynı zamanda ülkelerin gönüllü büyükelçileridir. Bu nedenle turist rehberlerinin iş doyumlarının pozitif yönde olması önemlidir. Çünkü turistleri bilgilendiren, sağlık ve parasal konularla ilgilenen kişilerdir. Turistlerinde yabancı bir ülkede olmasından dolayı itibar edebileceği tek kişi kendilerine refakat eden turist rehberleridir. Turist rehberlerinin iş doyumlarını ortaya koymak ve arttırmak için çalışmalar yapılmıştır.

Bu çalışma doğrultusunda işveren konumundaki acenteler, temsilcileri olan turist rehberlerinin iş doyumlarını arttırarak maddi ve manevi anlamda kazanç elde edebilirler. Çünkü doyum sağlamış bir turist rehberi acentenin reklamını en iyi şekilde yaptığı gibi,



haklarını korur, acentenin müşterilerine daha yardımsever ve ilgili davranır. Kazançlar artarken giderlerin maliyetlerini de azaltabilir. İfade edilen seviyeye acentelerin ulaşabilmesi için acenteler turist rehberlerine, en az taban yevmiye vermeli, rehberlerin boş zamanlarında aileleriyle birlikte tatil yapmalarını teşvik etmeli, sürekli çalıştıkları rehberlerine sağlık ve iş güvencesi sunmalıdır. İş güvencesi, turist rehberleri için hayati bir önem taşır. Turist rehberlerine olağanüstü durumlar dışında, çalışkan ve başarılı olduğu sürece işini kaybetmeyeceği güvencesi verildiği takdirde, turist rehberleri daha huzurlu çalışacaktır. Çünkü iş huzuru, iş doyumunu arttıran önemli bir unsurdur.

Ayrıca acenteler çalıştıkları rehberlere sigorta yapmalı, yapılan satışlardan eşit pay vermeli, turist rehberlerinin fikirlerini ve tavsiyelerini önemsemeli, rehberlerin vereceği kararları desteklemeli ve arkasında durmalı, yetki devri yapmalı, yoğun dönemlerde (bayram, yılbaşı vb. günlerde) prim vermeli, belirli aralıklarla rotasyon yapmalı (farklı bölgelere tura göndermeli), çalışanlarının doğum günü, evlilik yıl dönümleri vb. günlerini hatırlamalı ve küçük kutlamalar yaparak rehberlere değer verdiğini hissettirmelidir. Böylece turist rehberleri kendisini çalıştığı acentede sadece sıradan bir işgören olarak algılamaz, aileden biri gibi görüp bu bilinçle mesleğini icra eder.

Gelecekte iş doyumuyla ilgili çalışmalar yapmak isteyen araştırmacılar iş doyumunu değişkenin alt boyutları olan içsel ve dışsal doyum düzeyleri üzerinde araştırmalar yapabilir. Turist rehberlerinin içsel ve dışsal doyumları belirlenerek bir karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca içsel ve dışsal doyumları etkileyen etmenlerin neler olduğu ve içsel ve dışsal doyum düzeylerinin nasıl artırılması gerektiği konusunda öneriler getirilebilir. İş doyumunu değişkeni farklı değişkenlerle bir araya getirilerek turist rehberlerinin farklı yönlerinin iş doyum düzeylerine hangi yönde ve ne kadar etki ettiği ortaya konulabilir. Farklı türde araştırma teknikleri kullanılarak nitel veya nicel desenli ya da hem nitel hem de nicel yöntemler kullanılarak çalışmalar gerçekleştirilebilir. Geçmişten günümüze gelen rehberlerin iş doyumlarının düşük seviyede kalmasına neden olan mesleki sorunlar tekrar gözden geçirilerek ilgili kurum ve kuruluşlarla bu sorunlar paylaşılabilir, kronikleşmiş sorunlara çözümler getirilebilir.

Turist rehberlerinin meslekleriyle ilgili özellikle son dönemlerde karşılaştıkları kaçak rehberlik faaliyetleri, taban altı yevmiye teklif edilmesi, meslektaşların etik kurallara uygun davranmaması, rehberliğin meslek olarak kabul edilmeyip kolay bir iş olarak görülmesi, devlet nezdinde zor zamanlarda herhangi bir desteğin olmaması, emeklilik ve sağlık güvencesinin olmayışı gibi temel nedenler turist rehberlerinde hem olumsuz mesleki tutumu hem de iş doyumunu hep canlı tutmuştur. Bu nedenle turist rehberlerinin iş doyumlarını arttırmak için rehberlerin ülkedeki temsilcisi konumundaki TUREB, devlet nezdinde girişimlerde bulunmalı ve rehberlerin koşullarının iyileştirilmesi, devlet desteği, teşvik vb. gibi haklardan faydalanması için çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca kaçak rehberlik faaliyetlerinin sonlandırılması 6326 sayılı kanunla belirlenmiş hakların korunması için bölgesel meslek odaları, Valilik, İl Kültür Turizm Müdürlükleri, TÜRSAB bölgesel yönetimleri ve kolluk kuvvetleriyle sürekli denetimler yapılmalıdır. Yapılan bu denetimler meslek odalarının web siteleri aracılığıyla ve whatsapp vb. gibi iletişim platformlarından rehberlerle paylaşılmalı ve mesleğin statüsünün korunduğu tüm rehberlere ilan edilmelidir. Ayrıca çalışma kartının alınması konusu tüm paydaşlarla tartışılmalı ve çalışma kartı sadece turizm rehberliği bölümünden lisans düzeyinde mezun olanlara verilmelidir. Sadece nadir dillerde (İzlandaca, Gürcüce vb. gibi) Bakanlık tarafından kurslar açılmalı ve çalışma kartı dağıtılmalıdır. İngilizce, Almanca, Fransızca gibi diller için kesinlikle Bakanlık tarafından kurslar açılmamalıdır. Nitekim konuyla ilgili olarak gerçekleştirilen çalışmalar (Koroğlu,



2011; Özdemir, 2016; Gökdemir, 2017; Kabakulak, 2018) yukarıdaki açıklamaları destekler niteliktedir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde turist rehberlerinin genel iş doyumlarının orta düzeyde olduğu görülmektedir (Köroğlu, 2011; Özdemir, 2016; Gökdemir, 2017; Kabakulak, 2018). Turist rehberlerinin genel iş doyumlarının 2011 ile 2018 yılları arasında orta düzeyde çıkmış olması turist rehberliği mesleğinin bazı sorunları atlatamamış olmasıyla açıklanabilir. Köroğlu (2011) tarafından yapılmış olan doktora çalışması döneminde henüz turist rehberliği bir meslek değildi, yasası bulunmamaktaydı. Turist rehberlerinin çok az kısmı meslek odalarına kayıtlıydı. Meslek odalarına üye olma zorunluluğu yoktu. Çalışma kartının alınması ile ilgili eğitim açısından birlik bulunmamaktaydı. Nadir dillerdeki rehber sayısı azdı. Aynı zamanda Batman (2003); Karamustafa ve Çeşmeci (2006); Yarcan (2007); Güzel, Türker ve Şahin (2014); Taştan ve Genç (2017) turist rehberlerinin meslekleriyle ilgili karşılaştıkları sorunları incelemiştir. Sorun olarak; emekliliğin olmayışı ya da geç oluşu, fiziki güce dayalı olması, devlet desteğinin olmaması vb. şeklinde çoğaltılabilir. Ancak bu sorunlar o dönemde de daha sonraki dönemlerde tekrarlanan çalışmalarda ortaya çıkmıştır. Yani var olan problemlere çözümler üretil(e)memiş problemler kronikleşmiştir. Bu durum 2000'lerden başlayarak 2018 yılına kadar turist rehberlerinde iş doyum düzeylerinin orta seviyenin üstüne çıkamamasına neden olmuştur. Dolayısıyla yazılmış olan tezler ve makaleler turizm sektörünün en önemli temsilcilerinden biri olan turist rehberlerinin yıllardır iş doyumlarının artmasına çare olamamıştır.

Kaynakça

- Akıncı, Z. (2002). Turizm Sektöründe İşgören İş Tatminini Etkileyen Faktörler: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (4), 1-25.
- Aydoğdu, Ü. R., Karamustafaoğlu, O. ve Bülbül, M. Ş. (2017). Akademik Araştırmalarda Araştırma Yöntemleri ile Örneklem İlişkisi: Doğrulamalı Doküman Analizi Örneği. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, 556-565.
- Aziri, B. (2011). Job Satisfaction: A Literature Review. *Management Research And Practice*, 3 (4), 77-86.
- Berry, L.M., (1997). *Psychology at Work*, McGraw Hill Companies Inc., San Francisco akt.
- Kırcı Çevik, N. ve Korkmaz, O. (2014). Türkiye'de Yaşam Doyumu ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İki Değişkenli Sıralı Probit Model Analizi. *Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7 (1), 126-145.
- Boyle, A., and Arnott, A. (2004). What Tour Guide Stories can Tell us about Learning, Education and Training: A Case Study in The Top End Of The Northern Territory. Council for Australian Tourism and Hospitality Education (cauthe) Conference (86-94), University Of Queensland. Brisbane, Qld, Australia. 10-13 February.
- Brito, M. 2012. "Cultural Tourists Requests from Their Tourist Guides". *International Journal of Management Cases*. 14 (1), 266-282
- Çiftçi, M. (2014). *Eğitim Araştırma Hastanesi Ameliyathane ve Yataklı Servis Biriminde Görev Yapan Hemşirelerinin İş Doyumunun Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi: İstanbul.
- Deveci, S. (2014). *Sağlık Çalışanlarında İş Doyumu ve Yaşam Doyumu İlişkisi (Antalya Atatürk Devlet Hastanesi Hemşireler Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi: İstanbul.
- Eren, E. (2004). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi (8. Baskı)*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Geva, A. and Goldman A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. *Annals of Tourism Research*. 18 (2), 177-185.



- Ghiselli, R. F., Lalopa, J. M., Bai, B. (2001). Job Satisfaction, Life Satisfaction and Turnover Intent: Among Food Service Managers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42 (2), 28-37.
- Gökdemir, S. (2017). *Turist Rehberlerinde İş Doyumu ve Tükenmişlik İlişkisi: Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Güzel, Ö., Altıntaş, V. ve Şahin, İ. (2017). *Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güzel, Ö., Türker, A. ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 173-190.
- İrigüler, F , Güler, M . (2016). Emotional Labor of Tourist Guides: How Does it Affect Their Job Satisfaction and Burnout Levels?. *Journal of Yaşar University*, 11 (42), 113-123.
- Kabakulak, A. (2018). *Kişilik Özelliklerinin Mesleki Tutum ve İş Doyumuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Kamiloğlu, B. (2014). *Sağlık Çalışanlarında İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık (Merkezefendi Devlet Hastanesi Hemşireleri Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi: İstanbul.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (17), 70-86.
- Keser, A. (2005). İş Doyumu ve Yaşam Doyumu İlişkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 4 (7), 77-96.
- Kırcı Çevik, N. ve Korkmaz, O. (2014). Türkiye’de Yaşam Doyumu ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İki Değişkenli Sıralı Probit Model Analizi. *Niğde Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 126-145.
- Koroğlu, Ö. (2011). *İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Koroğlu, Ö. (2012). İçsel ve Dışsal İş Doyum Düzeyleri İle Genel İş Doyum Düzeyi Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turist Rehberleri Üzerinde Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (2), 275–289.
- Latif, M. S., Ahmad, M., Qasim, M. Mushtaq, M., Ferdoos, A. and Naem, H. (2013). Impact of Employee’s Satisfaction on Organizational Performance. *European Journal of Business and Management*, 5(5), 166-171.
- Luthans, F. (2010). *Organizational Behavior : An Evidence-Based Approach*, (12th Ed.), New York, McGraw-Hill Companies, Inc.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., Chang, R. C. Y. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of The Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*. 32: 1442-1452.
- Özaydın M. M. ve Özdemir, Ö. (2014). Çalışanların Bireysel Özelliklerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Bir Kamu Bankası Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 251-281.
- Özdemir, F. (2006). *Örgütsel İklimin İş Tatmin Düzeyine Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi: Adana.
- Özdemir, Ö. (2016). *Turist Rehberlerinde Personel Güçlendirme Uygulamalarının İş Doyumuna Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi: Balıkesir.



- Rabotic, B. (2010). Professional Tourist Guiding: The Importance of Interpretation for Tourist Experiences. *20th Biennial International Congress: New Trends in Tourism and Hotel Management*. University of Rijeka. Opatija, Croatia.
- Raziq, A., and Maulabakhsh, R. (2015). Impact of Working Environment on Job Satisfaction. *2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism*, 30-31 October, Prague, Czech Republic.
- Sevimli, F. ve İşcan Ö. F. (2005). Bireysel ve İş Ortamına Ait Etkenler Açısından İş Doyumu. *Ege Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Akademik Bakış Dergisi*, 5 (1-2), 55-64.
- Sinha, D. and Shukla, S. K. (2013). Study of Job Satisfaction of the Employees of Private Sector Banks. *International Journal of Education and Psychological Research (IJEPR)*, 2 (2), 33-40.
- Spector, P.E. (1997). *Job satisfaction: Application, Assessment, Causes and Consequences*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications, Inc.
- Taştan, H. ve Genç, E. (2017). Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Mesleki Zorlukların Cinsiyete ve Yıllara Göre İncelenmesi. *The First International Congress on Future of Tourism*, Mersin University, pp.857-867, Mersin, Turkey, 2017.
- TDK,(2018),http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5b30cfb4b2e877.14439326 (Erişim Tarihi: 25.06.2018)
- TUREB, “Yasa”, <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60> (Erişim Tarihi: 25.06.2018)
- Vieira, J. A. C. (2005). Skill Mismatches and Job Satisfaction. *Economic Letters*, 89, 39-47.
- Wang, C. (2017). A Study on The Job Satisfaction of Tour Guides and its Influencing Factors. *Advances in Computer Science Research (ACSR)*, 61, 1319-1323, *7th International Conference on Education, Management, Computer and Society (EMCS 2017)*.
- WTFGA, “What is Tourist Guide”, <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> (Erişim Tarihi: 25.06.2018)
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1).

Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma *A Study on Occupational Issues of Tourist Guides*

Yasin İLHAN

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey
Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1457-7356> - yasinilhan07@gmail.com

Doç.Dr. H. Hüseyin SOYBALI

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey
Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-5929-0933> - hsoybalı@aku.edu.tr

Özet

Amaç ve Önem: Bu çalışma ülke tanıtımı açısından stratejik önem taşıyan profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarını belirleyerek çözüm önerileri getirmeyi amaçlamaktadır. Turist rehberliği, Turizm sektörünü, ekonomilerinin gelişiminde önemli bir gelir kaynağı olarak gören ülkeler için hayati öneme sahip mesleklerdendir. Turist rehberlerinin sorunlarını belirlemek bu nedenle önem arz etmektedir.

Yöntem: Türkiye genelinde faaliyet gösteren 24 profesyonel turist rehberine mesleki sorunlarını belirlemek amacı ile anket tekniği uygulanmıştır. İnternet yardımıyla desteklenen anket çalışması verilerinin analizinde temel olarak sıklık ve yüzde analizleri, aritmetik ortalama, standart sapma tekniklerinden yararlanılmıştır daha sonra elde edilen bulgular, çizelgeler halinde gösterilerek yorumlanmıştır.

Bulgular: Sonuçlara bakıldığında “Acentelerin birçoğu satış odaklı çalışmaya zorlanmaktadır” ve “Acenteler rehber taban yevmiyesinin altında rehber çalıştırmak istemektedir” sorularının her ikisine de birbirine yakın oranda “kesinlikle katılıyorum” cevabı vermiş olması rehberler, acenteler tarafından yasaya uymama noktasında ve satış konusunda da etik davranmamaları için baskı görmektedirler.

Sınırlılıklar: Türkiye’de Haziran ayı güncel verilerine göre 13 meslek odasına kayıtlı 10474 turist rehberi bulunmaktadır. Bu rehberlerin 7022’si eylemli rehber evreni olarak çalışmaktadır. Dolayısıyla evreni oluşturan 10474 rehber ve 13 odaya ulaşma maliyet ve zaman kısıtlamalarından dolayı, internet vasıtasıyla online anket gönderilmiş ve tesadüfi örneklem yöntemiyle araştırmanın örneklemini olarak seçilmiş ve rehberlere anket uygulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, meslek, sorunlar, turizm

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: This project aims to determine the vocational issues of professional tourist guides and by doing so, aims to provide possible solutions to their problems. The tour guide is a vital profession for the countries that see tourism as an important income source for their economic development. For this reason determining of tourist guides’ problems became more of an issue.

Methodology: A survey is conducted to 24 professional tourist guides who work in all around of Turkey. The survey work is carried out by internet survey and a sample was chosen as a random sample technique and the questionnaires were applied to the guides. the results, after being analysed

Atf İçin (for Cited): İlhan, Y. ve Soybalı, H.H. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 13-23.



through relevant statistical methods (frequency and percentage analysis, arithmetic means, standard deviation), outcomes of the research are shown as tables and interpreted accordingly.

Findings: According to results both of the “Most of the travel agents force tour guides into selling focused” and “Travel agents wants to hire tourist guides under minimal daily wage” questions are taken “certainly agree” respond and it shows that guides are under pressure of not obeying to rules and not to work ethically.

Limitations/implications: Turkey has 10474 registered tourist guide to the 13 chambers according to the latest data of June. 7022 of these guides work actively. Therefore, due to the cost and time constraints of accessing 10474 tour guides and 13 chambers, which constitute the population, online questionnaires were sent via the internet and questionnaires could be applied to coincidental guides.

Keywords: Tourist Guides, job, issues, tourism

Paper Type: Research paper

Giriş

Turist rehberi, belirli bir program dâhilinde yerli ve yabancı gezginlere yol gösteren, program kapsamındaki ziyaret yerleri hakkında uygun dilde doğru bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin doğru sosyal ekonomik ve kültürel izlenimler almasına yardımcı olan kişidir (Ahipaşaoğlu, 2001: 44).

Turist rehberi, ziyaret edilen yerlerle ve karşılaşılan insanlarla ilgili bilgi veren, hikâyeler anlatan kişi olarak tanımlanmıştır (Leclerc and Martin, 2004: 182). Turist rehberliği mesleği ilgi çekici bir meslek olarak karşımıza çıkmaktadır (Taştan ve Genç, 2017: 858). Ancak turist rehberleri sürekli göz ardı edilen kişiler olmuşlardır (Mak et al., 2011: 1442). Turist rehberleri yaşadıkları mesleki zorlukları (kaçak rehberlik faaliyeti, taban yevmiye altı çalışma, emekliliğin olmaması ya da geç olması, devlet desteğinin olmaması, denetimlerin yapılmaması ya da çok az yapılması vb.) birçok kez farklı şekillerde ve platformlarda dile getirmiştir fakat karşılaşılan zorlukların çözüldüğünü söylemek zordur (Güzel, Türker ve Şahin, 2014:174). Bu sorunların çözülmesi ilgililerin ve kurumların bilgilendirilmesi için birçok araştırma yapılmıştır ve böylelikle farkındalık yaratmak istenmiştir. Batman (2003); Yarcan (2007); Güzel vd., (2014); Taştan ve Genç (2017) tarafından turist rehberlerinin mesleki sorunları araştırılmış ve çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada turist rehberlerinin günümüzde mesleklerini icra ederken karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durmaktadır. Bu sorunlara ve çözüm önerilerine izleyen kısımlarda değinilmiştir.

1. Kuramsal Çerçeve

EFTGA'nın yaptığı tanıma göre; turist rehberi, yurt içinden ya da yurt dışından gruplara veya bireysel ziyaretçilere şehir yada bölgenin anıtları, yerleşim yerleri ve müzeleri etrafında seçtikleri dilde kültürel ve doğal mirasları ve çevreyi büyüleyici ve eğlendirici bir şekilde yorumlayan kişidir (Ap ve Wong, 2001:551).

22.06.2012 tarihinde çıkan 6326'nolu yasaya göre turist rehberi, T.C. vatandaşı, 18 yaşını doldurmuş, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmuş veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olan, Bakanlığın belirlediği Anadolu turunu yapmış, en az bir yabancı dil bilen kişi olarak tanımlanmıştır (TUREB, 2018). Turist rehberi, turist tarafından satın alınan turun bir bileşeni ve tur kalitesini önemli ölçüde belirleyen bir unsur olarak görülürken, turu organize eden seyahat acentesi veya tur



operatörü tarafından bir temsilci ve en önemlisi, tur paketindeki hizmetlerin uyumlu bir şekilde verilebilmesini sağlayan ve turu yöneten bir yönetici olarak görülmektedir (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006: 71). Turist rehberleri, birçok farklı rol üstlenmektedir. Bunlar, aktör, büyükelçi, öncü, lider, bilgilendirici, yorumlayıcı, kültür simsarı, arabulucu, organizatör, satış elemanı, öğretmen vb.'dir (Zhang and Chow, 2004: 83; Köroğlu, 2013: 100). Turist rehberleri, bu rolleri yüklenirken bazı sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Dolayısıyla ani gelişecek olaylara karşı her zaman hazır bulunmalıdır.

Türk Dil Kurumuna göre sorun kelimesi “araştırılıp öğrenilmesi, düşünülüp çözümlenmesi, bir sonuca bağlanması gereken durum, mesele, problem” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2018). Karamustafa ve Çeşmeci (2006) tarafından yapılan araştırmada turist rehberlerinin yönetsel sorunları ortaya konmaya çalışılmıştır. Yönetsel sorunlar; planlama, örgütlenme, yöneltme, koordinasyon ve kontrol fonksiyonlarında yaşanan sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yarcın (2007) tarafından yapılan çalışmada rehberlerin sorunları ortaya konmaya çalışılmıştır. Yarcın'ın (2007) çalışmasında rehberler açısından ortaya çıkan sorunlar: Rehberlik taban ücretlerinin uygulanmaması, mesleğin mevsimsel olması, Rehberlerin büyük bölümünün serbest ve sigortasız, bir bölümü de yarı zamanlı çalışması, kaçak rehberliğin varlığı, rehberlik eğitiminin bölünmüş olması, meslektaşların etik ilkelere uygun davranmaması vb. şeklinde çoğaltılabilir. Güzel vd.nin turist rehberi üzerinde yaptığı araştırmada turist rehberlerine devlet desteğinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir (Güzel, vd., 2014: 174). Aynı şekilde Taştan ve Genç (2017) tarafından yapılan çalışmada Yönetimini TUREB yöneticilerinin oluşturduğu Turist Rehberleri Birliği platformunda, rehber odalarıyla sağlıklı iletişim kuramadan kaynaklı zorluklar belirtilmiştir 2012 yılında, rehberlik mesleğiyle ilgili yasa ya da yönetmenlik yapımında rehberlerin görüşünün alınmadığı ve yeni rehberlik mesleği yönetmenliğinin yürürlüğe girmesiyle rehberlerin zorluk yaşadıkları belirtilmiştir. 2014 yılında, TUREB'in demokratik bir tutum içinde olmamasından kaynaklı zorlukların yaşandığı belirtilmiştir (Taştan ve Genç, 2017: 861). Adana Rehberler Odası eski Başkanı İsa Akdağ 2016 yılında hem Türkiye'de hem de yurtdışındaki gelişmelere bağlı olarak turist rehberlerinin kötü bir sezon geçirdiğini, buna bağlı olarak para kazanamadıkları ve mesleği bırakmaya mecbur kaldıklarını belirtmiştir. Ayrıca rehberlere işsizlik ödeneği, işsiz geçen dönemde rehberlere eğitim desteği sunulması, rehberlere faizsiz kredi, işsizlik sigortası, ucuz konut desteği ve sosyal imkânlar sağlanması gerektiğini belirtmiştir (Turizmajansi.com, 2018).

Ercenk (1992: 14) kaçak rehberlik faaliyetlerine göz yuman acentelere nasıl davranacaklarını bilmediklerini belirtmiştir. Aynı şekilde Milliyet gazetesinin 20 Haziran 2018 tarihli haberinde Antalya'da denetimler yapıldığı yasal olmayan rehberlere ve bu rehberleri görevlendiren acentelere ceza uygulandığı ifade edilmiştir (Milliyet.com.tr, 2018).

Turist rehberliği mesleğinin sezonluk karakter taşıması, terör ve siyasi olaylardan kolayca etkilenmesi gibi nedenlerden dolayı rehberler işsiz kalabilmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006: 146-147). Suriye ile yaşanan kriz ve Rusya ile yaşanan uçak düşürme krizi sonrası turizm sektörü ve sektör çalışanı olan rehberler zor günler geçirmiştir. Rehberlerin karşılaştığı diğer sorunlar: Genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesi, Turist rehberliği meslek yasasının rehberlik haklarını yeterince korumaması, Mesleğin özel hayatı olumsuz etkilemesi, Yetersiz yabancı dil bilgisi, Mesleğin duygusal olarak yıpratıcı olması, sabit bir maaşın olmaması, Rehberliğin bir meslek olarak görülmemesi, sunum tecrübesi yetersizliği vb. gibi sebepler sıralanabilir (Batman, 2003: 127-129).

Dolayısıyla yukarıda bahsedilen sorunlar 2000'li yılların başından günümüze kadar çözümlenememiştir. 2012 yılına kadar turist rehberliği bir meslek olarak algılanmıyordu. 22.06.2012 tarihinde TBMM tarafında 6326 sayılı Kanun çıkarılarak turist rehberliği yasal



olarak meslek statüsüne kavuşmuştur. Ancak sorunlar turist rehberlerinin temsilcisi olarak kurulan TUREB'e rağmen çözülememiştir. Yasada bulunan boşluklardan dolayı meslek olarak kabul edilen rehberlik mesleği istenilen seviyeye gelememiştir. Bu durum kanuna aykırı hareket eden kişi veya acentelerce suiistimal edilmiş ve rehberlerin yasal hakları istenen seviyede korunamamıştır. Bu çalışmayla beraber ilgililere turist rehberlerinin günümüzde halen sık karşılaştığı eski sorunları gündeme getirmek ve farkındalık yaratmak amacıyla böyle bir çalışmanın yapılması uygun görülmüştür.

2. Yöntem

Türkiye genelinde faaliyet gösteren 24 profesyonel turist rehberine, mesleki sorunlarını belirlemek amacı ile anket tekniği uygulanarak bilgi toplanmıştır. Nisan-Mayıs 2018 ayları içerisinde cevap vermeyi kabul eden her rehberin örneklem içine dâhil edildiği kolay örnekleme yöntemine (Ural ve Kılıç, 2013: 42) uygun olarak uygulanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcılara ait demografik bilgilere, ikinci bölümde mesleki sorunlara ilişkin beşli Likert ölçeğinde hazırlanmış literatür taraması sonucu oluşturulmuş 25 ifadeye yer verilmiştir. İnternet üzerinde oluşturulmuş anket formu yardımıyla desteklenen anket çalışması çerçevesinde toplanan verilerinin analizinde temel olarak sıklık ve yüzde analizleri, aritmetik ortalama, standart sapma tekniklerinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular, çizelgeler halinde gösterilerek yorumlanmıştır.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma ülke tanıtımı açısından stratejik önem taşıyan profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarını belirleyerek çözüm önerileri getirmeyi amaçlamaktadır. Turist rehberliği, Turizm sektörünü, ekonomilerinin gelişiminde önemli bir gelir kaynağı olarak gören ülkeler için hayati öneme sahip mesleklerdendir. Turist rehberlerinin sorunlarını belirlemek bu nedenle önem arz etmektedir. Daha önceden yapılan çalışmalarla mukayese edildiğinde literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Bulgular

Araştırma bulgularının incelenmesi sürecinde ilk olarak katılımcılara ait bazı demografik değişkenler ele alınmış ve Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3'de elde edilen sonuçlar sunularak yorumlanmıştır.

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin, %70,8'i erkek, %29,2'si kadındır. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı ise %66,7'si evli, %29,2'si bekâr ve %4,2'si ise dul şeklinde ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin yaş grupları incelendiğinde sırasıyla, 20-29 yaş arası (%54,2), 30-39 yaş arası (%16,7), 40-49 yaş arası (%12,5), 50-60 yaş ve üzeri (%16,7) olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin eğitim durumları incelendiğinde %8,3'ü önlisans, %50'si lisans ve %41,7'sinin ise yüksek lisans mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan rehberlerin %58,3'ü rehberlik mesleğini asıl işleri olarak yaparken %41,7'sinin ise ek iş olarak yaptıkları saptanmıştır. Araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin deneyim süreleri incelendiğinde sırasıyla 1-4 yıl arası (%66,7) 5-9 yıl (%16,7), 20 yıl ve üzeri (%12,5), 10-19 yıl (%4,2) tecrübeye sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan rehberlerin %83,3'ü bölgesel çalışma kartına sahipken %16,7'si ise ulkesel çalışma kartına sahip olduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan rehberlerin %87,5'inin çalışma kartlarında tek bir dil bildikleri %12,5'inin ise iki dil bildiği belirlenmiştir. Araştırmaya katılan rehberlerin turist rehberliği mesleğini tercih etme nedeni



olarak %54,2'si kişiliğine uygun olduğunu düşündüğü, %12,5'i iyi bir yabancı dil bilgisine sahip olmaları, %12,5'i aldığı eğitimi, %12,5'i çevresinin etkisi, %4,2'si ise içinde bulunulan şartlardan dolayı turist rehberliği mesleğini seçtiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Bazı Demografik ve Mesleki Değişkenler

Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	7	29,2
	Erkek	17	70,8
Medeni Durum	Bekâr	16	66,7
	Evli	7	29,2
	Dul	1	4,2
Yaş	20-29 yaş arası	13	54,2
	30-39 yaş arası	4	16,7
	40-49 yaş arası	3	12,5
	50-60 yaş arası	4	16,7
Eğitim Durumu	Ön lisans	2	8,3
	Lisans	12	50,0
	Lisans Üstü	10	41,7
Rehberlik mesleğinin asıl iş veya ek iş olarak yapıldığı	Asıl iş	14	58,3
	Ek iş	10	41,7
Mesleki Tecrübe (Çalışılan Yıl)	1-4 yıl	16	66,7
	5-9 yıl	4	16,7
	10-19 yıl	1	4,2
	20 yıl ve üzeri	3	12,5
Rehberlik Lisansının Türü	Ülkesel	4	16,7
	Bölgesel	20	83,3
Rehberlik Lisansının kaç dilden olduğu	1	21	87,5
	2	3	12,5
Mesleği tercih etmede etkili olan faktörler	Kişiliğe uygun	13	54,2
	İyi bir yabancı dil	3	12,5
	Aldığım eğitim	3	12,5
	Aile	1	4,2
	Çevre	3	12,5
	İçinde bulunulan şartlar	1	4,2

Tablo 2'ye göre, turist rehberlerinin yıl içinde sırasıyla 1-6 kez (%45,8), hiç Anadolu turuna çıkmayan %16,7, 21 defa ve üzerinde Anadolu turuna çıkanların oranı %12,5 olarak tespit edilmiştir. Çıkılan turların niteliği açısından en fazla çıkılan tur çeşidi %41,7 ile kültür turları olurken, %8,3 ile en az çıkılan tur çeşidi ise günlük turlar olmuştur. Turist rehberleri yıl içinde 2 ile 5 (%45,8) acente ile çalışırken hiçbir acente ile çalışmayan rehberlerin oranı %25 olarak belirlenmiştir. Turist rehberleri yıl içinde ortalama olarak en fazla 121-180 (%29,2) gün arası çalışırken 180 gün ve üzeri çalışan rehberlerin oranı %4,2 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmaya katılan turist rehberleri %25'lik oranla 3501-5000 TL arasında gelir elde etmiştir. Yine %25'lik bir oranla 1606-2500 TL arasında turist rehberleri gelir elde etmişlerdir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin sosyal güvenceleri incelendiğinde rehberlerin %45,8'i SGK'sı olduğu, %4,2'lik bir kısmının ise özel sağlık sigortası olduğu anlaşılmıştır. Araştırmaya katılan rehberlerin %33,4'ünün taban yevmiye aldığı, %20,8'inin ise taban yevmiye altında çalıştığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin "kaçak rehberliğin çözümüne" ilişkin verdikleri cevaplar incelendiğinde %66,7'lik bir oranla etkin bir denetim mekanizmasının olmasıyla çözülebileceğini ifade ederken %8,3'ü eğitimde meslek ahlakı olmasıyla çözülebileceğini yine rehberlerin 8,3'ü kaçak rehberliğin çözülemeyeceğini ifade etmişlerdir.



Tablo 2. Katılımcılara Ait Bazı Mesleki Değişkenlerin Devamı

Değişken	Grup	n	%
Bir yıl içerisinde ortalama yapılan Anadolu Turu	Hiç	4	16,7
	1-6 kez	11	45,8
	7-10 kez	6	25
	21 ve üzeri	3	12,5
Çıkılan turların niteliği	Günlük	8	33,3
	Sejour	4	16,7
	Öğrenci	2	8,3
	Kültür turları	10	41,7
Yıl içerisinde çalışılan acente sayısı	Hiç	6	25
	Tek Acente	7	29,2
	2-5 Acente	11	45,8
Bir yıl içerisinde ortalama çalışılan gün sayısı	30 günden az	4	16,7
	31-60 gün	6	25
	61-120 gün	6	25
	121-180 gün	7	29,2
	180 günden fazla	1	4,2
Yıllık toplam kazanca göre aylık ortalama gelir	1605 TL'den az	5	20,8
	1606-2500 TL arası	6	25
	2501-3500 TL arası	4	16,7
	3501-5000 TL arası	6	25
	5001 TL'den fazla	3	12,5
Ne tür bir emeklilik güvencesinin olduğu	SGK	11	45,8
	Bireysel emeklilik	4	16,8
	İsteğe bağlı sigorta	2	8,3
	Özel emeklilik	1	4,2
	Güvencesi yok	6	25
Rehberlik müfredatındaki derslerin yeterli olup olmadığı	Evet	8	33,3
	Hayır	6	25
	Kısmen	10	41,7
Taban yevmiyelerin yeterli olup olmadığı	Evet	8	33,4
	Hayır	5	20,8
	Kısmen	11	45,8
Kaçak rehberliğin çözümü	Eğitimde meslek ahlakı	2	8,3
	Cezaların artırılması ve uygulanması	4	16,7
	Etkin bir denetim mekanizması	16	66,7
	Çözülemez	2	8,3
Acente ile karşılaşılan sorunlar	Sosyal Haklar	2	8,3
	Mesleğin ciddiye alınmaması	10	41,7
	Parasal sorunlar	11	45,8
	Sorun yok	1	4,2
Yönetilen grupla karşılaşılan sorunlar	Kültür düzeyi düşük turist	15	62,5
	Satıcıların turistleri rahatsız etmesi	3	12,5
	Tur programının tam olarak icra edilememesi	4	16,7
	Sorun yok	2	8,3
Otellerle karşılaşılan sorunlar	Vaat edilen niteliklerin olmaması	7	29,2
	Otel personelinin nitel/nicel eksikliği	4	16,7
	Hepsi	11	45,8
	Sorun yok	2	8,4

Müze ve ören yerlerinde karşılaşılan sorunlar	Niteliksiz personel	10	41,7
	Giriş fiyatları	4	16,7
	Temizlik	2	8,3
	Açılış ve kapanış saatleri	5	20,8
	Sorun yok	3	12,5
Ulaştırma işletmeleriyle sorunlar	Niteliksiz şoför	8	33,3
	Bakımsız ve eski otobüs	13	54,2
	Sorun yok	3	12,5
Rehberlik mesleğinin en önemli avantajı	İyi para kazanma	4	16,7
	Hür bir yaşam tarzı	12	50
	Tanıtım elçiliği	8	33,3

Tablo 2 incelendiğinde rehberlerin acentelerle en çok karşılaştığı sorun %45,8’lik oranla parasal sorunlar olurken %4,2’lik oranla rehberlerin acentelerle sorunları olmadığı anlaşılmaktadır. Turist rehberlerinin yönettikleri gruplarda en sık karşılaştıkları sorun olarak %62,5’lik bir oranla “kültür düzeyi düşük turistler” olurken rehberlerin %8,3’ü ise herhangi bir sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Otellerle yaşanan sorunlarda rehberlerin %45,8’i personelin nicel ve nitel eksikliği ve vaat edilen niteliklerin olmaması ile ilgili olduğunu ifade ederken %8,4’ü ise herhangi bir sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Rehberlerin müze ve ören yerlerinde en sık karşılaştıkları sorun 41,7 ile niteliksiz personel olurken %8,3’ü ise temizlik sorunu olduğuna vurgu yapmıştır. Ulaştırma işletmeleriyle karşılaşılan sorunlar incelendiğinde rehberlerin %54,2’si bakımsız ve eski otobüslerle tura çıkmak olduğunu belirtirken rehberlerin %12,5’i herhangi bir sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Rehberlik mesleğinin en önemli avantajı ile ilgili ifadeye rehberlerin %50’si hür bir yaşam tarzı sağladığını ifade ederken %16,7’si ise iyi para kazandıran bir meslek olduğunu belirtmişlerdir.

İzleyen kısımda turist rehberlerinin mesleki sorunlarına ilişkin tanımlayıcı analizler yapılmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde turist rehberlerinin yukarıda yer alan ölçekte bulunan “rehberlik mesleğine devlet desteği yetersizdir” (\bar{x} : 4,65) ifadesini en olumlu değerlendirdikleri ifade olurken “Turistler ören yerlerinde can güvenliği endişesi duymaktadır” ifadesi ise (\bar{x} : 2,39) ortalama ile en olumsuz değerlendirilen ifade olmuştur. Ölçeğin genel ortalaması (\bar{x} : 3,73) olarak belirlenmiştir. Ölçekteki ifadelerle verilen cevaplar “orta düzeyde katılıyorum” un çok üstünde bir ortalama değere sahiptir. Ayrıca “turist rehberliği yeni insanlarla tanışma fırsatı sağlayan hoş bir deneyim sağlar” ifadesi (\bar{x} : 4,57); “Acenteler rehber taban yevmiyesinin altında rehber çalıştırmak istemektedir” ifadesi (\bar{x} : 4,39); “Düzensiz çalışma saatleri ile aile yaşamını olumsuz etkileyen bir meslektir” (\bar{x} : 4,35); “Genç rehberlere düşük ücret teklif edilmektedir.” (\bar{x} : 4,26); “Meslekte sezonluk yoğunlaşmanın fazla olması gelecek endişesini artırıyor.” ifadesi (\bar{x} : 4,21); “Rehberler yasaya aykırı davranma konusunda baskı görmektedirler.” ifadesi (\bar{x} : 4,17) en yüksek ortalamaya sahip ifadelerdir. Bu altı ifadenin ölçekteki ortalaması (\bar{x} : 4,32) olarak belirlenmiştir. Ölçekteki diğer en düşük ortalama sahip ifade ise “Turistlerle iletişimi sürekli canlı tutmak zordur.” (\bar{x} : 2,83) ifadesi olduğu anlaşılmıştır.



Tablo 3. Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfadeler	\bar{X}	s.s		1	2	3	4	5
Acentelerin birçoğu satış odaklı çalışmaya zorlamaktadır.	3,91	0,95	n	2	5	9	7	1
			%	8,3	20,8	37,5	29,2	4,2
Genç rehberlere düşük ücret teklif edilmektedir.	4,26	1,17	n	1	2	1	5	14
			%	4,3	8,7	4,3	21,7	60,9
Acenteler rehber taban yevmiyesinin altında rehber çalıştırmak istemektedir	4,39	0,83	n	--	5	4	14	1
			%	--	20,8	16,7	58,3	4,2
Rehberler yasaya aykırı davranma konusunda baskı görmektedirler.	4,17	1,02	n	2	4	5	12	1
			%	8,3	16,7	20,8	50	4,2
Çanta, Gölge rehber diye tabir edilen gözetmen rehberlik faaliyetleri mesleğe zarar vermektedir.	3,70	1,38	n	6	4	3	10	1
			%	26	16,7	12,5	41,7	4,2
Meslekte sezonluk yoğunlaşmanın fazla olması gelecek endişesini artırıyor.	4,21	1,20	n	2	--	2	6	14
			%	8,3	--	8,3	25	58,4
Turistler ören yerlerinde can güvenliği endişesi duymaktadır.	2,39	1,19	n	6	8	4	4	2
			%	25	33,3	16,7	16,7	8,4
Turlarda yemek, tuvalet gibi ihtiyaçların giderilmesinde tesis yetersizliği bulunmaktadır.	3,78	1,24	n	1	3	5	5	10
			%	4,2	12,5	20,8	20,8	41,7
Yaşanan problemlerde turistleri ikna etmek zordur.	3,48	0,99	n	3	11	4	5	1
			%	12,5	45,8	16,7	20,8	4,2
Rehberler tur programını yeterli şekilde alamamaktadır.	3,13	1,18	n	2	4	10	3	5
			%	8,3	16,7	41,7	12,5	20,9
Turistlerle iletişimi sürekli canlı tutmak zordur.	2,83	1,23	n	4	5	7	5	3
			%	16,7	20,8	29,2	20,8	12,5
Rehberlerin birçoğu mesleki nedenlerle sağlık problemleri yaşamaktadırlar.	3,61	1,07	n	4	7	6	6	1
			%	16,7	29,2	25	25	4,2
Rehberlik mesleğine devlet desteği yetersizdir.	4,65	0,77	n	1	1	3	18	1
			%	4,2	4,2	12,5	75	4,2
Turistlerin entelektüel bilgileri yetersizdir.	3,26	0,68	n	2	14	6	1	1
			%	8,3	58,3	25	4,2	4,2
Turist rehberliğinde iş güvenliği tam anlamıyla sağlanamamaktadır.	4,04	0,97	n	1	7	5	10	1
			%	4,2	29,2	20,8	41,7	4,2
Kariyer gelişimi için üniversitede turist rehberliği bölümü okumak doğru bir tercihtir.	4,09	0,90	n	1	5	8	9	1
			%	4,2	20,8	33,3	37,5	4,2
Turist rehberi olarak çalışmak düzenli bir gelecek sağlamaz.	3,13	1,10	n	2	3	11	4	4
			%	8,3	12,5	45,8	16,7	16,7
Turist rehberliği mesleğinde cinsiyet ayrımcılığı yoktur.	3,39	1,30	n	2	3	9	2	8
			%	8,3	12,5	37,5	8,3	33,4
Turizm rehberliği turizm sektöründe yer alan diğer sektörlere göre daha saygın bir meslektir.	3,91	1,16	n	4	4	5	10	1
			%	16,7	16,7	20,8	41,7	4,2
Düzensiz çalışma saatleri ile aile yaşamını olumsuz etkileyen bir meslektir	4,35	0,98	n	2	5	9	7	1
			%	8,3	20,8	37,5	29,2	4,2
Turist rehberliği yeni insanlarla tanışma fırsatı sağlayan hoş bir deneyim sağlar.	4,57	0,84	n	1	2	3	17	1
			%	4,2	8,3	12,5	70,8	4,2
Mesleki yayınları takip ederim.	4,00	1,08	n	1	1	4	8	10
			%	4,2	4,2	16,7	33,3	41,7
Rehberler Mesleki kurslar ve seminerlere yüksek olasılıkla katılırlar.	3,38	1,07	n	6	6	7	4	1
			%	25	25	29,2	16,7	4,2
Bağlı Olunan Meslek Odasıyla Rehberlerin ilişkileri iyidir.	3,17	1,23	n	6	6	7	4	1
			%	25	25	29,2	16,7	4,2
Daha iyi bir iş teklifi gelmesi halinde Turist rehberleri mesleğini değiştirme eğilimindedirler	3,52	1,30	n	1	5	6	3	8
			%	4,2	20,8	25	12,5	37,5
Genel Ortalama								3,73

% Yüzde oranı, s.s: Standart Sapma, 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan araştırma Türkiye’de profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarını tespit etmeye ve çözüm önerileri getirmeye yöneliktir. Ortaya çıkan sorunlar değerlendirilerek çözüm önerileri sunulmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre turist rehberlerine sağlanan devlet desteğinin yetersiz olduğu rehberler tarafından ifade edilmiştir. Bu sorunun çözümü için, Turist Rehberliği Birliği, Kültür ve Turizm Bakanlığını rehberlerin mevcut durumları konusunda bilgilendirmeli, konut yardımı yapmalı, faizsiz kredi kullandırmalı, devlete olan borçlar yeniden yapılandırılmalı ve faizler silinmelidir. Acentelerin taban yevmiye altında rehber çalıştırması konusunda, hem TUREB hem bölgesel meslek odaları Türkiye Seyahat Acentecileri Birliği ve bölgesel TÜRSAB yürütme kurullarıyla bir araya gelmeli, hem acentelerin hem de rehberlerin yasal haklarının nasıl korunacağı konusunda bilgi alışverişinde bulunmalı, yoğun dönemlerde rehberler yüksek yevmiyeler talep etmemeli aynı şekilde acenteciler de her zaman en az taban yevmiye ile rehberleri çalıştırmalıdır. Acenteler tur programlarını yapıp maliyetlerini hesaplarken rehberlere Bakanlıkça belirlenen yevmiyeleri ödeyecek şekilde yapmalı ve bunu tur fiyatlarına yansıtmalıdır. Durum böyle olursa hem müşteri kalitesi artar, hem acenteci kaliteli müşterilere hizmet verir hem de rehberler tam yevmiye aldığı yüksek performans gösterip müşteri memnuniyeti sağlar, acente için müşteri sadakati, destinasyonun bilinirliği ve hizmetin kalitesi artar. Dolayısıyla markalaşma yolunda ilk adım atılmış olur.

Araştırmada ortaya çıkan diğer bir sonuç düzensiz çalışma ile ilgilidir. Rehberlik mesleği emek yoğun yapılan bir işdir. Dolayısıyla mesai kavramı bulunmamaktadır. Bu durum evli turist rehberlerinin uzun süre dışarda vakit geçirdiklerinden eşleriyle çatışmalar yaşayabilmekte, çocuklar büyürken anne-baba ilgisi ve şefkatinden mahrum kalmakta, bu durum çocukların sevgisiz büyümelerine dolayısıyla da ileride sorumsuz problemlili kişiliklerin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Ayrıca bekâr rehberlerin aile kurmalarını geciktirmekte ya da evli rehberlerin eşlerinden boşanmalarına sebep olabilmektedir. Bunun önüne geçebilmek için, işveren konumundaki acenteler, çalıştırdıkları rehberlere sezonun düşük olduğu dönemlerde aileleriyle birlikte tatile gitmeleri konusunda teşvik etmelidir. Aynı şekilde Kültür ve Turizm Bakanlığı da dönem dönem rehberlerin aileleriyle birlikte faydalanabileceği tatil köyleri vb. yerler yapmalıdır.

Araştırmada ortaya çıkan diğer bir sonuç, genç rehberlere düşük ücret teklif edilmesiyle ilgilidir. Acenteler, yeni mezun rehberlere güzergâh ve yol bilgisini arttırma, konuşma ve hitap yeteneklerini artırma gibi vaatlerle tecrübelerinin olmayışından faydalanarak çok düşük ücretler teklif etmektedirler. Bu durum tecrübeli rehberlerin ortalama çalışılan gün sayılarını etkilemektedir. Bu durumun önüne geçebilmek için rehberlere ödenecek ücretin banka yoluyla yatırılması, sözleşme yapılması ve en önemlisi genç rehberlerin meslek etiğine uygun davranarak mesleğin çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün görmeli ve düşük ücret teklif eden acentelerle çalışmamalıdır. Ayrıca rehberler kendi imkânları dâhilinde bilmedikleri yerleri kendileri gezmeli, aynı zamanda bölgesel meslek odaları da sezonun düşük olduğu dönemlerde tecrübeli rehberler vasıtasıyla teknik eğitim gezileri düzenlemelidir. Böylelikle bu sorun ortadan kaldırılabılır.

Meslekteki sezonluk yoğunlaşmanın gelecek kaygısını arttırdığı sonucu araştırmada ortaya çıkan diğer bir sonuçtur. Yıl boyunca dini ve resmi tatillerde acenteler tarafından rehber talebinin artması yıl içinde rehberlerin ortalama çalışılan gün sayısını azaltmaktadır. Bu durum daha az tura çıkmaya ve dolayısıyla elde edilen gelirin azalması anlamını taşımaktadır. Aynı zamanda rehberlerin geçim sıkıntısı yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu nedenle Devlet tarafından turist rehberlerinin işsizlik maaşı, faizsiz kredi kullanımı, sağlık imkânlarından en azından asgari şartlarda faydalanmaları sağlanabilir. Ayrıca



Bakanlık tarafından sadece belli gün ve haftalarda değil 12 ay 365 gün boyunca turizm canlı tutulmalı ve sürdürülebilir turizm politikaları oluşturulmalıdır.

Rehberlerin en sık yaşadıkları sorunlardan biri de yasalara aykırı davranmaya zorlanmalarındır. Bu durumun önüne geçebilmek için turizm rehberliği eğitiminde birlik sağlanmalı, üniversitelerdeki turizm rehberliği bölümlerindeki akademisyenlerin meslek etiği konusuna daha fazla eğilmeleri önerilebilir. Mesleğin saygınlık kazanması ve değer görebilmesi bütün meslektaşların meslek etiğini özümseyip uygulamalarından geçmektedir.

Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Ap, J. ve Wong, K. K. F. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems, *Tourism Management*, 22 (5), 551-563.
- Batman, O. (2003). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 115-132.
- Ercenk, G. (1992). Turist Rehberliği Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14-16.
- Geva, A. and Goldman A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. *Annals of Tourism Research*. 18 (2), 177-185.
- Güzel, Ö., Türker, A. ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 173-190.
- <http://www.milliyet.com.tr/kulliye-camii-onunde-kacak-rehber-denetimi-antalya-yerelhaber-2874899/> (Erişim Tarihi: 26.06.2018).
- <https://www.turizmajansi.com/haber/adanali-rehberler-sorunlara-dikkat-cekti-h14309> (Erişim Tarihi: 26.06.2018).
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetimsel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (17), 70-86.
- Koroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 91-112.
- Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists' Perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3-4).
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., Chang, R. C. Y. (2011). Critical Issues Affecting the Service Quality and Professionalism of The Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*. 32: 1442-1452.
- Taştan, H. ve Genç, E. (2017). Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Mesleki Zorlukların Cinsiyete ve Yıllara Göre İncelenmesi. *The First International Congress on Future of Tourism*, Mersin University, pp.857-867, Mersin, Turkey, 2017.
- TDK,(2018).http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5b321b3e7b14d9.65168882 (Erişim Tarihi: 26.06.2018).
- TUREB, (2018). “Yasa”, <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60> (Erişim Tarihi: 28.06.2018)
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*, (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- WTFGA, (2018). “What is Tourist Guide”, <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> (Erişim Tarihi: 25.06.2018)



- Yarcan, Ő. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1).
- Zhang, H. ve Chow, Q. I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong, *Tourism Management*, 25(1), 81-91.

Turist Rehberlerinin Meslekten Beklentileri Üzerine Bir Araştırma

A Study on Career Expectations of Tourist Guides

Bünyamin KOÇAK

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Department of Tour Guiding, Turkey
Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-8139-1271> - bunyaminkocak@gmail.com

Arş.Gör. Ali KABAKULAK

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey
Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-9256-8557> - alikabakulak@aku.edu.tr

Özet

Amaç ve Önem: Profesyonel turist rehberlerinin mesleki beklentilerini belirleyerek çözüm önerileri getirmeyi amaçlayan bu araştırma, Bursa’da rehberlik mesleğini icra eden 25 profesyonel turist rehberi üzerinde meslekten beklentilerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Literatür taraması yapılarak ölçekte yer alan ifadeler belirlenmiş ve turist rehberlerine anketler uygulanmış, bu uygulamalar esnasında gerekli durumlarda turist rehberleri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak süreç desteklenmiş ve verimli sonuçlar alınabilmesi için katılımcılara detaylı bilgi verilmiştir.

Yöntem: Turist rehberlerinin mesleki beklentilerinin ele alındığı bu çalışmada ihtiyaç duyulan verilerin elde edilmesi için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket temel olarak iki bölüme ayrılmıştır. Anketin ilk bölümünde katılımcılara ait demografik bilgilere, ikinci bölümde mesleki beklentilere ilişkin 7 ifadeye yer verilmiştir. İfadelerin oluşturulmasında literatürden faydalanılmış, 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Araştırma verileri Mart-Nisan 2017 döneminde rehberler ile yüz yüze görüşülerek anketler elden dağıtılmış ve 25 turist rehberi araştırmaya katılmıştır.

Bulgular: Araştırmaya katılan 25 turist rehberlerinin uzun yıllar rehberlik mesleğini yapmak istedikleri ancak, gelecekte tam olarak ne yapmak istediklerine karar veremedikleri ortaya çıkmıştır.

Sınırlılıklar: Bu çalışma 2017 yılının Mart-Nisan aylarında Bursa’da 25 turist rehberi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla Türkiye’de Haziran ayı itibarıyla 10407 turist rehberi olduğu düşünülürse sınırlı bir örneklem üzerinde bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada Türkiye’de bulunan 13 rehber odasına ve 10407 rehberle ulaşmak mümkün olmamıştır. Bu durum zaman ve maliyet kısıtlarını ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, meslek, beklenti, turizm

Makale Türü: Araştırma makalesi

Abstract

Purpose and Importance: This research aimed to determine the professional expectations of professional tourist guides and to suggest solution proposals. This research was carried out in order to determine the professional expectations of 25 professional tourist guides in Bursa. Literature survey was conducted to determine the expressions involved in the scale and questionnaires were applied to tourist guides. In these situations, face-to-face interviews with tourist guides were conducted during these applications and the process was supported. Detailed information was provided to the participants in order to get productive results.

Methodology: In this research, which deals with the professional expectations of tour guides, the questionnaire technique was used to obtain the data needed. The questionnaire basically consists of

two parts. In the first part of the questionnaire, demographic information belonging to the participant and in the second part, 7 expressions about professional expectations were included. Literature was used in the formation of the expressions, and 5 Likert type scale was used. Survey data during the period of March-April 2017, face-to-face interviews with guides were conducted, and 25 tourists' guides participated in the survey.

Findings: It has been revealed that the 25 tourists who participated in the survey wanted to do their guidance profession for many years, but they could not decide what exactly they wanted to do in the future.

Limitations/implications: This study was carried out on 25 tourist guides in Bursa in March-April 2017 year. Thus, this research on a limited sample of been thinking that if the tourist guide as of June 10407, Turkey has carried out. In this study it was not possible to reach the 13 chambers in Turkey. This leads to time and cost constraints.

Keywords: Tourist Guide, occupation, expectation, tourism

Paper Type: Research paper

Giriş

Turizm emek yoğun bir sektördür. Aynı zamanda dünya ekonomisinin en önemli gelir kaynaklarını oluşturan sektörlerden birisidir. Emek yoğun yapısı nedeniyle işgörenlerin kısa zaman içinde yıpranmalarına ve tükenmişlik yaşamalarına neden olmaktadır. Turizm sektörünün en önemli temsilcilerinden olan turist rehberleri, çalışma koşullarının yaratmış olduğu olumsuz durumlardan dolayı (ailelerine zaman ayıramama, uzun turlar sonrası yorgunluk ve hasta olma vb.) meslekleri ile ilgili bir takım beklentiler içine girebilmektedirler. Bu beklentilerin karşılanması turist rehberleri açısından önem taşımaktadır. Meslekten beklentilerin (sürekli işe gitme, sağlık sigortası ve emeklilik yatırımı, taban yevmiye ve üstünde yevmiye alma vb.) yeterli düzeyde karşılanması turist rehberlerinde olumlu mesleki tutum ve iş doyumunu yaratabilmektedir. Aksi durum ise olumsuz sonuçlar (işten ayrılma niyetinin olması, motivasyon ve performans eksikliği vb.) doğurabilmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin beklentilerin tatmin edilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada turist rehberlerinin meslekten beklentilerinin neler olduğu ve buna bağlı olarak da bu beklentilerin karşılanma durumları ortaya konmaya ve bu beklentilerle ilgili çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

1. Kuramsal Çerçeve

Turist rehberliği, hizmet tamamıyla bir hizmet mesleğidir. Turist rehberliği, insan ilişkilerinin çok yoğun olduğu, meslek getirisi ve iş doyumunu yüksek bir çalışma alanıdır. İşine bağlı, mesleki gelişimine önem veren, mesleğini severek yapan ve kendisini geliştirmek isteyen bir birey için rehberlik zevkli bir meslektir (Yarcan, 2007: 33). Turist rehberleri bir ülke için büyükelçi konumundadır, turistlerle doğrudan iletişim kurduklarından dolayı turistlere unutulmaz deneyimler yaşatmada önemli rol oynarlar (Pond, 1993). Turist rehberliği ile ilgili literatürde birçok tanım yer almaktadır. Bu tanımlardan bazılarını izleyen kısımında yer verilmiştir.

Türk Dil Kurumuna göre rehber kelimesi “birinin doğruyu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse veya şey, delil” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2018). Turist rehberliği, turizm ve farklı alanlardaki birçok konuyla ilgili bilgi veren ve ülkeye gelen turistlere yol gösteren kişidir (Güzel, Altıntaş ve Şahin, 2017: 128). 22.06.2012 tarihinde çıkan yasanın 6326'nolu kanununa göre turist rehberi, T.C. vatandaşı, 18 yaşını doldurmuş, üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin önlisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmuş veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az



lisans düzeyinde mezun olan, Bakanlığın belirlediği Anadolu turunu yapmış, en az bir yabancı dil bilen kişi olarak tanımlanmıştır (TUREB, 2018). Başka bir tanıma göre, turistlere gezi sırasında ziyaret edilen ülke, bölge, turistik merkez ve ören yerleri hakkında doğru ve detaylı bilgiler sunan kişidir (Çolakoğlu, Epik ve Efendi, 2010: 37).

Turist rehberliği turizm sistemi içinde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye koşulları düşünüldüğü zaman 2012 yılında resmileşen meslek kanunundan dolayı turist rehberliği mesleği yasal statüye kavuşmuş ve resmi olarak meslek kabul edilmiştir (Arslantürk, 2003: 186). Turist rehberliği yasal olarak meslek kabul edilmeden önce turist rehberlerinin TÜRSAB gibi bir meslek yasasına sahip olması ve mesleğin yasal olarak tanınması rehberler tarafından talep edilmekteydi. Yasa çıkmadan önce rehberleri koruyan herhangi bir kanun ve güvence bulunmamaktaydı. Bu nedenle hükümet nezdinde girişimlerde bulunularak rehberlik mesleği çıkarıldı. Ancak geçmişte var olan problemlerin birçoğu (sigorta, emeklilik, devlet desteği vb.) yasa çıktıktan sonra da giderilemediğinden dolayı turist rehberleri iş doyumsuzluğu, duygusal tükenme, iş, aile ve arkadaş çevresiyle çatışma, motivasyon ve performans düşüklüğü yaşamaktadırlar. Yaşanılan bu sorunlar birçok çalışmada (Batman, 2003; Yarcan 2007; Güzel vd. 2014; Taştan ve Genç, 2017) pek çok kez ortaya konmasına rağmen ciddi bir ilerleme kaydedilememiştir. Dolayısıyla turist rehberlerinin mesleklerine devam etme yani kariyer yapma istekleri azalmaktadır.

1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de kariyer kavramıyla ilgili gelişmeler olmuştur. Fransızca "carriere" kelimesinde Türkçeye giren kariyer kavramı, kişinin mesleğinde aşması gereken zorluklar ve izlemesi gereken yol şeklinde tanımlanabilir (Gümüştekin ve Gültekin, 2009: 148). Latince "carrus" (at arabası), carrera (yol), "carriere yarış yolu", career (meslek) anlamlarına gelmektedir. Türkçe'de ise iş, meslek anlamlarına karşılık gelmektedir (Seçer ve Çınar, 2011: 51). Kariyer, bir kimsenin yaşamı boyunca yaptığı işler, yaşamını oluşturan olaylar dizisi, yaşam rollerinin birleşimi olarak ifade edilebilir. Diğer deyişle kariyer, insanların uzun vadedeki davranışlarını düzenlemek için kullandıkları bir yapı olarak tanımlanabilir (Gülcan, 2011: 10). Kariyer, genel anlamıyla seçilen bir iş hattında ilerlemek ve bunun sonucunda sorumluluk üstlenmek, statü kazanmak ve saygınlık elde etmek anlamı taşımaktadır (Kılıç ve Öztürk, 2009: 45).

Turist rehberliği ülkelerin, halkların, işveren konumundaki acentelerin temsilcisi konumundadır. Turist rehberi, turistlerin ülkeye varışından ayrılışına kadar turistlerin karışılacağı her türlü sorunun çözümüne katkı sağlamasından dolayı ülke ve acente / tur operatörünün imajını yükseltmektedir. Ayrıca turistlerin ülkeyi tekrar ziyaret etmelerinde acentelerin sadık müşteri profili oluşturmasında en büyük katkıyı sağlayan kişi turist rehberidir. Çünkü turist rehberinin verdiği bilgiler turistler için gidilen ülke, halk, kültür vb. konularda ilk izlenimi oluşturduğundan dolayı turist rehberliği mesleği önem arz etmektedir.

Turist rehberlerinin mesleklerinden beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentilerin en başında olumlu tutum, iş ve yaşam doyumu gelmektedir. Mesleğini yapmaktan keyif alan bir rehber müşteri memnuniyeti sağlamaktadır. Bunların dışında turist rehberlerinin mesleklerinden en büyük beklentileri mesleklerini icra ederken karşılaştıkları problemlerdir. Turist rehberleri mesleklerinin kalitesini ve statüsünü düşüren, insanların gözünde meslek olarak görülmemeyen, kolay bir iş olarak görülen mesleğin statüsünün yükselmesini ve 2012 yılında çıkan 6326 kanunun çıkmasıyla beraber rehberlerin yasal haklarının korunmasını istemektedirler. Bu nedenle izleyen kısımda ifade edilen sorunların çözüme kavuşturulması konusunda turist rehberlerinin beklentileri mevcuttur. Bu sorunlar (Genç ve Taştan, 2017: 859):

Odalar ve birlikle ilgili sorunlar, kaçak rehberlik sorunu, seyahat acenteleri ve tur operatörleriyle ilgili sorunlar, rehberlik eğitimi (Alan kılavuzluğu), denetim eksikliği, çalışma kartı ücretleri, vergilendirme, sağlık güvencesi, gölge rehberlik, örgütlenememe, sezonluk iş yoğunluğu, iş güvencesinin olmayışı, haksız kazanç, sözleşme yapmama, meslek yasası vd. sorunların en aza indirilmesini beklemektedirler. Dolayısıyla yukarıda ifade edilen sorunlar çözüldüğünde turist rehberleri mesleklerini sürdürme konusunda olumlu düşünceler içine girecektir. İş ve yaşam doyumu sağlayacaktır. Dolayısıyla turist rehberliği mesleğinin statüsünün yükseltilmesi ve toplumda doktorluk, mühendislik, avukatlık, öğretmenlik vb. gibi mesleklerle aynı seviyede değer ve mesleki saygınlık görmeyi beklemektedirler. Ayrıca meslek yasalarında yer alan boşlukların giderilmesi, emeklilik sisteminden faydalanabilmesi, devlet desteğini arkalarında görmeyi beklemektedirler.

2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma ülke tanıtımı açısından stratejik önem taşıyan profesyonel turist rehberlerinin meslekten beklentilerini belirleyerek çözüm önerileri getirmeyi amaçlamaktadır. Turist rehberliği, turizm sektörünü, ekonomilerinin gelişiminde önemli bir gelir kaynağı olarak gören ülkeler için hayati öneme sahip mesleklerdendir. Turist rehberlerinin beklentilerini belirlemek bu nedenle önem arz etmektedir. Daha önceden yapılan çalışmalarla mukayese edildiğinde literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. Yöntem

Bursa'da faaliyet gösteren 25 eylemli profesyonel turist rehberine, meslekten beklentilerini belirlemek amacı ile anket tekniği uygulanarak bilgi toplanmıştır. Anket çalışması verileri gerekli istatistik yöntemler ile analiz edildikten sonra elde edilen bulgular, tablolar halinde gösterilerek yorumlanmıştır. Bu çalışmada istatistik programından faydalanarak yüzde, frekans analizleri yapılmış ve ölçeklerin ortalamaları ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır.

4. Bulgular

Araştırma bulgularının incelenmesi sürecinde ilk olarak katılımcılara ait bazı demografik değişkenler ele alınmış ve bulgular Tablo 1 ve Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 1 incelendiğinde, araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin, %64'ü erkek, %36'sı kadındır. Araştırmaya katılan turist rehberlerinin yaş grupları incelendiğinde sırasıyla, 25-34 yaş arası (%40), 35-44 yaş arası (%24), 45 ve üzeri yaş üzeri (%36) olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan eylemli turist rehberlerinin eğitim durumları incelendiğinde %12'si ön lisans, %72'si lisans ve %16'sının ise yüksek lisans mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan rehberlerin %12'si bölgesel çalışma kartına sahipken %88'i ise ulusal çalışma kartına sahip olduğu saptanmıştır. Tablo 1'de araştırmaya katılan turist rehberlerinin çalışma kartlarında hizmet verdikleri lisan incelendiğinde İngilizce (%56) ilk sırada yer alırken Almanca (%8), Rusça (%8) ve diğer diller (%28) olarak saptanmıştır.

Demografik veriler incelendiğinde araştırmaya katılan turist rehberlerinin ağırlıklı olarak erkek ve genç rehberlerden oluştuğu, eğitim olarak da 4 yıllık üniversitelerin bölümlerinden mezun oldukları ve dolayısıyla da ulusal çalışma kartına sahip olan rehberler oldukları, gelir düzeylerinin ise 2000 TL ve üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Bazı Demografik ve Mesleki Değişkenler

Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Kadın	9	36,0
	Erkek	16	64,0
Yaş	25-34 yaş arası	10	40,0
	35-44 yaş arası	6	24,0
	45 yaş ve üzeri	9	36,0
Eğitim	Ön lisans	3	12,0
	Lisans	18	72,0
	Lisansüstü	4	16,0
	0-999 TL	3	12,0
Gelir	1000-1999TL	3	12,0
	2000-2999TL	6	24,0
	3000-3999TL	5	20,0
	4000-4999TL	4	16,0
	5000 TL ve üzeri	4	16,0
Dil	İngilizce	14	56,0
	Almanca	2	8,0
	Rusça	2	8,0
	Diğer	7	28,0
Faaliyet alanı	Bölgesel	3	12,0
	Ülkesel	22	88,0
n: Frekans		%: Yüzde	

İzleyen kısımda tablo 2 yer almaktadır. Tablo 2’de araştırmaya katılan turist rehberlerinin ölçekte yer alan ifadelerle ilişkin görüşlerine ait ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 2. Turist Rehberlerinin Meslek Beklentilerine İlişkin Tanımlayıcı Analizler

İfadeler	\bar{X}	ss	1	2	3	4	5	
Daha uzun yıllar rehber olarak çalışmayı düşünüyorum.	4,24	1,36	n: 2 %: 8,0	2 8,0	2 8,0	2 8,0	1 4,0	18 72,0
Gelecek dönemlerde farklı alanlarda çalışmayı düşünüyorum.	2,92	1,68	n: 8 %: 32,0	3 12,0	5 20,0	1 4,0	8 32,0	
Rehberlik mesleği uzun yıllar çalışmak için uygun bir iş alanıdır.	3,12	1,45	n: 5 %: 20,0	3 12,0	7 28,0	4 16,0	6 24,0	
Rehberlik mesleğinde iyi yerlere geleceğime inanıyorum.	3,60	1,66	n: 6 %: 24,0	-- --	4 16,0	3 12,0	12 48,0	
Turizm sektöründe yaşanan krizler nedeni ile iş bulamama ihtimali beni korkutuyor.	3,76	1,54	n: 4 %: 16,0	1 4,0	5 20,0	2 8,0	13 52,0	
İleride rehberlik mesleği ile ailemi geçindirememek beni korkutuyor.	3,48	1,64	n: 6 %: 24,0	1 4,0	3 12,0	5 20,0	10 40,0	
Gelecekte ne yapacağıma tam olarak karar vermiş değilim.	2,48	1,71	n: 12 %: 48,0	3 12,0	2 8,0	2 8,0	6 24,0	
Genel Ortalama	3,37	1,57						

\bar{X} : Aritmetik Ortalama, s.s.: Standard sapma, 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan turist rehberlerinin ölçekte bulunan ifadelerle verdikleri yanıtlara göre en yüksek ortalamaya sahip ifadenin “daha uzun yıllar rehber olarak çalışmayı düşünüyorum” ($\bar{X}=4,24$) ifadesi olurken “turizm sektöründe yaşanan krizler nedeni ile iş bulamama ihtimali beni korkutuyor” ifadesinin ortalaması ($\bar{X}=3,76$) ile en fazla ortalamaya sahip ikinci ifade olmuştur. Bu ifadeleri sırasıyla “rehberlik mesleğinde iyi yerlere geleceğime inanıyorum” ($\bar{X}=3,60$), “ileride rehberlik mesleği ile ailemi geçindirememek beni korkutuyor” ($\bar{X}=3,48$), “rehberlik mesleği uzun yıllar çalışmak için uygun bir iş alanıdır” ($\bar{X}=3,12$), “gelecek dönemlerde farklı alanlarda çalışmayı

düşünüyorum” ($\bar{X}=2,92$) ifadeleri takip etmiştir. Ölçekte bulunan ifadeler içinde en düşük ortalamaya sahip ifade ise “gelecekte ne yapacağıma tam olarak karar vermiş değilim” ($\bar{X}=2,48$) ifadesi olduğu saptanmıştır. Ölçeğe ilişkin genel ortalama ($\bar{X}=3,37$) orta düzeyin üzerinde bir ortalama olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırmaya katılan turist rehberlerinin uzun yıllar mesleklerini icra etmek istedikleri ve sektörde yaşanan çalkantılar, politik ve siyasi olaylar, terör olayları ve dış ülkelerde yaşanan olaylardan çok fazla etkilenmedikleri iş bulamama problemi yaşamayacakları ve rehberlik mesleğinde zamanla iyi bir konuma gelebilecekleri konularında görüş birliğine sahip oldukları anlaşılmıştır. Araştırmaya katılan turist rehberleri geleceğine dair net bir kararları olmadığı ve gelecekte mesleği icra edip etmeyecekleri konusunda ne yapacaklarını kestiremedikleri ortaya çıkmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada turist rehberlerinin mesleklerinden beklentileri (kariyer yapma istekleri) ile ilgili ortaya çıkan sonuç bu meslekte bulunan rehberlerin mesleğe devam etme isteklerinin çok yüksek ve gelecekte ne yapacakları konusunda bir fikirlerinin olduğudur. Dolayısıyla da turist rehberleri gelecekte farklı mesleklere yönelme konusunda isteksiz olacağı söylenebilir.

Turist rehberliği mesleğinin önemi son yıllarda sektör tarafından daha fazla anlaşılan ancak mesleği icra eden kişiler olan turist rehberlerinin sürekli göz ardı edildiği bir meslektir. Turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken karşılaştıkları sorunların bir an önce ortadan kaldırılması için akademik çalışmaların Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından görevlendirilen denetmenler ve üniversitelerden akademisyenler ve Turist Rehberleri Birliğinden yetkiler ile birlikte bir araya gelmeli ve rehberlerin durumları değerlendirilmelidir. Tespit edilen sorunlar Bakanlıkça TBMM gündemine taşınmalı 2012 yılında çıkan yasa ve 2014 yılında çıkan yönetmelikte yer almayan ve rehberler açısından faydalı olacağı düşünülen maddeler (kaçak rehberliğin önlenmesi, taban altı yevmiye tura çıkılmaması, vb. gibi konularda yaptırımlar içeren maddeler) eklenmeli, turist rehberlerinin uzun süre sektörde devam etmeleri ve tecrübeli olan rehberlerden yeni rehberlerin faydalanabilmesi sağlanmalıdır. TUREB ve TÜRSAB yetkilileri hem acente ve rehberlerin haklarının korunması hem de turizmin canlandırılması ve ülke tanıtımının iyi yapılabilmesi için koordinasyon içinde çalışabilir ve düzenli aralıklarla bir araya gelerek sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde görüş alışverişinde bulunabilirler. Böylelikle hem acentelerin hem turist rehberlerinin yararına olacak çalışmalar gerçekleştirilebilir. Acenteler tur programlarını yapıp maliyetlerini hesaplarken rehberlere verilecek taban yevmiye (günlük ücret 387 TL, transfer 195 TL, paket tur 467 TL) dikkate alınarak tur ücreti belirlenebilir (TUREB, 2018). Acenteler rehber ücretleri ve diğer giderleri net bir şekilde hesaplayıp tur programını satışa sunarsa müşterilerden tam ücret alırlar, rehberlere tam yevmiye ödeyebilirler ve acentelerin elde ettikleri kar oranları artar. Acentelerin müşteri profillerinde ve hizmet kalitesinde ve dolayısıyla da rehberlerin motivasyon, performans ve iş doyumlarında da artış beklenebilir.



Kaynakça

- Arslantürk, Y. (2003). Mesleki Bağlılık: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 186-207.
- Batman, O. (2003). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 115-132.
- Çolakoğlu, O., Epik, F. ve Efendi, E. (2014). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gülcan, B. (2011). Turizmde Doçentlik Unvanı: Kapalı Kariyer Yolu ve Etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (3) 3-32.
- Gümüştekin, E.G. ve Gültekin, F. (2009). Stres Kaynaklarının Kariyer Yönetimine Etkileri. *Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (23), 147-158.
- Güzel, F. Ö., Türker, A. ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Algıladıkları Mesleki Engelleri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 173-190.
- Kılıç, B. ve Öztürk, Y. (2009). Kariyer Yönetimi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 45-60.
- Pond, K. (1993) *The Professional Guide, Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Seçer, B. ve Çınar, E. (2011). Bireycilik ve Yeni Kariyer Yönelimleri. *Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18 (2) 49-62.
- Taştan, H. ve Genç, E. (2017). Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Mesleki Zorlukların Cinsiyete ve Yıllara Göre İncelenmesi. *The First International Congress on Future of Tourism*, Mersin University, pp.857-867, Mersin, Turkey, 2017.
- TDK,(2018).http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5b48c699650ba5.94777954 (Erişim Tarihi: 13.07.2018).
- TUREB, “Mevzuat”, <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/64>, (Erişim tarihi: 21.07.2018).
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1).

Gönderilme Tarihi (Submitted): 17.07.2018
Kabul Tarihi (Accepted): 30.07.2018



Kültür Turlarında Turist Şikâyetleri ve Şikâyet Davranışları *Customer Complaints and Complaint Behaviours on Cultural Tours*

Doç.Dr. Özcan ZORLU

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

Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-3533-1945> - ozcanzorlu@aku.edu.tr

Gözde ERKUŞ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey

Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-5768-6662> - gozde.erkus5867@gmail.com

Özet

Amaç ve Önem: Bu çalışmanın amacı Kapadokya bölgesinde gerçekleştirilen kültür turlarına katılan turistlerin şikâyetleri ve şikâyet davranışlarının belirlenmesidir. Müşteri şikâyetleri ile şikâyet davranışları arasındaki ilişkiler ve şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerinin araştırılması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Profesyonel turlarda müşteri şikâyetlerini ele alan araştırma sayısının az olması ve kültür turizminin gelişiminde müşteri talep ve isteklerinin dikkate alınması zorunluluğu, bu araştırmayı literatüre ve sektöre katkı bağlamında önemli kılmaktadır.

Yöntem: Araştırma kapsamında Kapadokya bölgesinde kültür turlarına katılan 100 ziyaretçiden anket tekniği ile veriler elde edilmiştir. Zorlu, Çeken ve Kara'nın (2013) çalışmasından uyarlanan anketin kullanıldığı araştırmada veriler Şubat-Nisan 2017 tarihleri arasında elde edilmiştir. Elde edilen verilere geçerlilik (Faktör analizi) ve güvenilirlik (Cronbach's Aplha kay sayısı) analizleri uygulandıktan sonra, tanımlayıcı analizler (sıklık, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma teknikleri) ve ilişki ölçüm analizi (korelasyon analizi) gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Çalışma sonuçlarına göre kültür turlarında temel şikâyet konuları, tur içeriği kaynaklı, rehber kaynaklı, mola kaynaklı ve otobüs personelinin tutumu kaynaklıdır. Turistler temel şikâyet konularına bağlı olarak kişisel tepkiler, sesli tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler göstermektedir. Bununla birlikte şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

Özgünlük/ Bilimsel Katkı: Çalışma profesyonel turlarda müşteri şikâyetlerini ve şikâyet davranışlarını ele alan çok az sayıdaki çalışmadan birisini teşkil etmektedir. Bununla birlikte sonuçları bağlamında alan yazına ve sektör temsilcilerine önemli bilgiler sunmaktadır. Araştırmalara göre bireyler memnun oldukları unsurları en az 7 kişiye anlatırken, şikâyetlerini en az 20 kişiye aktarmaktadır. Diğer yandan yeni bir turist kazanmanın eldeki turisti tutmaktan en az 6 kat daha maliyetli olması bu araştırmanın sonuçlarını daha önemli hale getirmektedir.

Sınırlılıklar: Yalnızca nicel araştırma tekniklerinin tercih edilmesi, uygulama kapsamında araştırma örnekleminin 100 kişi ile sınırlandırılması, araştırmanın sadece belirli bir dönemde gerçekleştirilmesi, benzer araştırma sayısının azlığı sebebi ile araştırma sonuçlarını karşılaştırma imkânının az olması bu araştırmanın temel sınırlılıklarını teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür turu, şikâyet, şikâyet davranışı.

Makale Türü: Araştırma makalesi



Abstract

Purpose and Importance: The aim of this study is to determine customer complaints (CC) and complaint behaviours (CB) of tourists who attend cultural tours conducting at Cappadocia region. Exploring the relationships between CC and CB and determining the effects of CC on CB constitute another aim of this study. Limited researches about CC on professional tours and the necessity of considering customer demands in the development of cultural tourism, makes this research important in the

Methodology: Research data was obtained from 100 visitors who participated in the cultural tours in the Cappadocia region with the questionnaire technique. The survey, which was adapted from Zorlu, Çeken and Kara's (2013) study, was conducted in February-April 2017. Descriptive analyses (frequency, percentage, mean, standard deviation techniques) and relationship measurement analysis (correlation analysis) were performed after applying validity (factor analysis) and reliability (Cronbach's appraisal number) analyses.

Findings: Results of the study indicate that the basic complaint issues in culture tours are originated from tour content, from tour guide, from breaks and from bus staff 's attitude. Tourists show private responses, voice responses and third-party responses depending on the basic complaint issues. However, there is a significant relationship between CC and CB.

Originality/Value: This study constitutes one of limited researches that tackle CC and CB on professional tours. However, in the context of its results, it provides important information on the field and sector representatives. According to the researches, individuals verbalize their satisfaction to 7 people, but they convey their complaints to at least 20 people. On the other hand, the fact that gaining a new tourist is at least 6 times costlier than holding a tourist at hand makes the results of this research more important.

Limitations/implications: The basic limitations of this research are that only quantitative research techniques are preferred, the research sample is restricted to 100 people, the research is only carried out in a certain period, and the number of similar researches is very few and thus the results are not comparable with similar ones.

Keywords: Cultural tour, complaint, complaint behaviour

Paper Type: Research paper

Giriş

Kültür turları bağlamında Türkiye'nin en önemli rotalarından birisi konumundaki Kapadokya bölgesinde gerçekleştirilen bu araştırma, turistik amaçlı gezilerde şikâyet konusunu ele alan çok az sayıdaki araştırmadan birisidir. Bilindiği üzere turizm ürünü büyük oranda soyut unsurlara dayalı deneyimi kapsamaktadır. Bununla birlikte turizm deneyiminin bir parçası olan fiziksel unsurlar ve servis sağlayıcılar deneyimin kalite olarak değerlendirilmesinde ön plandadır. Nitekim turistik tüketiciler gerek doğal kaynaklar gerek üst-alt yapı arzı ve gerekse hizmet sunan bireyler konumundaki servis sağlayıcılardan belirli beklentiler içerisinde turizm deneyimini yaşamaktadırlar. Turistik tüketicilerin beklentilerinin karşılanması kaliteli hizmet, misafir memnuniyeti olarak çıktıya dönüşmekle birlikte, beklentilerin karşılanamaması durumunda çeşitli şikâyetler gündeme gelmektedir. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde konaklama işletmeleri, restoran işletmeleri ve seyahat acentaları-işletmelerinde karşılaşılan şikâyetler ile ilgili çeşitli araştırmaların var olduğu görülmektedir. Turistik amaçlı organize edilen turlardaki şikâyetleri ve şikâyet davranışlarını ele alan araştırma sayısı ise yok denecek kadar azdır. Diğer yandan turistik amaçlı geziler turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olup, bu tür turlar destinasyonların sürdürülebilirliğinde önemli bir etkidir. Dolayısıyla bu turlarda ortaya çıkan/çıkabilecek şikâyetler hem destinasyonun geleceğini hem de o bölgede yaşayan yerel halkın refah



seviyesini doğrudan etkileyecektir. Bireylerin memnun oldukları unsurları en az 7 bireye anlatırken, şikâyetlerini en az 20 kişiye aktarması ve yeni bir turist kazanmanın eldeki turisti tutmaktan en az 6 kat daha maliyetli olması ise konuyu çok daha önemli hale getirmektedir. Özet olarak gerek bu alanda gerçekleştirilen araştırma sayısının yetersizliği gerek turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği gerek yerel halkın ekonomik gelirinin sağlanması gerekse de pazarlama maliyetleri bakımından şikâyetlerin incelenmesi gerekliliği bu araştırmayı önemli kılmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

Fransızca kökenli olan ve sözlükte “*hoşnutsuzluk veya kabullenememenin ifadesi; memnuniyetsizliğin sebebi/belirlenmesi*” şeklinde (Oxford Dictionary, 2018) açıklanan şikâyet, işletme bilimi açısından ele alındığında çeşitli mal ve hizmetlerinden satın alan kişinin beklentilerini karşılayamaması durumunda ortaya çıkan tutum veya davranışı (Lapre ve Tsiriktsis, 2006: 352) belirtmektedir. Şikâyet olarak nitelendirilen tutum ve davranışların temel çıkış noktası, hizmet sunumu sürecinde oluşan hizmet hatası/hataları sonucunda müşterinin öngördüğü faydaları elde edememesi sebebiyle fayda kaybı yaşadığını düşünmesidir (Fierro, Melero ve Sese, 2015: 110). Fayda kaybı yaşayan müşteriler ise memnuniyetsizliklerini farklı şekillerde gösterebilmektedirler. Kevoe-Feldman (2018: 103) memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı süreçte şikâyete konu olan hizmet içeriğinin şikâyet davranışı açısından önemli olduğunu belirtmektedir. Müşteriler hizmet içeriğine bağlı olarak hizmet ortamında bulunmayan üçüncü taraflara dolaylı şikâyet bildirimini gerçekleştirebilmekte iken, şikâyete konu olan unsurun önemine bağlı olarak doğrudan işletmeye şikâyette de bulunabilmektedirler (Kevoe-Feldman; 2018: 103). Diğer yandan bazı müşterilerin sessiz kalmayı tercih etmesi ve bu müşterilerden %91’inin söz konusu olumsuz deneyimlerini etrafındakilere anlatması (Wilson, 1999:121) işletmeler için önemli gelir kayıplarının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Nitekim memnuniyetsizlik ve buna bağlı şikâyetlerin oluşması, müşterinin gelecekte mevcut işletmeden hizmet satın almayı bırakmasının yanı sıra işletme faaliyetlerine veya itibarına zarar verme potansiyelini barındırmaktadır (Hsiao vd.,2016: 676). İşletmeler tarafından çözüme kavuşturulmayan şikâyetlerin işletme performansını düşürme gibi istenmeyen çıktılara yol açması da muhtemeldir (Birim, Anıtsal ve Anıtsal, 2016: 105). Herhangi bir işletmenin müşteri şikâyetlerinden azami düzeyde haberdar olması ve şikâyetlerin yönetimi için müşteri şikâyet davranışları konusunda bilgi sahibi olması ve şikâyet davranışlarını doğru yöntemler ile analiz etmesi gerekmektedir.

Hirschman (1970) müşterilerin şikâyet durumunda işletmeyi terk etmekte, sesli tepkilerde bulunma veya işletmeye bağlı kalma gibi üç temel davranış sergilediklerini belirtmektedir. (Akt. Blodgett ve Granbois, 1992: 95). Singh (1988: 104) ise şikâyet davranışlarını sesli tepkiler, üçüncü taraf tepkiler ve kişisel tepkileri içeren üç boyutlu bir olgu olarak değerlendirmektedir. Sesli tepkiler temel olarak doğrudan yetkililerden çözüm arama beklentisi olduğunda ortaya çıkmakta (Suskind, 2005: 151) ve memnuniyetsizlik süreci içerisinde üreticiye/ satıcıya/ yetkiliye sorunu iletmeyi kapsamaktadır (Singh, 1988: 104). Müşterilerin özellikle kızgın ses tonu ile şikâyetlerini bildirmeleri durumunda servis personelinin öfke ile tepki verme olasılığı bulunmaktadır. Şikâyete agresif tepki verildiğinde müşterinin öfkesi ve kızgınlığı daha da artmaktadır. Personelin öfke, kızgınlık hissetmediği durumlarda ise sesli şikâyet personelin hizmet kalitesine olan bağlılığını azaltmakta iken, duygusal emeği arttırmaktadır (Tao, Karande ve Arndt, 2016: 269).

Müşteri şikâyet davranışlarının bir başka türü kişisel tepkilerdir. Müşterinin sosyal çevresiyle ilişkilerini kapsayan (Singh, 1988: 104) kişisel tepkiler temel olarak işletmenin



ağızdan ağıza olumsuz reklam (negative word-of-mouth) yoluyla kötülenmesini veya işletmeye tekrar gelinmemesini ifade etmektedir (Li, 2010: 49). Müşterilerin kişisel tepki sergileme kararında etkili olan temel unsur şikâyetine çözüm beklentisine sahip olma durumudur. Şikâyetin çözümüne yönelik beklentiye sahip müşteriler daha çok sesli tepkiler sergilemekte iken, çözüm beklentisi taşımayan müşteriler kişisel tepkileri daha fazla sergilemektedirler (Blodgett vd., 2015: 62). Daha önce belirtildiği üzere müşterilerin kişisel tepkiler bağlamında olumsuz ağızdan ağıza reklamda bulunması, hizmet sağlayıcısı konumundaki işletmenin güven kaybına uğramasına, itibarının zedelenmesine sebep olmakta ve bunun sonucu olarak işletme çoklu kaynaklardan (mevcut müşteri, potansiyel müşteri, rakipler vb.) önemli gelir kayıplarına katlanmaktadır (Hsiao vd. 2016: 676).

Birçok durumda kişisel tepkiler kapsamında değerlendirilen bir diğer şikâyet davranışı tepki vermemedir. Hizmet hatasının içeriğine bağlı olarak işletmenin etkili bir çözüm sağlayacağına inanmayan, şikâyet etmenin zaman kaybı olacağını düşünen, durumun gerçekten ciddi boyutlarda olduğuna inanmayan, işletmenin durumun farkında olması gerektiğini düşünen, nereye ve nasıl şikâyet edeceğini bilmeyen veya hizmet sunumu sürecinde sorunları çözülen (Snellman ve Vihtkari, 2003: 225) müşteriler bazı durumlarda herhangi bir tepkide bulunmazlar. Bu süreçte işletme yöneticileri ve personelin müşteriye karşı olumlu yaklaşım tarzı ve tutumları da şikâyet davranışının sergilenmemesinin bir nedeni olabilir (Voorhees ve Brady, 2005: 192).

Hizmetler sektörü kapsamında değerlendirilen turizm hizmetleri anlık şikâyetlerin oluşabileceği, bununla birlikte hizmet ortamına (hizmet sunumu anındaki personel müşteri ilişkisi) müdahalenin güçlüğü sebebi ile şikâyet yönetiminin oldukça zor olduğu bir alandır. Turizm hizmetlerinin bir parçası olan kültür turları içeriği itibarı ile tura katılan gurubun yüksek beklentilere sahip olduğu ve en ufak hizmet hatası/aksaklığı durumunda beklenti-memnuniyet dengesinin bozulmasına bağlı olarak şikâyet davranışlarının ortaya çıkabildiği faaliyetlerdir. Tura katılan birey beklentisinin karşılığını tam olarak alma düşüncesini tur her aşamasında taşımakta iken, çok sayıda faktörün bir araya gelmesi ile oluşan kültür turları kontrol edilemeyen durumsal etkenlerden dahi hemen etkilenebilmektedir. Örneğin tur esnasında yağmur yağması, havanın çok rüzgârlı olması müşteri için bir memnuniyetsizlik ve şikâyet sebebi olabilmektedir. Bu noktada işletmeler için öncelikli olan hizmet sunumunda kontrol edilebilen unsurların tam olarak yerine getirilmesidir. Personelin tutum ve davranışları, mekanların temizlik ve hijyeninin sağlanması, tur programının bütün kültürel değerlere yeterli zaman ayrılacak şekilde organizasyonu, kaliteli rehberlik ve danışmanlık hizmetleri gibi unsurların en iyi şekilde sağlanması şikâyetlerin oluşumunu önleyeceği gibi işletme itibarına ve gelecek dönem satışlara pozitif katkı sağlayacaktır.

2. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmanın temel amacı kültür turlarına katılan turistlerin tur öncesi, tur esnası ve tur sonrasında karşılaştıkları sorunlara ilişkin şikâyetlerinin belirlenmesi ve şikâyet durumunda sergilenen davranışların incelenmesidir. Araştırmanın temel amacına bağlı olarak turistlerin şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında istatistiksel bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi de hedeflenmiştir. Araştırmanın evrenini yeni ve farklı kültürleri tanıma, böylelikle sahip olduğu kültür birikimini arttırma ve kültürel alanları ziyaret ederek yeni sosyal çevreler elde etme amacıyla Kapadokya bölgesinde kültür turlarına katılan yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Bununla birlikte evreni oluşturan birey sayısının net olarak bilinememesi ve zaman kısıtlılığı sebebiyle araştırmada kasti örnekleme başvurularak



100 kişiye anket uygulanmış ve söz konusu bireyler araştırmanın örneklemini olarak kabul edilmiştir.

Nicel veri toplama tekniklerinden anket tekniğinin kullanıldığı çalışmada ihtiyaç duyulan veriler Şubat-Nisan 2017 döneminde turistler ile yüz yüze iletişim yoluyla anket uygulanması sonucunda elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu temel olarak üç bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümünde kültür turlarındaki şikâyetleri belirlemeye yönelik 20 ifade yer almakta iken, ikinci bölümde şikâyet davranışlarına ilişkin 9 ifade yer almaktadır. Söz konusu ifadeler Zorlu, Çeken ve Kara'nın (2013) otel işletmelerinin restoran bölümündeki şikâyetleri ele aldığı çalışmadan uyarlanmıştır. Anketin uyarlanmasında kültür turlarının yapısı, turların gerçekleştirilmesinde etkin rol oynayan kişi ve kurumların tura etkileri ve olası aksaklıklar göz önüne alınmıştır. Anket formunun son bölümünde ise katılımcılara ait bazı demografik bilgilere (cinsiyet, yaş, meslek ve eğitim) yer verilmiştir.

3. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

Verilerin analizi sürecinde ilk olarak verilerin güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak Cronbach's Alpha kat sayısı ile verilerin güvenilirliği incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda 29 ifade için genel ölçek güvenilirliğinin 0,868, şikâyet konularını ele alan 20 ifade için 0,853 ve şikâyet davranışlarını ele alan 9 ifade için 0,737 olduğu saptanmıştır. Güvenilirlik kat sayılarının 0,70 üzerinde olmasından hareketle çalışmada kullanılan verilerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: Şikâyet Konularına İlişkin Faktör Analizi

	Rehber kaynaklı şikâyetler (RKŞ)	Tur içeriği kaynaklı şikâyetler (TİKŞ)	Otobüs personeli kaynaklı şikâyetler (OPKŞ)	Mola kaynaklı şikâyetler (MKŞ)
Tur rehberimiz sorularımız karşısında ilgisizdi	,856			
Tur rehberimiz yeteri kadar yardımsever değildi	,811			
Tur rehberimizin mesleki bilgisi yetersizdi	,808			
Tur rehberimiz nazik/saygılı değildi	,804			
Tur rehberimiz ilk karşılamada ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı değildi	,769			
Tur rehberimizin anlatımları yeteri kadar açıklayıcı değildi	,737			
Tur rotası olması gerekenden uzundu		,807		
Tur rotasındaki yönlendirme ve tabelalar yetersizdi		,727		
Katıldığım tur için hava koşulları uygun değildi		,723		
Tur öncesi yapılan bilgilendirmeler yetersizdi		,571		
Tur kapsamında ziyaret edilen yerlerin giriş ücreti yüksekti		,501		
Tur süresince bir şeyler satın alma yönünde baskı vardı.		,491		
Turdaki yürüyüş temposu olması gerekenden hızlıydı/yavaştı		,498		
Tur otobüsü personeli nazik/saygılı değildi			,871	
Tur otobüsü personeli işini ciddiyetle yapmıyordu			,800	
Tur otobüsü yeteri kadar temiz değildi			,770	
Tur otobüsü personeli yeteri kadar yardımsever değildi			,677	
Mola noktaları hizmet olarak yetersizdi				,885
Tur süresince yeteri kadar mola verilmedi				,845
Mola noktalarındaki personel işini iyi yapmıyordu				,714
Özdeğerler	30,714	14,905	13,125	6,704
Aritmetik ortalamalar	1,711	2,546	2,690	3,023
Cronbach's Alpha Katsayıları	0,917	0,773	0,842	0,819
Toplam Varyansın Açıklanma Oranı		65,448		



Veri analizinin ikinci aşamasında Faktör analizi ile araştırma verilerinin geçerliliği test edilmiş ve bulgular Tablo 1’de sunulmuştur. Şikâyet konularına yönelik gerçekleştirilen Faktör analizi sonuçlarına göre Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) kat sayısı 0,764, $p < 0.000$ ve $p < 0.05$) kültür turlarında karşılaşılan şikâyetler; rehber kaynaklı şikâyetler, tur içeriği kaynaklı şikâyetler, otobüs personeli kaynaklı şikâyetler ve mola kaynaklı şikâyetler olmak üzere dört faktör altında toplanmaktadır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki faktörlerin aritmetik ortalamaları dikkate alındığında kültür amaçlı turlarda yalnızca mola kaynaklı şikâyetlerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir.

Tablo 2’de katılımcıların şikâyet davranışlarına ilişkin elde edilen verilerin geçerliliği test edilmiştir. Faktör analizi sonucuna göre KMO kat sayısı 0,659, anlamlılık düzeyi 0,000 ve varyans açıklama oranı %77’dir. Diğer yandan katılımcıların şikâyet davranışlarının üç faktörden oluştuğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte turistlerin kültür turlarında sesli tepkiler sergiledikleri, kişisel tepki ve üçüncü taraf tepkilere başvurmadıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Şikâyet Davranışlarına İlişkin Faktör Analizi

	Kişisel tepkiler (KT)	Sesli tepkiler (ST)	Üçüncü taraf tepkiler (ÜTT)
Bu tura tekrar gelmem.	,927		
Ailemi ve arkadaşlarımı bu tura katılmamaları konusunda uyarırım.	,911		
Yakın çevreme turu ve tur rehberini kötülerim	,904		
Şikâyetim konusunda yasal hakkımı kullanırım		,924	
Sosyal medya ve görsel medyada şikâyetimi dile getiririm.		,894	
Şikâyetimi seyahat acentasına bildiririm		,783	
Şikâyetlerim doğrultusunda turda değişiklik yapılmasını talep ederim.			,848
Tur yetkilileri ve rehberden çabuk ve etkili bir çözüm talep ederim			,813
Herhangi bir eylemde bulunmam			,475
Özdeğerler	34,217	28,220	14,719
Aritmetik ortalamalar	1,952	3,921	2,561
Cronbach’s Alpha Katsayıları	0,909	0,878	0,685
Toplam Varyansın Açıklanma Oranı		77,187	

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde ilk olarak katılımcıların bazı demografik bilgileri sıklık ve yüzde tekniği ile analiz edilmiş ve bulgular Tablo 3’te sunulmuştur. Tabloda yer alan bilgilere göre katılımcıların yarısından fazlası (%61) kadın olup, yaşları dikkate alındığında en büyük grubun 45 yaş ve üzeri katılımcılar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3: Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

	Sıklık (n)	Yüzde (%)	Sıklık (n)	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Erkek	39	39		
	Kadın	61	61		
Yaş Grubu	25 yaş altı	1	1,0		
	25-34 yaş	3	3,0		
	35-44 yaş	35	35,0		
	45 yaş ve üzeri	61	61,0		
Eğitim Düzeyi	Okuryazar değil	4	4		
	İlköğretim	11	11		
	Lise	46	46		
	Üniversite	39	39		
	Meslek	Emekli	40	40	
		Memur	27	27	
		Serbest meslek	9	9	
İşçi		5	5		
İş veren	5	5			
Diğer	14	14			



Tablo 3'teki bulgulara göre lise mezunu olan 46 bireyin ise eğitim düzeyi bağlamında en büyük grubu oluşturduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar arasındaki üniversite mezunu sayısı ise 39'dur. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde en büyük grubun (n: 40) emeklilerden oluştuğu görülmektedir. Bu da daha önce kültür turlarına daha çok üçüncü yaş grubu bireylerin katıldığını ifade eden görüşü desteklemektedir. Bilindiği üzere üçüncü yaş grubunun büyük bir çoğunluğunu emekliler oluşturmaktadır.

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde bir sonraki aşamada aritmetik ortalama ve standart sapma teknikleri ile şikâyet konuları incelenmiştir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4: Kültür Turlarında Şikâyet Konuları

Kültür Turlarında Şikâyet Konuları	\bar{X}	s.s
Tur öncesi yapılan bilgilendirmeler yetersizdi	2,300	1,1934
Katıldığım tur için hava koşulları uygun değildi	2,350	1,0952
Tur rotası olması gerekenden uzundu	2,570	1,0661
Tur rotasındaki yönlendirme ve tabelalar yetersizdi	2,780	1,0691
Turdaki yürüyüş temposu olması gerekenden hızlıydı/yavaştı	2,810	1,0318
Tur süresince yeteri kadar mola verilmedi	2,800	1,1282
Mola noktaları hizmet olarak yetersizdi	3,180	1,1753
Mola noktalarındaki personel işini iyi yapmıyordu	3,090	1,0926
Tur süresince bir şeyler satın alma yönünde baskı vardı.	2,333	1,1547
Tur kapsamında ziyaret edilen yerlerin giriş ücreti yüksekti	2,680	,7898
Tur otobüsü yeteri kadar temiz değildi	3,010	1,1415
Tur otobüsü personeli nazik/saygılı değildi	2,650	1,0188
Tur otobüsü personeli işini ciddiyetle yapmıyordu	2,570	1,0176
Tur otobüsü personeli yeteri kadar yardımsever değildi	2,530	1,0392
Tur rehberimiz yeteri kadar yardımsever değildi	1,870	,7997
Tur rehberimiz nazik/saygılı değildi	1,750	,7961
Tur rehberimiz sorularımız karşısında ilgisizdi	1,707	,8558
Tur rehberimizin mesleki bilgisi yetersizdi	1,720	,8655
Tur rehberimizin anlatımları yeteri kadar açıklayıcı değildi	1,630	,8722
Tur rehberimiz ilk karşılamada ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı değildi	1,590	,8052

Tablo 4 incelendiğinde kültür turlarındaki temel şikâyetlerin; tur süresince yeteri kadar mola verilmemesi, mola noktalarındaki personelin işini iyi yapmaması ve tur otobüsünün yeterli kadar temiz olmaması olduğu anlaşılmaktadır. Kültür turlarında şikâyet konusu olmayan en önemli hususlar ise tur rehberinin karşılama ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı olmaması ve rehberin anlatımlarının yeteri kadar açıklayıcı olmamasıdır. Tablo 5'te kültür turlarına katılan bireylerin şikâyet davranışlarına ilişkin tanımlayıcı analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Bulgular değerlendirildiğinde kültür turlarına katılan ve araştırmaya destek olan katılımcıların en önemli şikâyet davranışının sosyal ve görsel medyada şikâyetini dile getirmesi olduğu anlaşılmaktadır. Diğer önemli şikâyet davranışları ise yasal hakkını kullanma ve seyahat acentasına bildirmedir. En az sergilenen şikâyet davranışı ise herhangi bir eylemde bulunmamasıdır.

Tablo 5: Kültür Turlarında Şikâyet Davranışları

	\bar{X}	s.s
Ailemi ve arkadaşlarımı bu tura katılmamaları konusunda uyarırım.	1,980	1,0048
Bu tura tekrar gelmem.	2,010	,9692
Yakın çevremeye turu ve tur rehberini kötülerim	1,867	,9061
Tur yetkilileri ve rehberden çabuk ve etkili bir çözüm talep ederim	2,908	1,2068
Şikâyetlerim doğrultusunda turda değişiklik yapılmasını talep ederim.	3,000	1,1634
Şikâyetimi seyahat acentasına bildiririm	3,786	1,1214
Şikâyetim konusunda yasal hakkımı kullanırım	3,980	1,0634
Sosyal medya ve görsel medyada şikâyetimi dile getiririm.	4,000	1,1892
Herhangi bir eylemde bulunmam	1,776	1,1239



Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde tanımlayıcı analizleri takiben katılımcıların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığı Pearson korelasyon analizi ile incelenmiş ve analiz sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Şikâyet Konuları ile Şikâyet Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Şikâyet konusu	Rehber kaynaklı şikâyetler	Tur içeriği kaynaklı şikâyetler	Otobüs personeli kaynaklı şikâyetler	Mola noktası kaynaklı şikâyetler
Kişisel tepkiler	r	,532**	,630**	,376**	,362**	-,085
	p	,000	,000	,000	,000	,399
Sesli tepkiler	r	,124	-,115	,027	,234*	,282**
	p	,218	,254	,789	,019	,004
Üçüncü taraf tepkiler	r	,310**	,161	,406**	-,036	,227*
	p	,002	,109	,000	,723	,023
Şikâyet davranışları	r	,466**	r: Pearson korelasyon Katsayısı			
	p	,000	p: Anlamlılık Düzeyi			

Tablo 6'daki bulgular ışığında katılımcıların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında orta kuvvette ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (r: 0,446 ve p: 0,000). Şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasındaki ilişki şikâyet davranışlarının alt boyutu olan kişisel tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler içinde geçerlidir. Diğer yandan şikâyet konuları ile şikâyet davranışlarından olan sesli tepkiler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Kültür turizmi, kültürel değeri olan ve tarihi yerlerin, kültürel etkinliklerin ve zamanın sanat eserlerinin turistik bir ürün şeklinde turistik tüketicilere sunulmasıdır. Bu süreçte turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde hizmet sunmak esastır. Kültür turizmi, öncelikli olarak tarihi yapısı ve mimarisi olan kültürel abideler, müzeler ve tiyatrolar gibi varlıkların bulunduğu bölgeleri kapsamaktadır. Kültür turizmi faaliyetleri doğası itibarı ile diğer turizm faaliyetleri gibi somut ve soyut unsurlarından bileşiminden oluşmakta ve misafir memnuniyeti ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, hizmet sunumunda çok sayıda aktörün yer alması (rehber, host, şoför, kamu görevlileri, yerel halk vb.), kalitenin belirleyicisinin turistler olması ve turistlerin değerlendirmelerinde subjektif unsurların ön plana çıkabilmesi kültür turlarında standardizasyonu ve sürekli misafir memnuniyetini güçlendirmektedir. Tur süresince karşılaşılan hizmet hataları, öngörülme aksaklıklar, kişisel değerlendirmelere bağlı hoşnutsuzluklar gibi çok çeşitli nedenler ile kültür turlarında da çeşitli şikâyetler oluşmaktadır. Buradan hareketle mevcut araştırmada kültür turlarındaki şikâyetler ve turistlerin şikâyet davranışları incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre kültür turlarındaki en önemli şikâyet konuları tur süresince yeteri kadar mola verilmemesi, mola noktalarındaki personelin işini iyi yapmaması, tur otobüsünün yeterli kadar temiz olmaması, tur rehberinin karşılama ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı olmaması ve rehberin anlatımlarının yeteri kadar açıklayıcı olmamasıdır. Kültür turlarındaki şikâyetler ana gruplar bağlamında kategorize edildiğinde ise bu turlarda zaman zaman mola kaynaklı şikâyetler ve otobüs personeli kaynaklı şikâyetlerin olduğu görülmektedir. Diğer yandan kültür turlarında karşılaşılan şikâyet davranışları ise, turistlerin sosyal ve görsel medyada şikâyetlerini dile getirmeleri, yasal haklarını kullanmaları ve seyahat acentasına şikâyetlerini bildirmeleridir. Başka bir



deyişle kültür turlarına katılan ve araştırmaya dahil edilen katılımcılar daha çok sesli tepkiler şeklinde şikâyet davranışında bulunmaktadır.

Kültür turlarında müşteri şikâyetleri ve şikâyet davranışlarının ele alındığı bu araştırmanın sonuçları kültür turlarının niteliğinin artırılması hususunda önemli ipuçları vermektedir. Bu kapsamda uygulanması tavsiye edilen öneriler ise aşağıdaki şekildedir;

- Kültür turlarının rotaları tekrar gözden geçirilerek rota planlamalarında mola noktalarının çoğaltılması sağlanmalıdır.
- Mola noktalarının alt-yapı ve üst-yapı arz olanakları turist görüş ve beklentileri doğrultusunda iyileştirilmelidir.
- Gerek tur personeli gerekse destinasyonlardaki hizmet sağlayıcılar için düzenli eğitim programları organize edilerek personel ve hizmet sunumu niteliği artırılmalıdır.
- Tur otobüsü personeli ve tur otobüsü hijyeni konusundaki şikâyetler dikkate alınarak, seyahat acentalarının otobüs denetimlerini arttırmaları ve rehberlere bu konuda geniş yetkiler vermeleri sağlanmalıdır.
- Kültür turlarında turist rehberlerinin yetkileri artırılarak, tur lideri ve turist rehberi arasında kesin ayrımlar yapılmalıdır.
- Kültür turlarında arazi yapısına uygun ulaşım araçlarının tahsis edilmesi ve turlarda kullanılacak toplu taşıma araçlarının (otobüs vb.) kullanım ömrünün 5 yıl ile sınırlandırılması gerekmektedir. Alt-yapıya yönelik bu tür iyileştirmeler hizmet kalitesi bağlamında pozitif katkılar sağlayacaktır.

Nevşehir bölgesinde organize edilen kültür turlarındaki şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarını ele alan bu araştırma sosyal bilimlerin alanındaki diğer araştırmalar gibi çeşitli sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak araştırmanın uygulaması zaman sınırlılığı sebebiyle 3 ay ile sınırlandırılmış ve karşılaştırmalı iki dönem bazında incelemeler yapılamamıştır. Diğer yandan veri toplama sürecinde sadece turlara katılan turistlere anket uygulanmıştır, tur düzenleyicileri ve tur personelinin şikâyetler hakkındaki görüşleri değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca araştırmada yalnızca anket yöntemi ile veri toplanmış, nitel araştırma tekniklerinden faydalanılmamıştır. Dolayısıyla ilerleyen dönemde mevcut araştırmanın sonuçları da dikkate alınarak daha kapsamlı ve çok boyutlu araştırmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Birim, S., Anıtsal, M. M., ve Anıtsal, İ. (2016). "A Model of Business Performance in The US Airline Industry: How Customer Complaints Predict the Performance?". *Business Studies Journal*, 8 (2), 96-111.
- Blodgett, J. G., Bakir, A., Saklani, A., Bachheti, M., ve Bhaskar, S. (2015). "Customer Complaint Behavior: An Examination of Cultural vs. Situational Factors". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, 28, 61-74.
- Blodgett, J. G., ve Granbois, D. H. (1992). "Toward an Integrated Conceptual Model of Consumer Complaining Behavior". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5 (1), 93-103.
- Cambra-Fierro, J., Melero, I., ve Sese, F. J. (2015). "Managing Complaints to Improve Customer Profitability". *Journal of Retailing*, 91 (1), 109-124.
- Hsiao, Y. H., Chen, L. F., Choy, Y. L., ve Su, C. T. (2016). "A Novel Framework for Customer Complaint Management". *The Service Industries Journal*, 36 (13-14), 675-698.



- Kevoe-Feldman, H. (2018). “The Interactional Work of Suppressing Complaints in Customer Service Encounters”. *Journal of Pragmatics*, 123, 102-112.
- Lapr , M. A., ve Tsikriktsis, N. (2006). “Organizational Learning Curves for Customer Dissatisfaction: Heterogeneity Across Airlines”. *Management Science*, 52 (3), 352-366.
- Li, M. (2010). “Exploration of Chinese Consumer Complaint Behaviour in the Hospitality Industry”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevada Üniversitesi, Las Vegas.
- Oxford Dictionary (2018). Definition of Complaint. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/complaint> (Erişim Tarihi: 06.05.2018).
- Singh, J. (1988). “Consumer Complaint Intentions and Behaviour: Definitional and Taxonomical Issues”. *The Journal of Marketing*, 52 (1): 93-107.
- Snellman, K. ve Vihtkari, T. (2003). “Customer Complaining Behaviour in Technology-Based Service Encounters”. *International Journal of Service Industry Management*, 14 (2): 217-231.
- Susskind, A. M. (2005). “A Content Analysis of Consumer Complaints, Remedies, and Repatronage Intentions Regarding Dissatisfying Service Experiences”. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (2), 150-169.
- Tao, K., Karande, K., ve Arndt, A. D. (2016). “How Angry Customer Complaints Influence Salesperson Commitment to Service Quality”. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 24 (3), 265-282.
- Voorhes, C. M. ve Brady, M. K. (2005). “A Service Perspective on The Drivers of Complaints Intentions”. *Journal of Service Research*, 8 (2): 192-203.
- Wilson Jerry, R. (1999). *Word-Of-Mouth Marketing over the Long Run*, New York: John Wiley.
- Zorlu, Ö., Çeken, H., ve Kara, A. M. (2013). “Otel İşletmelerinde Restoran Şikâyetlerinin Şikâyet Davranışlarına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (3), 529-554.



Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Fakültelerin Müfredatlarının İncelenmesi

Examination of The Curriculum of The Faculties Providing Undergraduate Tourism Guidance Education

Zeynep İŞÇELİ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey
Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-8428-2636> - zeynepisceli@gmail.com

Dr.Öğr.Üyesi Gonca KILIÇ

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey
Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-8221-4808> – kilicgonca @aku.edu.tr

Özet

Amaç ve Önem: Bu araştırmanın amacı Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların ders müfredatları incelenerek Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nin 9. maddesine göre turist rehberi olabilmek için gerekli sertifika programında okutulması gereken zorunlu derslerin yönetmeliğe uygunluğunu araştırmaktır. Bu araştırma ilgili yönetmeliğe göre yer alan derslerin okutulup okutulmadığını tespit etmek, müfredatlardaki farklılıkları belirlemek açısından önemlidir.

Yöntem: Araştırmada, turist rehberi ve turist rehberliği eğitimi ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın amacı kapsamında Türkiye’de lisans düzeyinde Turizm Rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulları tespit etmek için 2017-2018 yıllarına ait ÖSYM Yükseköğretim Programlarının bir arada bulunabildiği YÖK Atlas web sayfasından yararlanılmıştır. Bununla birlikte, ders müfredatlarını tespit etmek amacıyla da ilgili fakültelerin ve yüksekokullarının web sitelerine girerek ders programları incelenmiştir. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Meslek Yönetmeliği ile ders müfredatlarının uygunluğunu tespit etmek amacıyla da sertifika programı için verilmesi gereken zorunlu dersler tablolar oluşturularak sunulmuştur.

Bulgular: Türkiye’de toplam 35 Üniversitenin 37 bölümünde lisans düzeyinde turizm rehberliği alanında eğitim verildiği ve bölümlerin “Turizm Rehberliği” ve “Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği” olmak üzere iki farklı şekilde adlandırıldığı tespit edilmiştir. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nin sertifika programı için okutulması zorunlu olan bazı derslerin bazı üniversitelerde seçmeli ders olarak okutulduğu görülmüştür. Bununla birlikte, derslerin isimlerinin de ilgili bölümlerde farklılaşabildiği görülmüştür.

Özgünlük/ Bilimsel Katkı: Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların müfredatlarının incelenmesi açısından ve Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde yer alan turist rehberi olabilmek için gerekli sertifika programında okutulması zorunlu olan derslerin müfredatlara uygunluğunu tespit etmek açısından önemlidir. Gerekli literatür incelendiğinde de daha önce bu şekilde yapılmış bir çalışmaya rastlanmaması araştırmanın önemini arttırmaktadır.

Sınırlılıklar: Bu araştırmada sadece lisans düzeyinde eğitim veren fakülte ve yüksekokulların müfredatları incelenmiştir. Benzer çalışmalara rastlanmamış olması araştırma sonuçlarını karşılaştırma imkânının olmamasına neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm Rehberliği Eğitimi, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, Müfredat

Makale Türü: Araştırma makalesi



Abstract

Purpose and Importance: The aim of this study is to examine the curriculum of the faculties and colleges which give undergraduate level tourism guidance training in Turkey and investigate the regulatory compliance of the compulsory courses taught in the tourist guidance certificate program according to the article 9 of the Tourist Guiding Professional Regulation. This research is important in terms of determining whether the courses are taught according to the relevant regulation and differences in the curriculum.

Methodology: In the study, literature review on tourist guide and tourist guide education was conducted. To identify faculties and colleges that give Tourism Guidance training, YÖK Atlas web site was used. This website contains all 2017-2018 ÖSYM Higher Education programs in Turkey. In order to identify the curricula, the course curricula were examined using the web sites of faculties and colleges. In order to determine the appropriateness of course curricula with the 6326 Tourist Guidance Profession Law and Profession Regulations, compulsory courses for the certificate program were investigated.

Findings: In Turkey, a total of 35 universities and 37 departments give under-graduate level tourism guidance training. There are two different departments that give this training: "Tourism Guidance" and "Travel Management and Tourism Guidance". It was observed that some of the courses that are mandatory for the certificate program according to the regulation are taught as elective courses at some universities. Moreover, it can be seen that the names of the courses can also different.

Originality/ Scientific Value: This study is important in terms of examining the curriculum of the faculties and colleges which give undergraduate level tourism guidance training in Turkey and determining the regulatory compliance of the compulsory courses taught in the tourist guidance certificate program. When the relevant literature was reviewed, it was seen that there were no such study had been done before.

Limitations: In this study, only the curricula of faculties and colleges giving undergraduate education were examined. The results could not be compared with other studies because of the absence of similar studies.

Key Words: Tourism Guidance Training, Tourist Guidance Profession Law, Curriculum.

Paper Type: Research paper

Giriş

Sürekli bir gelişim gösteren turizm endüstrisinin emek yoğun bir sektör olması, turizm faaliyetlerini gerçekleştiren diğer bir değişle çalışan kişilerin de nitelikli olması açısından büyük önem taşımaktadır. Özellikle de ülkenin ve destinasyonların tanıtımını yapan ve dolayısıyla da turistlerin kafasında bir ülke imajının oluşmasında etkili olan turist rehberlerinin rolü çok büyüktür. Bu nedenle, turist rehberlerine verilen eğitim-öğretim de önem kazanmaktadır.

TUREB'in 2018 yılı verilere göre Türkiye'de ülkesel ve bölgesel, eylemli ve eylemsiz olmak üzere toplam 10454 kayıtlı rehber bulunmaktadır. Türkiye'de ülkesel turist rehberi sayısı 9783 kişi iken, ülkesel eylemli turist rehberi sayısı ise toplam 6642'dir. Türkiye'de toplam bölgesel turist rehberi sayısı 671 kişi olup, bunların 525'i eylemli turist rehberidir. İstanbul Turist Rehberleri Odası 2914'ü ülkesel, 170'i bölgesel eylemli olmak üzere toplam 4496 rehber ile Türkiye'de en fazla kayıtlı rehberlere sahip oda olma niteliğini taşımaktadır.

Bölgesel turist rehberlerinin bölgelere göre dağılımı incelendiğinde sırasıyla Marmara Bölgesi'nde 518 rehber, Ege Bölgesi'nde 430 rehber, Akdeniz Bölgesi'nde 419 rehber, İç Anadolu Bölgesi'nde 369 rehber, Karadeniz Bölgesi'nde 158 rehber, Güneydoğu



Anadolu Bölgesi'nde 78 rehber, Doğu Anadolu Bölgesi'nde ise 38 rehberin bulunduğu tespit edilmiştir.

Yabancı Dillerine göre turist rehberlerinin sayıları incelendiğinde en çok 6544 rehberin İngilizce dilinde rehberlik hizmeti verdikleri, bunları sırasıyla 1642 rehber ile Almanca dilinde hizmet veren rehberlerin, 1123 rehber sayısı ile Fransızca dilinde hizmet veren rehberlerin olduğu ve 696 rehber ile İspanyolca, 674 rehber ile Rusça, 588 rehber ile Japonca, 554 rehber ile İtalyanca hizmet veren rehberlerin takip ettiği belirlenmiştir.

Bu araştırmanın amacı Türkiye'de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların ders müfredatları incelenerek Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin 9. (dokuzuncu) maddesine göre turist rehberi olabilmek için gerekli sertifika programında okutulması gereken derslerin yönetmelik açısından uyumu araştırılmıştır.

1. Turist Rehberi Kavramı

Günümüzde turist rehberi, turizm sektörünün vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Bunun nedeni ise, kitleler halinde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinde meydana gelen artış ve son yıllarda harcanan çaba ve maliyetler ile kazanılan turistlerin sürekli müşteri haline gelebilmesinde turist rehberlerinin rolü daha da önemli olmuştur (Batman, 2003:118). Dolayısıyla, Dünyada boş zamanın artması, gelir seviyesinin yükselmesi insanları seyahat etmeye ve turizme katılmaya yönlendirmiştir. Uluslararası turizm hareketlerinin artması sonucu ülkeler turizm endüstrisinden daha fazla pay almak ve daha fazla turisti kendi ülkelerine çekmek amacıyla çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar. Bu konuda ulusal turist rehberlerine önemli görevler düşmektedir. Turist rehberleri ülkelerine gelen turistlerin tatillerinden memnun ayrılması, tekrar o ülkeye gelmesi ve müşteri sadakati sağlanması konusunda oldukça etkili olmaktadır (Tetik, 2006: 20).

Bir turist rehberi ile hizmet daha kaliteli sunulabileceği gibi, çok kalitesiz bir düzeye de indirilebilir (Batman, 2003: 118). Rehberler; otel işletmesi, seyahat acentası ve müşteri üçgeninde çalışan bireyler olması sebebi ile turizm faaliyetlerinin müşteri açısından olumlu veya olumsuz algılanmalarında çok etkili olmaktadır. Rehberlerin işlerine verdikleri önem aynı zamanda hizmetin etik olarak yerine getirilip getirilmemesinde de etkili olmaktadır (Kozak ve Nergiz, 2016: 132).

Turist rehberliğinde profesyonelliği oluşturan ve bir turist rehberinin taşıması gereken sorumluluklar şu unsurları içerir; Turistin güzel bir seyahat ve tatil deneyimi yaşamasına yardımcı olmak, ülke hakkında olumlu ve iyi bir imaj oluşmasına katkıda bulunmak, turistin beklentisini seyahat işletmesinin hizmetleri doğrultusunda karşılamak, bilgisini doğru, anında ve ilginç bir biçimde sunmak, bilgiyi anlaşılabilir şekilde ve yorum yaparak aktarmak, ülkeyi, turiste sunulan ürünü, turu ve hizmetin özelliklerini iyi tanımak, turistin ve sunulan hizmetin özelliklerine göre davranmak, bireylerarası iletişim becerilerinde yetkin olmak, sürekli kendisini yenilemek, bilgi, kültür ve deneyimini artırmak, meslek sırlarını başkalarıyla paylaşmamak, dürüst, doğru, adil ve tutarlı olmak, sorumluluk sahibi ve disiplinli olmak, liderlik nitelikleri taşımaktır (Yarcan, 2007: 35-36).

Turistin güzel bir seyahat ve tatil deneyimi yaşamasına yardımcı olmak, ülke hakkında olumlu ve iyi bir imaj oluşmasına katkıda bulunmak, turistin beklentisini seyahat işletmesinin hizmetleri doğrultusunda karşılamak, bilgisini doğru, anında ve ilginç bir biçimde sunmak, bilgiyi anlaşılabilir şekilde ve yorum yaparak aktarmak, ülkeyi, turiste sunulan ürünü, turu ve hizmetin özelliklerini iyi tanımak, turistin ve sunulan hizmetin



özelliklerine göre davranmak, bireylerarası iletişim becerilerinde yetkin olmak, sürekli kendisini yenilemek, bilgi, kültür ve deneyimini artırmak, meslek sırlarını başkalarıyla paylaşmamak, dürüst, doğru, adil ve tutarlı olmak, sorumluluk sahibi ve disiplinli olmak, liderlik nitelikleri taşımaktır.

Turist rehberi, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre bu kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişilerdir. Bu Kanunun 2. maddesine göre ise turist rehberliği hizmeti, seyahat acentacılığı faaliyeti olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal ve benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesini, ifade eder.

Turist rehberleri fiziksel görünümünün yanı sıra sabır ve anlayış, mizah kabiliyetinin olması gibi insani özelliklerinin yanında, liderlik, kararlılık, davranış esnekliği ve mesleki etik gibi bazı unsurları da taşıması beklenmektedir. Bununla birlikte, profesyonel turist rehberinin hem ülke tanıtımını sağlamaları, dolayısıyla ülkenin olumlu imaj oluşturmalarına yardım eden kişiler olması ve ülkenin doğal, tarihi ve kültürel özelliklerini tam ve doğru şekilde anlatmalarının gerekliliği nedeniyle, hem de turizm işletmeleri ve turistler için stratejik önem taşıması sebebiyle bu mesleği gerçekleştiren bireylerin çok iyi eğitim almalarının sağlanması gerekmektedir (Batman, 2003: 118).

2. Turizm Rehberliği Eğitimi

Türkiye'de turizm eğitimi, örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Örgün turizm eğitimi veren öğretim kurumları, ortaöğretim ve yükseköğretim düzeyinde, mesleki turizm eğitimi veren okullardan oluşmaktadır. Yaygın turizm eğitimi ise; gerek resmi gerekse özel kurumlar tarafından verilen kısa süreli mesleki kurslar niteliğinde bir görünüm arz etmektedir (Pelit ve Güçer, 2006:143).

Örgün mesleki turizm eğitimi bir diplomaya yönelik olarak eğitim öğretim kurumlarında yapılan eğitim türüdür. Turizm mesleki eğitimi Türkiye'de orta öğretim ve yükseköğretim düzeyinde olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 25). Ortaöğretim düzeyinde örgün turizm eğitimi Aşçılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Özel Turizm Otelcilik Meslek Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi gibi liseler tarafından verilmektedir. Bununla birlikte, bu liselerde öğrenim verilen alanlar Yiyecek-İçecek Hizmetleri, Konaklama ve Seyahat Hizmetleri şeklindedir.

Yükseköğretimde örgün turizm eğitimi ise, Yükseköğretim Kurulu'na bağlı üniversitelerde iki yıl süreyle devam eden önlisans eğitimi meslek yüksekokulları, dört yıl süre ile devam eden lisans eğitimi fakülte ve yüksekokullar ve Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde yer alan yüksek lisans ve doktora eğitimini içermektedir (Erdoğan ve Yılmaz, 2012: 19). Türkiye'de eğitim sisteminin örgütlenişi ve işleyişi dikkate alındığında, yükseköğretimde turizm eğitiminin amacı, mesleki etik ilkeler doğrultusunda bireylere turizm alanında bilgi birikiminin aktarılması, turizm sektöründeki faaliyet kollarına ait teorik ve pratik bilgi ve becerilerin kazandırılması şeklindedir (Sert, 2012: 215). Meslek yüksekokulları bünyesindeki turizm programları sektörün gereksinim duyduğu analiz yeteneği olan becerikli ve nitelikli, orta kademe yönetici adayları yetiştirmeyi amaçlar. Bununla birlikte, bu programların kuruluş amaçları arasında yöresel işgücünün yetiştirilmesi



de yer almaktadır (Hacıoğlu vd., 2008: 42). Yüksekokul ve Lisans düzeyinde verilen eğitimin amacı ise sektör için planlamacı ve araştırmacı elemanlar yetiştirmek yanında sektör içerisinde yer alan işletmelerde hizmet vermek üzere, üst düzey yönetici yetiştirmeyi amaçlamaktadırlar (Tuyluoğlu, 2003: 25). Turist rehberliği bölümleri açısından incelendiğinde ise gerek önlisans ve gerekse lisans eğitimi açısından bakıldığında Turizm Rehberliği Bölümünden gerekli koşulları sağlayarak mezun olan öğrenciler; YDS'den (Yabancı Dil Sınavı) en az 75 puan almış, 45 günlük (ülkesel) veya 8 günlük (bölgesel) yurtiçi uygulama gezisini tamamlamaları durumunda, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na başvuruda bulunarak Profesyonel Turist Rehberliği Kimlik Kartı alabilmekte ve ülke genelinde Türkçe veya kimliğinde yazılı dilde/dillerde Turizm Rehberliği yapabilmektedirler (Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, 2018).

2547 Sayılı Yüksek Öğretim Kanunu çerçevesinde 2003-2004 öğretim yılına kadar, Türkiye'de yükseköğretim kurumları bünyesinde; "turizm ve otelcilik", "otel yöneticiliği", "turizm işletmeciliği ve otelcilik", "turizm işletmeciliği", "mutfak yönetimi", "yiyecek içecek işletmeciliği", "turizm yönetimi", "turizm rehberliği", "seyahat ve tur işletmeciliği", "seyahat işletmeciliği ve tur operatörlüğü" "seyahat işletmeciliği" vb. isimlerde turizm önlisans programları yürütülmüştür. MEB-YÖK Meslek Yüksek Okulları Program Geliştirme Projesi kapsamında yapılan bir çalışmayla birlikte, önlisans düzeyindeki turizm programları; "Turizm ve Otel İşletmeciliği" ve "Turizm ve Seyahat İşletmeciliği" olmak üzere iki ana program olarak tekrar düzenlenmiştir. 2009-2010 Eğitim Öğretim Yılından itibaren ise bu programlar, "Ağırlama Hizmetleri" ve "Turizm ve Seyahat Hizmetleri" şeklinde yeniden yapılandırılmıştır. Ancak "Ağırlama Hizmetleri" programının adı, 2010-2011 öğretim yılında yeniden "Turizm ve Otel İşletmeciliği" olarak değiştirilmiştir (Boylu ve Arslan, 2014: 83). Bununla birlikte günümüzde ise "Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri" veya "Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri" bölümleri gibi isimler ile adlandırıldığı ve "Aşçılık", "Turizm ve Otel İşletmeciliği", "İkram Hizmetleri", "Turizm ve Seyahat Hizmetleri", "Otel İşletmeciliği", "Turizm Animasyonu", "Seyahat İşletmeciliği ve Tur Operatörlüğü" gibi programların yer aldığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm eğitimi veren meslek yüksekokullarında rehberlik alanında "Turist Rehberliği" adlı program altında eğitim ve öğretim verildiği görülmüştür.

Yaygın turizm eğitimi incelendiğinde ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ile Vakıf ve Özel Kuruluşlar bünyesinde gerçekleştirilen kurslar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Hacıoğlu vd., 2008: 25). Bununla birlikte, TÜRSAB tarafından verilen enformasyon memurluğu kursu da örnek gösterilebilir. Turist Rehberliği açısından ise TUREB tarafından verilen veya diğer bir deyişle Kültür ve Turizm Bakanlığı gözetim ve denetimi altında Birlik veya Birliğin uygun görüşü ile odalar tarafından ücretli veya ücretsiz olarak sunulan turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre uzman turist rehberi yetiştirilmesi ve turist rehberlerinin çeşitli konularda eğitilmesini sağlamak amacıyla uzmanlık eğitimi programları uygulanmaktadır (TUREB,2015). Örneğin, Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası "Anadolu İpek yolu Lezzet Durakları Gastronomi ve Gurme Uzmanlığı" Semineri düzenlenmesi gibi.

Ayrıca, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile belirlenen esas ve usuller çerçevesinde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında Birlik tarafından düzenlenen dersler, konferanslar ve uygulama gezilerinden oluşan ülkesel veya bir ya da birden fazla bölgede düzenlenecek bölgesel turist rehberi yetiştirme programları da uygulanmaktadır (TUREB, 2018:40).



3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın amacı Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların ders müfredatları incelenerek Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nin 9. (dokuzuncu) maddesine göre turist rehberi olabilmek için gerekli sertifika programında okutulması gereken derslerin yönetmeliğe uygunluğunun araştırılmasıdır. İlk önce literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve ortaya konulmuştur. Bu çerçevede, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ne göre sertifika programında okutulması gereken zorunlu dersler şunlardır: (TUREB, 2018):

- Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı,
- Meslek Etiği ve Meslek Dersi,
- Dinler tarihi
- Türkiye’nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası,
- İletişim Becerileri
- Genel Türk Tarihi ve Kültürü,
- Arkeoloji
- Türk Dili ve Edebiyatı,
- Mitoloji,
- Anadolu Medeniyetleri Tarihi,
- Turizm Sosyolojisi
- Türkiye’nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi,
- Müzecilik
- Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım, Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı,
- Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları,
- Sanat Tarihi, İkonografi.

Meslek dersleri de bu araştırma da Seyahat Acentacılığı, Tur Yönetimi ve Rehberlik dersleri şeklinde ele alınarak incelenmiştir.

Türkiye’de lisans düzeyinde Turizm Rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulları tespit etmek amacıyla araştırmada 2017-2018 yıllarına ait ÖSYM Yükseköğretim Programlarının bir arada bulunabildiği YÖK Atlas web sayfasından faydalanılmış olup, ders müfredatlarını tespit etmek amacıyla da ilgili üniversitelerin web sitelerinden lisans düzeyinde Turizm Rehberliği bölümü olan fakültelerin ve yüksekokullarının ders programları incelenmiştir. 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Meslek Yönetmeliği” ile uygunluk durumunu tespit etmek amacıyla da sertifika programı için verilmesi gereken zorunlu dersler tablolar oluşturularak sunulmuştur. Buna karşılık, 10 tane Devlet Üniversitesi ve 1 Vakıf Üniversitesi’nin müfredatlarına ulaşamamış olup yeni kuruldukları veya kurulma aşamasında olduklarına dair bilgiye ulaşılmıştır. Bu nedenle bu bölümlerin ders müfredatları incelemeye alınamamıştır. Dolayısıyla incelemeye Türkiye’de turizm rehberliği alanında lisans eğitimi veren toplam 37 bölümden, 26 tanesi incelemeye alınmıştır.

4. Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği-Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Programı Olarak Eğitim Veren Üniversiteler, Yüksek Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelere Ait Bilgiler, Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelerde okutulan zorunlu ve seçmeli derslere ilişkin



bulgular yer almıştır. Buna göre, lisans düzeyinde Turizm Rehberliği-Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Programları adı altında eğitim veren üniversiteler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1’e göre, Türkiye’de Turizm Rehberliği eğitimi veren toplam 35 Üniversite’nin 2 tanesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda, 1 tanesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, 1 tanesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu’nda, 1 tanesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi’nde, 1 tanesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi’nde, 1 tanesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Fakültesi’nde ve 31 tanesi de Turizm Fakültesi bünyesinde yer almaktadır.

Tablo 1. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği-Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Programı Olarak Eğitim Veren Üniversiteler

	Üniversite	Fakülte Yüksekokul	Bölüm	Devlet Vakıf	Ücretli Ücretsiz	1.öğretim 2.öğretim
1	Adıyaman	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
2	Adnan Menderes	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.ve 2.Öğretim
3	Afyon Kocatepe	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.ve 2.Öğretim
4	Akdeniz	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
5	Akdeniz	Manavgat Tur. Fak.	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
6	Aksaray	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
7	Alaaddin Keykubat	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
8	Anadolu	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
9	Atatürk	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
10	Balıkesir	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.ve 2.Öğretim
11	Batman	Tur. İşl. ve O. Y.O.	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
12	Bülent Ecevit	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
13	Ege Üniversitesi	Çeşme Tur.veO. Y.O	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
14	Erciyes	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
15	Gümüşhane	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
16	İstanbul Gelişim	İkt. İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Turizm Rehberliği	Vakıf	Burs Seçenekler i	1.Öğretim
17	İstanbul Medeniyet	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
18	İzmir Kâtip Çelebi	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
19	Kafkas	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
20	Karabük	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
21	Kastamonu	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
22	Mersin	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
23	Necmettin Erbakan	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
24	Nevşehir Hacı Bektaş Veli	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
25	Nişantaşı	Uyg. Bilim. Y.O.	Turizm Rehberliği	Vakıf	Burs Seç.	1.Öğretim
26	Ondokuz Mayıs	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
27	Pamukkale	Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim



28	Selçuk	Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
29	Sinop	Tur. İşl. ve O.Y.O.	Turizm Rehberliği	Devlet	Ücretsiz	1.ve 2.Öğretim
30	Yaşar	İktisadi İdari Bil. Fak	Turizm Rehberliği	Vakıf	Ücretli ve B.	1.Öğretim
31	Adıyaman	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
32	Çanakkale 18 Mart	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
33	Esk. Osman Gazi	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
34	Gazi	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
35	Kırklareli	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
36	Sakarya	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.Öğretim
37	Selçuk	Turizm Fakültesi	Sey. İşl.ve Tur.Reh.	Devlet	Ücretsiz	1.ve 2.Öğretim

Fakülte ve Yüksekokulların bölümlere göre isimleri incelendiğinde, 30 tane Turizm Rehberliği bölümü ve 7 tane de Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü bulunmaktadır. Bunların 34 tanesi Devlet Üniversitesi olarak eğitim vermekte iken, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Nişantaşı Üniversitesi ve Yaşar Üniversitesi de 3 tane Vakıf Üniversitesi olarak eğitim vermektedir.

Devlet üniversitelerindeki fakültelerin 5 tanesinde II. öğretim olarak da eğitim-öğretim verilirken, Vakıf Üniversitelerinde ücretli eğitimin yanında %25, %50 ve % 75 burslu eğitim imkânı da sunulduğu tespit edilmiştir. Yüksek Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelere ilişkin bilgiler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Yüksek Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelere Ait Bilgiler

SIRA	Üniversite	Enstitü	Ana bilim dalı	Devlet Vakıf	Tezli/ tezsiz	1.öğretim 2.öğretim
1	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Turizm Rehberliği	Devlet	Tezsiz	2.Öğretim
2	Akdeniz Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Turizm Rehberliği	Devlet	Tezsiz	2.Öğretim
3	Balıkesir Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Turizm Rehberliği	Devlet	Tezli	1.Öğretim
4	Mersin Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Turizm Rehberliği	Devlet	-	-
5	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Turizm Rehberliği	Devlet	Tezli	1.Öğretim
6	Gazi Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Turizm Rehberliği	Devlet	Tezsiz	1.Öğretim
7	Selçuk Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü	Seyahat İşl. ve Turist Rehberliği	Devlet	Tezli	1.Öğretim



Tablo 2'e göre, yüksek lisans ve doktora eğitimleri incelendiğinde, yüksek lisans turizm rehberliği eğitimi veren toplam 7 Üniversite bulunmaktadır. Bunların 3 tanesi tezli yüksek lisans eğitimi, 3 tanesi ise tezsiz yüksek lisans eğitimi vermektedir. Tezsiz turizm rehberliği eğitim veren üniversitelerden Afyon Kocatepe Üniversitesi ve Akdeniz Üniversitesi'nde 2. öğretim olarak eğitim verilirken, Gazi Üniversitesinde ise 1. öğretimde Tezsiz yüksek lisans eğitimi verildiği tespit edilmiştir. Mersin Üniversitesi'nin sitesinde yüksek lisans ile ilgili detaylı bilgiye ise ulaşılamamıştır. Turizm rehberliği alanında doktora düzeyinde Türkiye'de hiçbir üniversitede eğitim verilmediği tespit edilmiştir.

Tablo 3. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelerin Akademik Kadroların Unvanlarına Göre Dağılımları

SIRA	ÜNİVERSİTE	Prof.	Doçent	Dr.öğr. Üyesi	Öğretim Görevlisi	Araş. Gör.
1	Adıyaman Üniversitesi	2		1		
2	Adnan Menderes Üniversitesi	2		1	1	1
3	Afyon Kocatepe Üniversitesi		1	2	2	1
4	Akdeniz Üniversitesi	1	2	3		
5	Akdeniz Üniv.Manavgat Turizm Fak.			3		
6	Aksaray Üniversitesi			3		
7	Anadolu Üniversitesi	1	1	1	2	5
8	Balıkesir Üniversitesi	1	3	1		2
9	Batman Üniversitesi	1	1	2		2
10	Ege Üniversitesi Çeşme Yük.	1	1	1	1	1
11	İstanbul Gelişim Üniv.			4		2
12	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi	1	1	3		2
13	Kastamonu Üniversitesi			1	1	2
14	Mersin Üniversitesi		2	3	8	1
15	Necmettin Erbakan Üniversitesi		1	3		1
16	Nevşehir Hacı Beştaş Veli Üniversitesi		1	1	3	4
17	Ondokuz Mayıs Üniversitesi			3		2
18	Pamukkale Üniversitesi		3			
19	Sinop Üniversitesi			3		1
20	Yaşar Üniversitesi	1	1	1		1
21	Adıyaman Üniv.Sey.İşl.	1		2		
22	Çanakkale 18 Mart Üniv.Sey.İşl.		2	4	2	3
23	Gazi Üniv. Sey.İşl.	1	5	1	1	1
24	Kırklareli Üniv. Sey.İşl.			3		2
25	Selçuk Üniv. Sey.İşl.	1	2	3	2	1
26	Selçuk Üniv. Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi		1	4	1	1

Türkiye'de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların toplam 37 bölümünden, 11 tanesine ait akademik personel ile ilgili bilgi



olmadığı için 26 tane bölüme ait akademik kadroların unvanlara göre incelemesi tablo 3'te sunulmuştur. Buna göre, lisans düzeyinde turizm rehberliği ve seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümlerinde eğitim veren üniversitelerde toplam 14 Profesör, 28 Doçent, 57 Dr. Öğr. Üyesi, 24 Öğretim Görevlisi ve 36 tane de Araştırma Görevlisi bulunduğu belirlenmiştir.

Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerde 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Yönetmeliğine göre okutulması zorunlu derslerin fakültelerinin müfredatları açısından incelenerek tablo 4'te ve tablo 5'te sunulmuştur.

Lisans düzeyinde Turizm Rehberliği eğitimi veren kurumların müfredatları araştırıldığında ortaya çıkan bulgulara göre her üniversitede farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Üniversitelerin farklı sınıflarında farklı dönemlerinde görülen dersler Meslek Yönetmeliği'ne göre zorunlu dersler olarak düzenlenmiş olup seçmeli dersler şeklinde olanlarda ayrı bir tablo da verilmiştir. Toplamda Türkiye'de lisans düzeyinde turizm rehberliği bölümü olarak 35 üniversite ve 37 bölümden oluşmaktadır. Bu fark ise Akdeniz Üniversitesinde iki farklı fakültede turizm rehberliği bölümünün yer almasından ve bununla birlikte Adıyaman Üniversitesi turizm fakültesinde hem turizm rehberliği hem de seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümlerinin yer almasından kaynaklanmaktadır. Bunlardan 10 tane Devlet Üniversitesi ve 1 Vakıf Üniversitesi'nin müfredatlarına ulaşılamamış olup yeni kuruldukları veya kurulma aşamasında olduklarına dair bilgiye ulaşılmıştır. Bu nedenle bu bölümlerin ders müfredatları incelemeye alınamamıştır.

Tablo 4'e göre 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Yönetmeliği" ne göre okutulması zorunlu dersler Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı, Meslek Etiği ve Meslek Dersi, Türkiye'nin Tarihi Ve Turizm Coğrafyası, Genel Türk Tarihi Ve Kültürü, Türk Dili Ve Edebiyatı, Arkeoloji, Mitoloji, Sanat Tarihi, İkonografi, Dinler Tarihi, Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım, Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı, İletişim Becerileri, Anadolu Medeniyetleri Tarihi, Türk Halk Bilimi ve Geleneksel Türk El Sanatları, Türkiye'nin Flora ve Faunası, Doğa Tarihi, Turizm Sosyolojisi, Müzecilik, olarak belirtilmiş bu derslerin isimlerinin üniversitelerde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliğine göre turist rehberliği sertifikası almak için okunması gereken zorunlu derslerden biri de Meslek Dersleri olarak belirtilmiştir. Bu araştırmada da meslek dersleri Seyahat Acentacılığı, Tur Yönetimi ve Rehberlik dersleri şeklinde ele alınarak incelenmiştir.

Tablo 4. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelerde Okutulan Zorunlu Dersler

SIRA	ÜNİVERSİTE	Genel Turizm	Turizm Mevzuatı	Türkiye'nin Tarihi	Anadolu Med. Tarihi	Genel Türk Tarihi ve Kültürü	Türkiye Coğrafyası	Türk Dili ve Edebiyatı	Sanat Tarihi ve İkonografi	Dinler Tarihi	İletişim Becerileri	Rehberlik
1	Adıyaman	X	-----	X	X	-----	X	X	X	X	X	X
2	Adnan Menderes	X	X	X	X	X	X	X	-----	X	X	X
3	Afyon Kocatepe	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Akdeniz	X	X	X	X	-----	X	X	X	X	X	X
5	Akdeniz Manavgat T.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



Fak.												
6	Aksaray	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
7	Anadolu	X	X	X	X	----	X	X	X	X	X	X
8	Balıkesir	X	X	X	----	X	X	X	X	X	----	X
9	Batman	X	X	X	X	X	X	X	X	----	X	X
10	Ege	X	----	X	X	X	----	X	X	X	----	X
11	İstanbul Gelişim	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
12	İzmirKatip Çelebi	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
13	Kastamonu	X	X	X	X	----	X	X	X	X	X	X
14	Mersin	X	X	X	X	X	X	X	----	----	X	X
15	Necm. Erbakan	X	X	X	X	----	X	X	X	X	X	X
16	Hacı Beştaş Veli	X	X	X	X	X	X	X	X	X	----	X
17	Ondokuz Mayıs	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
18	Pamukkale	X	X	X	X	----	X	X	X	X	X	X
19	Sinop	X	X	X	X	----	X	X	X	X	X	X
20	Yaşar	X	X	X	X	X	X	X	X	X	----	X
21	Adıyaman	X	X	X	----	----	X	X	X	X	X	X
22	Ç. 18 Mart	X	X	X	X	X	X	X	X	----	----	X
23	Gazi	X	X	X	----	----	X	X	X	X	----	X
24	Kırklareli	X	X	X	X	----	X	X	----	X	----	X
25	Selçuk	X	X	X	X	X	X	X	X	----	X	X
26	Beyşehir Ali Akkanat T. Fak.	----	X	X	X	X	X	X	----	X	X	X

Tablo 4 incelendiğinde bütün üniversitelerde Türk Dili ve Edebiyatı, Türkiye'nin Tarihi ve Rehberlik derslerinin olduğu, diğer derslerinde hemen hemen bütün üniversitelerde farklı isimlerde de olsa verildiği belirlenmiştir.

Tablo 5. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelerde Okutulan Zorunlu Dersler

SIRA	ÜNİVERSİTE	Arkeoloji	Mitoloji	Müzecilik	Türk Halk Bilimi	Genel Sağlık Bilgisi	Turizm Sosyolojisi	Türkiye'nin Flora Faunası	Seyahat Acentacılığı	Tur Yönetimi	Meslek Etiği
1	Adıyaman	X	X	----	----	X	X	----	----	----	----
2	Adnan Menderes	X	X	----	X	X	----	----	X	X	----
3	Afyon Kocatepe	X	X	X	X	X	X	----	X	X	X
4	Akdeniz	X	X	X	X	X	X	----	X	X	----
5	Akdeniz Manavgat Turizm Fak.	X	X	X	X	X	X	----	X	X	----
6	Aksaray	X	X	X	X	----	----	----	X	X	X
7	Anadolu	X	----	X	----	X	X	X	----	X	X
8	Balıkesir	X	X	X	X	----	X	X	----	----	----



9	Batman	X	X	X	X	X	X	X	----	X	X
10	Ege	X	X	----	----	----	----	----	----	----	----
11	İstanbul Gelişim	X	X	X	----	X	X	X	X	X	X
12	İzmir Katip Çelebi	X	X	----	X	X	----	X	X	X	----
13	Kastamonu	X	X	----	----	X	X	X	X	X	----
14	Mersin	X	X	X	X	X	----	X	X	X	X
15	Necmettin Erbakan	X	X	X	----	X	----	----	X	X	----
16	Hacı Beştaş Veli	X	X	X	----	X	----	----	X	----	X
17	Ondokuz Mayıs	X	X	X	X	X	X	----	X	X	X
18	Pamukkale	X	X	X	X	X	X	X	X	X	----
19	Sinop	X	X	----	X	X	----	----	X	X	X
20	Yaşar	X	X	X	X	X	X	X	----	----	X
21	Adıyaman Sey.İşl.	X	X	X	----	----	----	X	----	X	----
22	Çanakkale 18 Mart	X	X	----	----	----	----	----	X	X	----
23	Gazi	----	----	----	----	----	----	X	X	X	----
24	Kırklareli	----	X	----	----	----	X	----	X	X	----
25	Selçuk	X	X	X	----	----	----	X	X	X	----
26	Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fak.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin sertifika programı için okutulması zorunlu olan Meslek Etiği, Halk Bilimi ve El Sanatları, Türkiye'nin Flora ve Faunası, Turizm Sosyolojisi ve Müzecilik derslerinin bazı üniversitelerde seçmeli ders olarak verildiği görülmüştür. Buna ilişkin bulgular tablo 6' da sunulmuştur. Buna göre, turizm rehberliği alanında lisans eğitimi veren bölümlerin ders müfredatlarının incelenmesi sonucu toplam 26 bölümden, 22 bölümde bu derslerin seçmeli dersler şeklinde verildiği tespit edilmiştir. Buna karşılık, dört bölümde ise zorunlu dersler şeklinde okutulduğu görülmüştür.

Tablo 6. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelerde Seçmeli Olarak Okutulan Dersler

SIRA	ÜNİVERSİTE	Meslek Etiği	Halk Bilimi ve El Sanatları	Türkiye'nin Florası	Turizm Sosyolojisi	İletişim Becerileri	Müzecilik
1	Adıyaman	----	X	X	X	----	X
2	Adnan Menderes	----	----	X	----	----	X
3	Afyon Kocatepe	----	----	X	----	----	----
4	Akdeniz	----	----	----	----	----	----
5	Akdeniz Manavgat Turizm Fakültesi	----	----	----	----	----	----
6	Aksaray	----	----	X	X	----	----
7	Anadolu	----	X	----	----	----	----
8	Balıkesir	----	----	----	----	----	----
9	Batman	X	X	----	----	----	----
10	Ege	----	X	----	----	----	X
11	İzmir Katip Çelebi	X	----	----	X	----	X



12	Kastamonu	----	X	----	----	----	X
13	Mersin	----	----	----	----	----	----
14	Necmettin Erbakan	----	----	----	X	----	----
15	Hacı Bektaş Veli	----	----	----	X	X	----
16	Ondokuz Mayıs	----	----	X	----	----	----
17	Pamukkale	----	----	----	----	----	----
18	Sinop	----	----	----	----	----	X
19	Adıyaman Sey.İşl.	X	----	X	----	----	----
20	Çanakkale 18 Mart	----	----	X	X	----	----
21	Gazi	X	X	----	----	----	----
22	Kırklareli	X	----	X	----	----	X

Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği eğitimi veren üniversitelerde okutulan veya müfredatlarında bulunan yabancı dil dersleri tablo 7’de sunulmuştur. Buna göre İngilizce’nin bütün üniversitelerin ders müfredatlarında yer aldığı, dolayısıyla en çok tercih edilen yabancı dil olduğu görülmüştür. Dünya’da en çok konuşulan dillerden biri olması nedeniyle İngilizce’nin ders müfredatlarında tercih edildiği şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 7’e göre Rusça ve Almanca dillerinin ise üniversiteler tarafından İngilizce’den sonra en çok tercih edilen yabancı dil dersleri olduğu belirlenmiştir. Bu durum ise Türkiye’yi en çok milliyetleri göre gelen ziyaretçi ve turistlerin bu ülkelerden gelmesi nedeniyle bu dillerin öğretildiği söylenebilir. Ayrıca, Ege Üniversitesi’nde İtalyanca’nın ilgili bölümde temel dil dersi olarak okutulduğu görülmüştür. Buna karşılık, Bulgarca ve Farsça gibi dillerin ise bazı üniversitelerin seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği bölümlerinde ders müfredatında yer aldığı fakat üniversiteler tarafından öğretim vermek için en az tercih edilen diller olduğu belirlenmiştir.

Tablo 8. Lisans Düzeyinde Turizm Rehberliği Eğitimi Veren Üniversitelerdeki Yabancı Dil Derslerinin İlişkin Bilgiler

SIRA	Üniversite	İngilizce	Almanca	Fransızca	Rusca	Çince	Japonca	İspanyolca	İtalyanca	Arapça	Bulgarca	Farsça
1	Adıyaman	X	X	X	X	X	X	--	X	X	--	--
2	Adnan Menderes	X	X	X	X	X	X	X	--	--	--	--
3	Afyon Kocatepe	X	X	X	X	X	--	--	--	X	--	--
4	Akdeniz	X	X	--	X	--	--	--	--	--	--	--
5	Akdeniz Manavgat	X	--	X	X	X	--	X	--	--	--	--
6	Aksaray	X	X	--	X	--	--	--	--	--	--	--
7	Anadolu	X	X	X	X	--	--	--	--	--	--	--
8	Balıkesir	X	X	X	X	--	--	--	--	--	--	--
9	Batman	X	X	X	X	--	X	--	--	--	--	--
10	Ege	X	--	--	--	--	--	--	X	--	--	--
11	İstanbul Gelişim	X	--	--	X	--	--	--	--	X	--	--
12	İzmir Katip Çelebi	X	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



13	Kastamonu	X	X	X	X	X	--	--	--	--	--	--
14	Mersin	X	X	--	X	--	--	--	--	--	--	--
15	Necmettin Erbakan	Z	X	X	X	--	--	--	--	--	--	--
16	Nevşehir Hacı Beştaş Veli	X	X	X	--	--	X	--	X	--	--	--
17	Ondokuz Mayıs	X	X	X	X	--	--	--	--	X	--	--
18	Pamukkale	X	X	--	X	X	X	X	X	--	--	--
19	Sinop	X	X	--	X	--	--	--	--	X	--	--
20	Yaşar	X	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
21	Adıyaman Sey.İşl.Fak.	X	X	X	X	--	--	--	--	--	--	--
22	Çanakkale 18 Mart	X	X	--	X	--	X	--	--	--	--	--
23	Gazi	X	X	X	X	X	--	X	--	X	--	X
24	Kırklareli	X	X	--	X	--	--	--	--	X	X	--
25	Selçuk	X	X	--	X	--	--	--	--	--	--	--
26	Selçuk Beyşehir Tur.	X	X	--	X	--	--	--	--	X	--	--

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmanın amacı Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların ders müfredatlarının incelenerek, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nin 9. (dokuzuncu) maddesine göre turist rehberi olabilmek için gerekli sertifika programında okutulması gereken derslerin yönetmelik açısından uygunluğunun araştırılmasıdır.

Türkiye’de Turizm Rehberliği eğitimi veren toplam 35 Üniversite’nin örgütleniş biçimleri incelendiğinde, 2 tanesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda, 1 tanesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, 1 tanesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu’nda, 1 tanesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi’nde, 1 tanesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi’nde, 1 tanesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Fakültesi’nde ve 31 tanesi de Turizm Fakültesi bünyesinde eğitim vermektedir.

Yüksek Lisans ve Doktora eğitimleri incelendiğinde, Yüksek Lisans Turizm Rehberliği eğitimi veren toplam 7 Üniversite’nin 3 tanesi tezli yüksek lisans eğitimi verirken, 3 tane üniversitenin ise tezsiz yüksek lisans eğitimi verdiği tespit edilmiştir. Turizm Rehberliğine ilişkin tezsiz yüksek lisans eğitimi veren üniversitelerden Afyon Kocatepe Üniversitesi ve Akdeniz Üniversitesi tezsiz yüksek lisans eğitimini 2.öğretim olarak, Gazi Üniversitesinde ise 1.öğretimde tezsiz yüksek lisans eğitimi verdiği tespit edilmiştir. Doktora eğitiminin ise turizm rehberliği anabilim dalı veya bilim dalı olarak henüz hiçbir üniversitede verilmediği tespit edilmiştir.

Türkiye’de lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların akademik kadrolarının unvanlara göre sayıları incelendiğinde, lisans düzeyinde turizm rehberliği ve seyahat işletmeciliği veya turizm rehberliği bölümlerinde eğitim veren üniversitelerde toplam 14 Profesör, 28 Doçent, 57 Dr. Öğr. Üyesi, 24 Öğretim Görevlisi ve 36 tane de Araştırma Görevlisi bulunduğu tespit edilmiştir.

Lisans düzeyinde Turizm Rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokulların müfredatları araştırıldığında ortaya çıkan sonuçlara göre üniversitelerin müfredatları



açısından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Derslerin müfredatta farklı sınıflarda ve farklı dönemlerde olduğu ve 6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Yönetmeliği” ne göre sertifika programında okutulması gereken zorunlu derslerin bazılarının çeşitli üniversitelerde seçmeli ders (Meslek Etiği, Halk Bilimi ve El Sanatları, Türkiye’nin Flora ve Faunası, Turizm Sosyolojisi ve Müzecilik) olarak da verildiği tespit edilmiştir.

Lisans düzeyinde turizm rehberliği eğitimi veren üniversitelerde İngilizce yabancı dilinin bütün üniversitelerin ders müfredatlarında yer aldığı, dolayısıyla en çok tercih edilen yabancı dil olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, Almanca ve Rusça dillerinin ise üniversiteler tarafından İngilizceden sonra en çok tercih edilen yabancı dil dersleri olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında, üniversitelerin ilgili bölümlerinin müfredatlarında Japonca, Çince, İspanyolca, İtalyanca gibi derslerinin de olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık, Bulgarca ve Farsça gibi dillerin ise çok az üniversitenin müfredatında yer aldığı görülmüştür. Bütün bu elde edilen bilgiler çerçevesinde araştırmamızın sonucunda sunabilecek öneriler şu şekildedir.

- İlgili Yönetmelik’te turist rehberliği sertifikası alabilmek için okutulması gereken bazı derslerin bir kısım üniversitelerde seçmeli olması, o derslerin öğrenciler tarafından öğrenilmemesine neden olabilmektedir. İlgili derslerin de zorunlu hale getirilmesi bu hususta düşünülebilir.
- Branşlaşmaya yönelik rehberlik eğitimlerinin de üniversitelerin turizm rehberliği bölümlerinde verilmesi önem taşımaktadır. Diğer bir deyişle, turizm çeşitlerine göre turist rehberleri yetiştirmeye yönelik derslerin verilmesi iyi bir yaklaşım olacaktır. Örneğin, botanik turizmüne yönelik ders müfredatın da “Türkiye’nin flora ve faunası dersinin verilmemesi” gibi hususlara dikkat edilmelidir.
- Turizm rehberliği bölümlerinde okutulan yabancı dil derslerinin sektördeki rehber ihtiyacını da dikkate alarak düzenlenmesi önem taşımaktadır.

Bütün bu öneriler çerçevesinde ders müfredatlarının da bölümler açısından birbirleri ile uyumlu hale getirilmesi önemlidir.

Kaynakça

- AKÜ. (2018). <http://turizm.aku.edu.tr/bolum-genel-tanitimi3/> (Erişim tarihi: 01.07.2018).
- Batman, O. (2003). "Türkiye’deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma". *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2),117-134.
- Boylu Y. ve Arslan E. (2014). “Türkiye’deki Turizm Eğitiminin Rakamsal Gelişmeler Açısından Değerlendirilmesi”. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1): 79-97.
- Erdinç, S.B. ve Yılmaz, G. (2012). “Günümüzde Turizm Eğitiminin Yükseköğretim İçerisindeki Yeri”, *Turizm Eğitimi Konferansı- Tebliğler*, ss.17-31, Ankara, Türkiye, (17-19 Ekim 2012).
- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye’de Turizm Eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, A. K. ve Nergiz, G.H. (2016). *Turizmde Etik, Kavramlar, İlkeler ve Standartlar* (Gözden Geçirilmiş 5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Pelit E. ve Güçer E. (2006). “Turizm Alanında Öğretmenlik Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm İşletmelerinde Yaptıkları Stajları Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma”. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1): 139-164.
- Sert, S. (2012). “Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Memnuniyet Düzeyleri ile Not Ortalamaları Arasındaki İlişki”, *Turizm Eğitimi Konferansı- Tebliğler*. ss.215-225, Ankara, Turkey, (17-19 Ekim 2012).



- Tetik, N. (2006). “Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)”. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TUREB (Turist Rehberleri Birliği). (2018). 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu. Ankara: Dönmez Ofset.
- TUREB (Turist Rehberleri Birliği). (2015). <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/79>. (Erişim tarihi: 03.07.2018).
- TUREB (Turist Rehberleri Birliği). (2018). <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>. (Erişim tarihi: 09.07.2018).
- Tuyluoğlu, T. (2003). “Türkiye’de Turizm Eğitiminin Niteliği”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yarcan, Ş. (2007). “Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.