

Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Nurdane Taş • Prof. Dr. Atınç Olcay • Doç. Dr. Esra Çıkmaz



Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Nurdane Taş

Prof. Dr. Atınç Olcay

Doç. Dr. Esra Çıkmaz



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şehitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozgurayinlari.com

✉ info@ozgurayinlari.com

Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Nurdanc Taş • Prof. Dr. Atınç Olcay • Doç. Dr. Esra Çıkmaz

Language: Turkish

Publication Date: 2024

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-975-447-910-2

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub465>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Taş, N., Olcay, A., Çıkmaz, E. (2024). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi*. Özgür Publications. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub465>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozgurayinlari.com/>



Ön Söz

Türkiye'nin sahip olduğu yer üstü ve yer altı tarihi, kültürel, ve doğal zenginlikleri yerli ve yabancı turistlere en etkili şekilde tanıtılmasını sağlayan ve tanıttığı yerin imajının belirlenmesinde önemli bir yeri olan profesyonel turist rehberleri turizm endüstrisinin başarısının en önemli unsurlarından biridir. Bu araştırma, Gaziantep Turist Rehberleri Odası ve Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı olarak hizmet veren profesyonel turist rehberlerinin çeşitli faktörler açısından verimlilik düzeylerinin tespit edilmesi ile profesyonel turist rehberlerinin iş verimliliklerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Tez konumun seçiminde değerli öneri ve görüşleriyle bana destek olan tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Atınç OLCAY'a ve her konuda desteğini esirgemeyen, her soruma anında cevap veren, önemli olduğumu hissettiren değerli hocam Doç. Dr. Esra ÇIKMAZ'a sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Bu zamanlara gelmemde emeği ve katkısı bulunan Sayın Doç. Dr. Neşe KAFA ve Sayın Doç. Dr. Reşat ARICA hocama şükran ve sevgilerimi sunarım, bana her zaman destek olan değerli bir arkadaşım, hayatımda oldukları ve bana sundukları herşey için aileme, sürekli ne okuyorsun, okul bitince ne olacak diye soran babama şükran ve sevgilerimi sunarım.

Nurdane TAŞ

Temmuz 2024

İçindekiler

Ön Söz	iii
Kısaltmalar	vii
1 Giriş	1
Araştırmanın Konusu ve Problem	3
Araştırmanın Amacı ve Önemi	5
Araştırmanın Yöntemi	5
Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	6
Araştırmanın Modeli	6
Ölçme Aracı ve Veri Toplama Süreci	7
Verilerin Dağılımı	8
Pilot Uygulama ve Ölçümünün Güvenilirliği	10
Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği	10
Hipotezler	17
Sayıtlar	19
Sınırlılıklar	19
Konu ile İlgili Ulusal ve Uluslararası Tezler/Araştırmalar	20
2 Kavramsal Çerçeve	27
Turizm Kavramı	27
Turist Kavramı	29
Turizm Endüstrisinin Unsurları	30
Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri	34
Seyahat Acentacılığı Kavramı	36
Seyahat Acentalarının Faaliyet Alanları	37
Seyahat Acentelerin İlgili Bazı Mesleki Örgütlenmeler	40
Tur Operatörlüğü	48

3	Verimlilik ve İş Tatmini	51
	Verimlilik Kavramı	51
	Verimlilik Türleri	55
	Verimlilik Çemberi	56
	İş Tatmini Kavramı	57
	Turizm Endüstrisinde Verimlilik	65
4	Profesyonel Turist Rehberliği	69
	Profesyonel Turist Rehberliği Mesleği	69
5	Bulgular	93
	Katılımcıların Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine Ait Bulgular	93
	Profesyonel Turist Rehberi Verimlilik Algı Ölçeğine Ait Bulgular	96
	Araştırmadaki Hipotezlere Ait Bulgular	99
6	Sonuç, Tartışma ve Öneriler	119
	Sonuç	119
	Tartışma	122
	Öneriler	123
	Kaynakça	125
	Ekler	143

Kısaltmalar

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABTA	: Association of British Travel Agents/ Britanya Seyahat Acentaları Derneği
ARED	: Ankara Turist Rehberleri Derneği
ARTA	: Association of Retail Travel Agents/ Perakendeci Seyahat Acentaları Birliği
ASTA	: Amerikan Society of Travel Agents/ Amerikan Seyahat Acenteleri Birliği
ATRO	: Aydın Turist Rehberleri Odası
DTÖ	: Dünya Turizm Örgütü
ECTAA	: The European Travel Agents and Tour Operators Associations/ Ulusal Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri Birliği
EFCO ve HPA	: The European Federation of Camping Site Organisations/ Avrupa Kamping Yeri İşletmeleri Federasyonu
ETOA	: The European Tour Operators Association/ Avrupa Tur Operatörleri Birliği
EXPO	: Exposition/ Dünya-Uluslararası-Botanik Sergileri
FTO	: International Federation of Tour Operators/ Uluslararası Tur Operatörleri Federasyonu
GARO	: Gaziantep Turist Rehberleri Odası
HOTREC	: Hotels, Restaurants and Cafes in Europa/ Avrupa Otel, Restoran ve Kafeler Birliği
IATA	: International Air Transportation Association/ Uluslararası Havayolu Taşımacılığı Birliği

IATM	: International Association of Tour Managers/ Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği
ICAO	: International Civil Aviation Orgaznization/ Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü
IFTO	: International Federation of Tour Operators/ Uluslararası Tur Operatörleri Federasyonu
IHA	: International Hotel Association/ Uuslararası Otelciler Birliği
IRU	: International Road Transport Union/ Uluslararası Kara Taşımacılığı Birliği
İRO	: İstanbul Turist Rehberleri Odası
İZRO	: İzmir Turist Rehberleri Odası
PTR	: Profesyonel Turist Rehberi
REHBERANT	: Antalya Rehberler Derneği
SHGM	: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
SKAL	: Uluslararası Turizm Dostları Kulübü
ŞURO	: Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası
TUGEV	: Turizm Geliştirme Vakfı
TUREB	: Turist Rehberleri Birliği
TÜROB	: Türkiye Otelciler Birliği
TÜROFED	: Türkiye Otelciler Federasyonu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TYD	: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
UFTAA	: Universal Federation of Travel Agents Association/ Dünya Seyahat Acenteleri Federasyonu
UNWTO	: United Nations World Tourism Organization/ Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
VB	: Ve benzeri
VD	: Ve diğerleri
WATA	: World Association of Travel Agents/ Dünya Seyahat Acentaları Birliği
WFTGA	: World Federation of Tourist Guide Associations/ Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu
WTO	: World Tourism Organization /Dünya Turizm Örgüt

BÖLÜM 1

Giriş

Endüstri devrimi ile başlayan çalışma koşullarının düzenlenmesi, insanların boş vaktinin oluşması, teknolojinin gelişmesi, ulaşım imkânlarının daha gelişmiş olması ve gelir düzeylerinin artması gibi sosyo-ekonomik gelişmeler, turizm faaliyetlerinin de artmasını sağlamıştır. Artan turizm taleplerini karşılamak ve yoğun rekabet ortamında ayakta kalmak isteyen turizm işletmeleri teknolojik değişimlere ayak uydurabilmek durumundadır. Bu bağlamda; insan faktörüne dayalı turizmde personel eğitimi ve profesyonel turist rehberlerinin yetiştirilmesi önem verilmesi gereken başlıca konular haline gelmiştir (Yıldırım, 2021: 65).

Türkiye; jeopolitik konumu, doğal güzellikleri, tarihi değerleri gibi sahip olduğu avantajlar ile turizm sektöründe gelişen ve güçlenen bir ülkedir. Türkiye’de turizm, küreselleşen dünyada ekonominin ve ticaretin önemli sektörlerinden biri konumundadır. Profesyonel turist rehberliği eğitimin ve bilgi teknolojisinin artması ile daha popüler bir hale gelmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm, döviz arttırıcı ve istihdam oluşturuvcu özelliklerinden dolayı önemli bir gelir arttırıcı konumundadır (Kurtuluş, 2023: 46).

21. yüzyılda bilinçli tüketiciler olarak ortaya çıkan turistlerin anlamlı ve bilgilendirici bir seyahat deneyimi yaşamalarına yönelik olarak yaşanan turizm deneyimi önem kazanmıştır. Yaşanılan turizm deneyimi noktasında, turistlerin destinasyon hakkında bilgi edinmelerinde ve destinasyonu yorumlamalarında en önemli kişi profesyonel turist rehberleridir. Profesyonel turist rehberleri ülkenin tarihi, kültürel ve doğal değerlerini turistlere doğru şekilde aktaran ve turistlere seyahatleri süresince yardımcı olan kişilerdir (Koç, 2022: 96).

Profesyonel turist rehberleri turizm sektöründe bilgi ve donanım yönünden en yetkili kişilerdir. Rehberlerin çalışma alanı içindeki turistik destinasyonları tarihi mitlerine kadar ayrıntılı bir şekilde bilmeleri gerekmektedir. Ayrıca rehberlerin iyi derecede iletişim ve liderlik yetenekleri olması gerekmektedir. Turistler ilk kez ziyaret ettikleri bir destinasyonu turist rehberlerinden öğrenmektedirler. Bu yüzden rehberin destinasyona ne derecede hakim olduğu, nasıl aktardığı ve turistin destinasyonu nasıl yorumlayacağı gibi faktörler rehberin verimliliğine bağlıdır (Derinalp, 2022: 36).

Turist rehberliği sektörün destinasyonu benimseme ve öğrenme konularında oldukça büyük bir role sahiptir. Rehberli tur yapan turistler bireysel seyahat edenlere göre yaşanabilecek her türlü olumsuzluğu en aza indirmiş olmaktadır. Çünkü rehberli turlarda oluşabilecek tüm sorunları çözme yetkisi, liderlik yetkisi, grubu eğlendirme sorumluluğu turist rehberlerine aittir. Bu aşamada rehberin performansı, turu yönetebilme kabiliyeti, bilgisi, kalitesi, yorumlama becerisi gibi unsurlar destinasyon hakkında ya olumlu ya da olumsuz imaj oluşturabilmektedir. Kültür elçisi olan rehberlerin önemi, söz konusu faktörler dikkate alındığında ortaya çıkmaktadır (Yıldırım, 2021: 64).

Yapılan bu araştırmanın temel amacı, GARO (Gaziantep Turist Rehberleri Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)'ya kayıtlı profesyonel turist rehberlerinin verimliliklerini etkileyen faktörlerin değerlendirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda, yapılan alanyazın araştırmasında rehberlerin performansına, destinasyonun algılanmasına, tekrar ziyaret etme isteğindeki etkisine, rehberlerin rollerine yönelik araştırmalar bulunmuştur. Ancak rehberlerin verimliliğine yönelik araştırmaların dar yelpazede olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu araştırmanın yapılmasına olanak sağlamıştır. Bu anlamda yapılan araştırmanın alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Araştırma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde giriş ve araştırmanın tanıtıcı bilgileri, araştırmanın yöntemi, modeli ve hipotezleri yer almaktadır. İkinci bölümde turizm, turist, turizm endüstrilerinin unsurları ile seyahat acentaları ve tur operatörlüğü, gibi ana unsurların tanımlamalarının yer aldığı kavramsal çerçeve; üçüncü bölümde verimlilik ve iş tatmini üzerine yapılan araştırmalar yer almaktadır. Dördüncü bölümde profesyonel turist rehberliği üzerine yapılan araştırmalar ve Gaziantep ile Şanlıurfa hakkında bilgiler yer almaktadır. Beşinci bölümde bulgular yer almaktadır. Altıncı bölümde ise araştırmanın bulgularından elde edilen sonuçların yer aldığı sonuç bölümü, araştırmanın sonuçlarının daha önceki çalışmalar ile olan karşılaştırmasının olduğu tartışma bölümü, ve araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen verilere dayanarak, Gaziantep ve Şanlıurfa'daki rehberlere yönelik önerilerin bulunduğu öneri bölümü yer almaktadır.

1.1. Araştırmanın Konusu ve Problem

Değişen dünya koşullarını fark edip hayata geçirebilen ve geleceği yönetme vizyonuna sahip işletmelerin ön planda olduğu turizm sektörü, giderek şiddetli hale gelen rekabete ayak uydurmak zorundadır. Turizm sektörü ekonomik açıdan Türkiye'nin önemli kaynaklarının başında gelmektedir. Öyle ki turizm sektörü ülkenin “bacasız sanayisi” olarak geçmektedir. Hızla gelişen ve büyüyen turizm endüstrisinde ayakta kalmak isteyen işletmeler bu değişime ayak uydurmak zorundadırlar. Hammaddesi insan olan turizm sektöründe firmaların sürdürülebilirliğinin en önemli unsuru personeldir. Bu yüzden personelin eğitimine, kalifiye olmasına ve verimliliğine dikkat edilmelidir (Gürsoy, 2019: 3).

21. yüzyılda küreselleşmenin ve ekonomik gelişmenin etkileriyle artan turizm hareketliliğinden kaynaklanan arzın karşılanması aşamasında önemli bir role sahip olan turist rehberlerinin eğitimi oldukça önemlidir. Turist rehberliğinin tarihsel gelişimi incelendiğine, M.Ö. Eski Mısır Dönemi'ne kadar uzanan turist rehberliği mesleği Sanayi Devrimi ile gerçekleşen hızlı değişimlerle zamanla bugünkü halini almıştır. Turist rehberlerinin destinasyonun algılanmasında ve kültürel değerlerin korunmasındaki katkıları oldukça önemlidir. Yerli ve yabancı turistlerin ilk anlarından son anlarına kadar onlara eşlik eden rehberin yorumlama ve mesleki yeterliliğinin destinasyonu anlamalarında ve destinasyonu tekrar ziyaret etmelerinde etkilidir. Türkiye, turistik ürün konusunda oldukça avantajlı ülkelerdendir. Sahip olduğu tarihi, kültürel, doğal birçok değeri mevcuttur. Söz konusu bu değerleri yerli ve yabancı turistlere en etkili şekilde tanıtan ve tanıttığı ülkenin birinci dereceden reklam yüzü olan kişiler turist rehberleridir. Ülkenin imajının belirlenmesinde, destinasyonun tanıtımı ve destinasyonda turistlerin daha uzun süre konaklamalarını sağlama, ülkenin kalkınması ve döviz girdisinin oluşması noktasında önemli bir yeri olan rehberlerin, ülkenin sahip olduğu güzellikleri turistlere aktarırken, profesyonel turist rehberlerinin verimliliği bu noktada çok önemli bir rol oynamaktadır (Özbaş ve Türkmen, 2023: 337).

Profesyonel turist rehberlerinin işlerini olumlu ve başarılı bir şekilde yapabilmeleri tur esnasında sahip olması gereken rollere bağlıdır. Profesyonel turist rehberleri tur esnasında; liderlik, yol gösterici, bilgilendirici ve yorumlayıcı rollerinin yanı sıra turistleri ilgi çekici yerlere yönlendiren, turistlere destinasyonu deneyimleme ve turistler üzerinde olumlu ruhsal izlenimler bırakma, turistler ve destinasyon bölgesiyle etkili iletişim kurabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Bilgilendirici rolün verdiği sorumluluk ile turistlere ev sahipliği yaparken destinasyon hakkında bilgilendirme ve yeni

kültürel değerleri kazandırma yeteneğinde sahip olan turist rehberlerinin rollerini yerine getirebilmesinde verimliliğin üst seviyelerde olması gerekmektedir (Acar, 2014: 9).

Türkiye'nin sahip olduğu kültürel değerler ve doğal güzellikleriyle iki önemli destinasyon Gaziantep ve Şanlıurfa, tüm yönleriyle tanıtılmalıdır. Tanıtım aşamasında Kültür ve Turizm Bakanlığınca hazırlanan reklamlardan daha etkili olan turist rehberlerinin verimliliği oldukça önemlidir. Kelime anlamı verimli olma durumu olarak açıklanan verimlilik kavramı her devrin üzerinde durduğu bir konudur. Turizmde ise verimlilik en az insan gücü ile en fazla çıktıyı almak şeklinde tanımlanabilmektedir. Turist rehberlerinde ise verimlilik; müşteri memnuniyetini önemseyen, empati yeteneği olan, destinasyon ve tur ile ilgili bilgilere hakim, genel kültürü iyi, insani ilişkilerde iyi, iletişim becerisi güçlü, liderlik vasıflarına sahip, sorunlarda çözüm odaklı, grubu yönetme becerisine sahip olma gibi birçok kalifiye özelliği bulundurması olarak tanımlanmaktadır (Sarı,2022). Her meslekte olduğu gibi profesyonel turist rehberliği mesleğinde, verimlilik önemli bir alanı oluşturmaktadır. Rehberlerin verimliliğini tura katılan turist grubu, seyahat acentasının çalışma koşulları, destinasyonun tura hazır olması, oluşan taleplerin karşılanması etkilemektedir. Turist rehberlerinin turun algılanmasındaki önemi düşünüldüğünde performanslarının ve performanslarını etkileyen faktörlerin de incelenmesi oldukça önemlidir. Rehberlik mesleğini icra edenlerin verimliliklerini arttırmak için mesleğe yönelik kaygılarının giderilmesi gerekmektedir.

GARO (Gaziantep Turist Rehberleri Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)'ya kayıtlı profesyonel turist rehberlerinin verimliliklerinin çeşitli faktörler açısından değerlendirilmesi araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Araştırma konusunun ulusal literatürde sınırlı olması, Turist rehberlerinin verimliliklerinin ölçülmesi ile ilgili ölçeğin ilgili literatürde olmaması sebebi ile araştırma konusunun önemli olduğunu göstermektedir.

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama model tercih edilmiştir. Bu model birden fazla çeşitli problemlerde kullanılabilir. Bir durumu ya da olayı tespit edip değerlendirme yaparak olaylar arasında olası ilişkileri ortaya çıkarmak için kullanılan bir modeldir (Coşkun vd., 2019: 260). Bu bağlamda, profesyonel turist rehberlerinin iş verimliliği üzerine algılarını keşfetmek ve iş verimliliklerini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmaya yönelik gerçekleştirilen araştırmanın temel problemi, GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin çeşitli açılardan verimlilik düzeylerinin tespit edilmesidir.

Belirlenen temel problem cümlesinin yanı sıra belirlenen alt problem cümleleri ise şu şekildedir:

- GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin verimlilik algılarına ilişkin demografik değişkenlerle ve çalışma şekillerine göre anlamlı bir farklılık var mıdır?
- GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin çeşitli faktörler açısından verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?
- GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin çeşitli değişkenlerinin arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Ulusal alanyazında profesyonel turist rehberlerine ilişkin araştırmaların sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma ile GARO (Gaziantep Turist Rehberleri Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)'ya kayıtlı olarak hizmet veren profesyonel turist rehberlerinin çeşitli faktörler açısından verimlilik düzeylerinin tespit edilmesi ile profesyonel turist rehberlerinin iş verimliliklerini etkileyen faktörleri, ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Dolayısıyla ulusal alanyazında böyle bir boşluğu doldurmak hem de profesyonel turist rehberlerine yönelik ölçek geliştirme alanında yapılacak araştırmaların artırılması yönünde katkı sağlamak bununla birlikte profesyonel turist rehberlerinde verimlilik üzerine araştırma yapmak isteyen araştırmacılara yol göstermek düşüncesiyle bu araştırma önemli görülmektedir.

1.3. Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilimlerde araştırma verilerinin toplanması için izlenebilecek yöntemlerden biri nicel araştırma yöntemidir (İslamoğlu ve Alnaçık, 2014: 120). Nicel araştırma yöntemleri, durum ve olaylara, nesne ya da kişilere yönelik algı ya da davranışların gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sonuçların birbiriyle kıyaslanabilir olması, sayısal verinin toplanmasını sağlayan bir araştırma türüdür. Nicel araştırma yönteminin üç temel özelliğe sahip olduğu görülmektedir. Birincisi, gözlemlerin doğrudan ya da dolaylı olarak ölçülebilir olabilmesi için sayısallaştırılması, ikincisi gözlem ya da ölçümlerin farklı ortamlarda farklı zaman diliminde ve farklı örneklerde tekrardan yapılabilmektedir. Üçüncüsü ise elde edilen sonuçların farklı zaman dilimi ya da örneklem grubu için kıyaslanabilir olmasıdır (Kozak, 2021). Bu araştırmada nicel yöntem uygulanıp, GARO (Gaziantep Turist Rehberleri

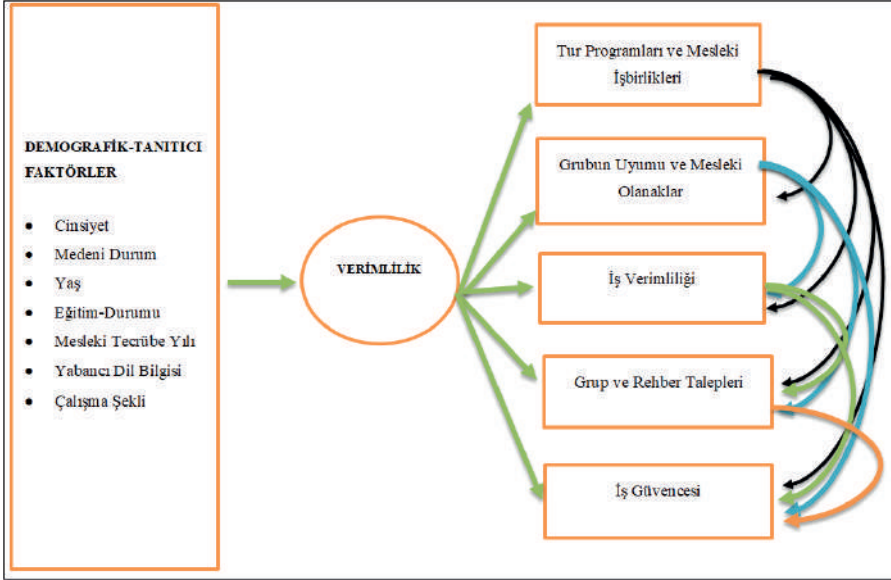
Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)'ya kayıtlı olarak hizmet veren profesyonel turist rehberlerinin çeşitli faktörler açısından verimlilik düzeylerinin tespit edilmesi ile iş verimliliklerini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak amacıyla veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Verileri birçok kişiden toplamak için veri toplama aracı olarak anket tekniği tercih edilmiştir (Padem vd., 2012: 68). Araştırma sonucunda elde edilen verilerin dağılımına göre, parametrik analizler uygulanmıştır. Analizler istatistiksel paket programı olan SPSS aracılığıyla yapılmıştır. Anket tekniği ile toplanan verilere, güvenilirlik analizi, betimleyici istatistikler, keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, korelasyon analizi, çoklu regresyon analizi, bağımsız örneklem T-Testi ve ANOVA analizi yapılmıştır.

1.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evreni, bulgularının genellendiği ve içerisinden örnekleminin seçildiği elemanlar bütünüdür. Her araştırma kendine has bir evrene sahip olup, araştırma amacına uygun biçimde çeşitli değişken ve özelliklere göre sınıflara ayrılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 125). Araştırmalarda evrenin ne olduğu ve ne üzerinde çalışma yapılacağı, açık bir biçimde tanımlanmalıdır (Akbulut, 2010: 5). Örneklemden elde edilen çıkarımların ilgili evrene genellenmesi için evreni gerçekten temsil eden bir örneklem seçmek son derece önemlidir (Bhattacharjee, 2021: 66). Örneklem; evreni temsil etme yeterliliğine sahip daha küçük sistemdir. Yapılan bu araştırmanın evrenini, GARO (Gaziantep Turist Rehberleri Odası)'ya kayıtlı 197 turist rehberi ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)'ya kayıtlı 203, aktif olarak çalışan 400 profesyonel turist rehberi oluşturmaktadır. Bu çalışmada evren sayısı 400 olduğu için örneklem seçimine gidilmemiş olup evren içerisinde yer alan tüm bölgesel eylemli-eylemsiz rehberlere ulaşılması hedeflenmiştir.

1.5. Araştırmanın Modeli

Söz konusu bu araştırma, tarama modelleri içinden ilişki tarama modeline göre düzenlenmiştir. İki ya da ikiden fazla değişken arasında birlikte bir değişimin varlığını ve derecesini tespit etmeyi amaçlayan araştırma modelleri ilişki tarama modeli olarak tanımlanmaktadır (Şimşek, 2007). Dolayısıyla çalışmada değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için bir model tasarlanmıştır. Araştırmada tasarlanan model Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

1.6. Ölçme Aracı ve Veri Toplama Süreci

GARO (Gaziantep Turist Rehberleri Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)' ya kayıtlı olarak hizmet veren profesyonel turist rehberlerinin çeşitli faktörler açısından verimlilik düzeylerinin tespit edilmesi ile iş verimliliklerini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak amacıyla nicel araştırmalarda tercih edilen anket tekniği kullanılmıştır.

Araştırmada uygulanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde profesyonel turist rehberlerinin demografik özelliklerinin tespit edilmesine ve tanıtıcı bilgilerini belirlemeye yönelik 7 soru yer almaktadır. Bu amaçla; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, profesyonel turist rehberliğinde mesleki tecrübe yılı, kullanılan yabancı dil ve profesyonel turist rehberliğinde çalışma şekli sorulmuştur. Anket formunun ikinci bölümünde ise; profesyonel turist rehberlerinin verimlilik algısı ölçüm aracı (PTR) olarak Sarı (2022)'nin araştırmasında kullandığı profesyonel turist rehberlerine yönelik verimlilik algı ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 30 maddeden oluşmaktadır. Maddeler 5'li likert ölçeği (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum) ile hazırlanmış olup; orijinal ölçeğe sadık kalınarak 16, 20 ve 22'inci maddeler ters kodlanmıştır.

Araştırmalarda anket sorularının uygulanması; yüz yüze, telefonla, elektronik posta yoluyla yapılmaktadır. Anketlerin oluşturulmasındaki kolaylık ve aynı zamanda çok sayıda kişiye ulaşarak veri sağlamaya imkân sunması, birçok araştırmacı tarafından tercih edilmesine neden olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 177). Dolayısıyla bu araştırmada profesyonel turist rehberlerine yüz yüze, telefonla ve elektronik posta yoluyla ulaşmanın çok mümkün olmadığı ve herkese ulaşmanın zaman açısından uzun bir süreyi kapsaması nedeniyle anketlerin online olarak uygulanmasına karar verilmiştir. Bu nedenle anket formu Google Forms aracılığıyla dijital ortamda oluşturulmuştur. Elde edilen bağlantı linki GARO ve ŞURO'nun ana sayfasında kayıtlı rehberlere gönderilmiştir. İlgili odaların web sayfalarında Kişisel Verileri Koruma Kanunu nedeniyle bilgilerine ulaşılamayan profesyonel turist rehberlerin çoğunlukla mail adreslerine veya kayıtlı olan cep telefonu numaralarına bu bağlantı gönderilmiştir. Web sayfasında hiçbir suretle ulaşılamayan rehberler için ise GARO ve ŞURO'nun başkanlarına ulaşılmış ve tüm rehberlerin bulunduğu WhatsApp gruplarına link gönderilerek veriler toplanmıştır.

Araştırma verileri, 2023 yılının Kasım ve Aralık aylarında toplanmıştır. Toplanan veriler kontrol edildiğinde, 400 katılımcıdan oluşan evrenden 384 katılımcıya ulaşılmıştır. Elde edilen bu sayının yeterli düzeyde olduğu kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Araştırma sonucundaki veriler "SPSS 21.0 for Windows" istatistik paket programında çözümlenerek, verilerin istatistiki analizleri yapılmıştır.

1.7. Verilerin Dağılımı

Verilerin dağılımını belirlemeye yönelik yapılan normallik testi analizine göre, Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda p küçük eşit ($p \leq 0,05$) olduğundan veriler normal dağılım göstermemektedir. Ancak verilerin dağılımına karar verilmesi için Kurtosis basıklık ve Skewness çarpıklık değerlerinden de faydalanılmaktadır (Altunışık, 2010: 296). Bu doğrultuda, verilerin normal dağıldığı görülmüş ve parametrik analizlerin yapılmasına karar verilmiştir. Skewness çarpıklık değerinin -0,489, Kurtosis basıklık değerinin ise -0,287 olduğu görülmüştür. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olduğu durumlarda verilerin normal dağılım olduğu kabul edilmektedir (George ve Mallery, 2003). Normallik dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Normallik dağılımı

Profesyonel Turist Rehberi Verimlilik Algısı Ölçeği	Kolmogorov-Smirnov	Skewness Çarpıklık Değeri	Kurtosis Basıklık Değeri
	0,000	-0,489	-0,287

Araştırma anketinin analiz bölümünde yanıtların aritmetik ortalama değerleri 1'e yaklaştıkça katılımcıların önermelere katılım düzeylerinin düşük, 5'e yaklaştıkça ise katılım düzeylerinin yüksek olduğu kabul edilmiştir. Araştırmada verilen analiz aşamasında elde edilen aritmetik ortalamaların değişim aralığı Tablo 2'de hesaplanmıştır:

Tablo 2. Aritmetik ortalamaların değişim aralığı

Değişim Aralığı= $5-1=4$
Değişim Aralığı= $4/5=0,80$

Tablo 2'ye göre değişim aralığının 4 (0,80), olduğu görülmüştür. Bu durumda araştırmaya dahil edilen derecelendirmede kullanılan bölümlerin aritmetik ortalamalarının isabet ettiği seçeneklerin aralık değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Aritmetik ortalamaların isabet ettiği seçeneklerin aralık değerlerine göre dağılımı

Ağırlık	Seçenekler	Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri	Sonuç
1	Kesinlikle Katılmıyorum	1,00 - 1,79	Oldukça Düşük Düzey
2	Katılmıyorum	1,80 - 2,59	Düşük Düzey
3	Kararsızım	2,60 - 3,39	Orta Düzey
4	Katılıyorum	3,40 - 4,19	Yüksek Düzey
5	Kesinlikle Katılıyorum	4,20 - 5,00	Çok Yüksek Düzey

1.8. Pilot Uygulama ve Ölçümünün Güvenilirliği

Pilot uygulama, gözleme dayalı veriler ile ölçek geçerlilik ve güvenilirliğinin test edildiği adımdır. Araştırmanın hedef kitlesine ait özellikleri taşıyan 10 kişilik grup üzerinde ölçeğin taslak formu ile yapılan ön çalışma problemleri belirlemede ve geçerli, güvenilir sonuçlar elde etmede önemli bir yere sahiptir (Büyükoztürk, 2005: 142, Altunışık vd., 2010: 90). Dolayısıyla araştırmadaki ölçeğin herhangi bir sorun oluşturup oluşturmadığını belirlemek adına ölçeğin tüm örnekleme uygulanmadan önce bir pilot uygulama ile test edilmesi gerekmektedir (Vaske vd., 2017: 164).

Bu araştırmada uygulanan anket formu, ölçeğin tahmini ne kadar sürede doldurulabileceği, katılımcıların cevaplamaktan kaçındığı soruların olup olmadığı gibi konularda bilgi edinmek için, ölçek 16-25 Eylül 2023 tarihlerinde 70 kişi üzerinde pilot uygulamaya tabi tutulmuştur. Bu aşamada maddelerin içeriği, şekli ve anlaşılabilirliğine dair hiçbir olumsuz dönüşe rastlanmamış ve maddeler üzerinde herhangi bir değişikliğe gidilmemiştir. Cronbach's Alpha değeri ölçekteki maddeleri yapısal olarak sorgulayarak ve açıklayarak ölçeğin güvenilirliğini değerlendirmektedir. Cronbach's Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değişir ve değerin 1'e yaklaşması ölçümün güvenilirliğinin arttığını göstermektedir (Wadkar vd., 2016: 113). Pilot uygulamada ölçümünün güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla Cronbach's Alpha değeri hesaplanmış, ölçeğin değerinin 0,822 olduğu ve ölçümün güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Pilot uygulama ölçümünün güvenilir olduğu sonucundan hareketle, veri toplama işlemine son şekli verilmiş ve esas uygulamaya geçilmiştir

1.9. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Geçerlilik ve güvenilirlik, bir ölçeğin hedeflenen verileri ne ölçüde doğru ölçtüğünü ifade eder (Altunışık vd., 2010: 121). Başka bir deyişle, geçerlilik ve güvenilirlik, bir ölçme aracının, istenen özelliği başka özelliklerle karıştırmadan ne kadar doğru bir şekilde ölçtüğünü gösterir (Akalin, 2015: 152). Pilot uygulamada ölçümün güvenilirliğinden (Cronbach's Alpha (α)= 0,822) hareketle, anket formunun anlaşılabilirlik ve uygulanabilirliğini ölçmek amacıyla evreni temsil yeteneğine sahip 384 katılımcı üzerinde esas uygulamaya geçilmiştir. Bu uygulama 2023 yılı Kasım ve Aralık ayları arasında araştırmacı tarafından bizzat gerçekleştirilmiştir. Yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri neticesinde, ölçeğin toplam Cronbach's Alpha (α) güvenilirlik katsayısı 0,929 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuca göre ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğu görülmüştür (Özdamar, 2016: 114). Geçerlilik ve güvenilirliğin yeterli düzeyde olduğu tespit edildikten

sonra keşfedici faktör analizi yapılarak, ölçeğin boyutları 5 boyut olarak belirlenmiştir. Araştırmada, ölçeğin beş farklı boyutu için Cronbach's Alpha katsayısının 0,753 ve üstünde olduğu için ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyinde olduğu kabul edilmiştir. Ölçek 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlardan 8 maddeden oluşan "Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri" için Cronbach's Alpha değeri 0,891, 5 maddeden oluşan "Grubun Uyum ve Mesleki Olanaklar" için 0,860, 4 maddeden oluşan "İş Verimliliği" için 0,795, 3 maddeden oluşan "Grup ve Rehber Talepleri" için 0,753 ve 3 maddeden oluşan "İş Güvencesi" için 0,756 olarak hesaplanmıştır. Analizler sonucu tespit edilen bu değerler kullanılan ölçeğin yüksek güvenilirlik derecesinin olduğunu göstermektedir. Başka bir ifade ile kullanılan ölçek güvenilirlidir (Kalaycı, 2010: 405).

1.9.1 Keşfedici Faktör Analizi

Araştırmada profesyonel turist rehberlerinin verimlilikleri çeşitli faktörler üzerinden incelenerek tespit edilmiştir. Bu doğrultuda 26 maddeden oluşan profesyonel turist rehberleri verimlilik algı ölçeğine keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Ölçek toplamda 5 alt boyuttan oluşmakta, geçerlik ve güvenilirliği test edilmiş, beş düzeyli likert derecelendirme ölçütüne göre tasarlanmıştır. Ölçeğin değerlendirme ölçütleri; "Kesinlikle Katılmıyorum (1)", "Katılmıyorum (2)", "Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum (3)", "Katılıyorum (4)" ve "Kesinlikle Katılıyorum (5)" şeklindedir. Cronbach Alpha (α) değerleri, Bileşik Güvenirlik (CR: Composite Reliability) ve ortalama varyans (AVE: Avrage Variance Explained) değerleri hesaplanmıştır.

Söz konusu hipotezlerdeki değişkenleri ifade eden tanımların tasarlanan değişkenler altında toplanıp toplanmadığını incelemek amacıyla keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

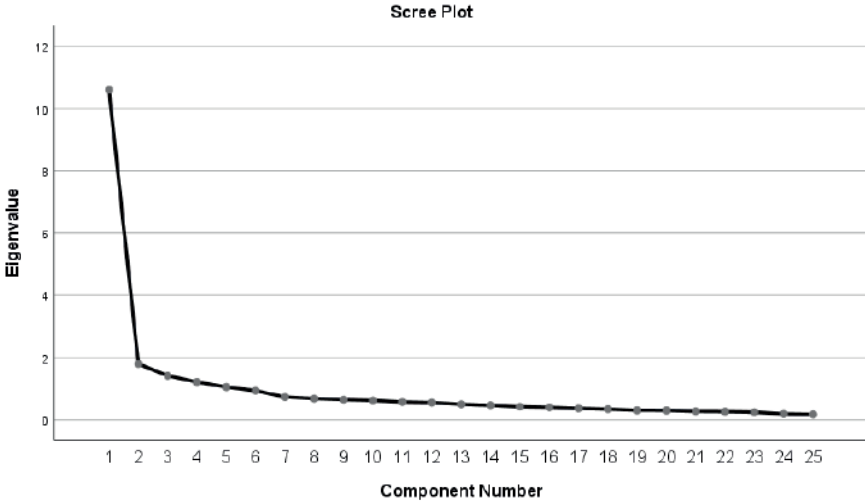
Tablo 4. Kmo ve bartlett test sonucu

Keiser-Meyer- Olkin (KMO)	0,929
Bartlett's Test	5455,645
df	300
sig	0,000

Tablo 4 incelendiğinde Bartlett Testi anlamlı çıktığı görülmüştür. (Ki-Kare=5455,645 df=300, p=0,000) ve KMO değeri 0,929 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu verilerin faktör analizine uygunluğu tespit edilmektedir. Dolayısıyla faktörler arası toplam varyansın %64,885

olduğu saptanmıştır. Yorumlama aşamasında kolaylık sağlaması için faktör yüklemeleri Varimax yöntemi ile döndürülmüştür.

Binişik maddeler analizden çıkarıldıktan sonra döndürme yöntemine geçilmiştir. Faktör döndürme işleminde iki yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan birincisi eğik (oblique) döndürme olarak adlandırılan her faktörün birbiriyle bağımlı bir şekilde döndürüldüğü yöntemdir. İkincisi ise dikey (Orthogonal) döndürme yöntemi, dik olduğundan bulunan faktörler birbirinden bağımsız olacaktır (Durmuş vd. 2013; 76). Dik döndürme metotlarından en sık kullanılan döndürme yöntemlerinden en sık kullanılanlar; Quartimax, Varimax, Qrthomax, Biguartimax ve Equamax iken eğik döndürme yöntemleri arasında en sık kullanılanları; Oblimax, Quartimin, Covarimin, Biguartimin, Oblimin ve Binoramin'dir (Güven, 2020:86). Araştırma kapsamında sosyal bilimlerde ve dikey döndürme yöntemlerinden en sık kullanılan Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Varimax döndürme yöntemi ile 23 madde döndürme işlemine tabi tutulmuş ve 5 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Bu yapının KMO değerinin ,929 olduğu tespit edilmiştir. Toplam varyansı açıklama oranının ise %64 olduğu tespit edilmiştir. Faktör işlemleri sonucunda ölçek kapsamında tutulan 23 maddelik ölçeğin öz değerlerini gösteren çizgi grafiği Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Özdeğer çizgi grafiği (scree plot)

Şekil 2'de öz değerlere göre çizilen çizgi grafiği incelendiğinde, faktör sayısının 5 değer aldığı görülmektedir. Bu nedenle faktör sayısının 5 olarak

alınmasının uygun bir sayı olduğuna karar verilmiştir. Faktör sayısının belirlenmesinin ardından boyutların isimlendirme işlemine geçilmiştir.

GARO (Gaziantep Turist Rehberleri Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Turist Rehberleri Odası)' ya kayıtlı olarak hizmet veren profesyonel turist rehberlerinin çeşitli faktörler açısından verimlilik düzeylerinin ortaya konulması ile iş verimliliği üzerine algılarını keşfetmek ve iş verimliliklerini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak için keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Sarı (2022)'nin ölçek geliştirme çalışmasında toplam 30 madde bulunmaktadır fakat bu çalışmada uygulan bölgenin farklı bir coğrafi konumda olmasından dolayı 22-23-24 ve 29'uncu maddeler çıkarılmış ve ölçeğin KMO değeri yeniden hesaplanmıştır.

Ölçeğin faktör analizi 26 maddeye uygulanmıştır. Bu yapının 300 (df) serbestlik derecesinde, KMO değerinin 0,931 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca toplam varyansı açıklama oranının % 68 olduğu belirlenmiştir. Analiz sonucunda faktör yük değerleri arasında farkın 0,1'den düşük olduğu görülen 3 madde (2, 3 ve 14. madde) binşik madde olduğundan dolayı çıkarılmıştır. Daha sonra faktör analizi 23 madde üzerinde tekrarlanmış ve KMO değerinin 0,929 olduğu tespit edilmiştir. Toplam varyansı açıklama oranının ise %64 olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra analiz 23 madde üzerinden devam ettirilmiş ve 5 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Faktör sayısının belirlenmesinin ardından boyutların isimlendirme işlemine geçilmiştir. Tablo 5'te boyutların isimleri ve Cronbach's Alpha değerleri gösterilmiştir.

Tablo 5. Boyutların isimleri ve cronbach's alpha değerleri

Boyutlar	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha Değeri	Güvenirlilik Düzeyi
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	8	,891	İyi Güvenirlilik Düzeyi
Grubun Uyum ve Mesleki Olanaklar	5	,860	İyi Güvenirlilik Düzeyi
İş Verimliliği	4	,795	Orta Güvenirlilik Düzeyi
Grup ve Rehber Talepleri	3	,753	Orta Güvenirlilik Düzeyi
İş Güvencesi	3	,756	Orta Güvenirlilik Düzeyi

Tablo 5'e göre, birinci faktör "Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri", ikinci faktör "Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar", üçüncü faktör "İş Verimliliği", dördüncü faktör "Grup ve Rehber Talepleri" ve beşinci faktör "İş Güvencesi" boyutu olarak isimlendirilmiştir. Analiz sonucu elde edilen boyutlarla orijinal ölçekte yer alan boyutların benzerlik gösterdiği saptanmıştır. Boyutlara ait isimlendirme işlemi sonrası elde edilen verilerin güvenilirlik derecelerinin analizi için Cronbach's Alpha değerleri incelenmiştir.

"Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri" (,891) ve "Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar" (,860) boyutlarının İyi Güvenirlik Düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Öte yandan " İş Verimliliği " (,795), "Grup ve Rehber Talepleri" (,753), "İş Güvencesi" (,756) boyutlarının orta güvenirlilik düzeyine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ölçekte yer alan toplam 23 önermenin Cronbach's Alpha değerinin ise (,929) çok iyi güvenirlilik düzeyine sahip olduğu hesaplanmıştır.

1.9.2 Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, önceden keşfedilmemiş ve daha az faktörde birleştirilmiş ölçeklerin araştırmanın örnekleminde de benzer olup olmadığını belirlemek amacı ile yapılmaktadır (Sürücü, 2023: 62). Doğrulayıcı faktör analizi, ölçeğin öngörülen kuramsal yapısını doğrulamada kullanılmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizinin doğrulayıcı mantıkla çalıştığı söylenebilir (Gürbüz, 2018: 342).

Bu çalışmada keşfedici faktör analizi ile değerlendirilen, profesyonel turist rehberlerinin iş verimliliği üzerine algılarını keşfetmek ve iş verimliliklerini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmaya yönelik 384 profesyonel turist rehberine uygulanmış olan, profesyonel turist rehberi verimlilik algısı ölçeği, doğrulayıcı faktör analizi yöntemine tabi tutularak, modelin sınanması sağlanmıştır.

Araştırmada değişkenler üzerinde "SPSS 24.0 paket programı" ile keşfedici faktör analizi uygulanıp bulunan değişkenlerin güvenilirlik ve geçerlilik testlerinden sonra, yapısal model "AMOS 22.0 paket programı" ile doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizinin sonucunda elde edilen verilerin uyum ölçülerinde istenilen değerler olması beklenmektedir. İstenilen sınır katsayıları incelendiğinde, χ^2 ve RMSEA değerlerinin 1'den düşük olması gerektiği görülmektedir. Veri değer sıfıra yaklaştıkça, modelin geçerliliği artmaktadır. GFI, CFI, NFI ve TLI uyum değerlerinde kabul edilebilir

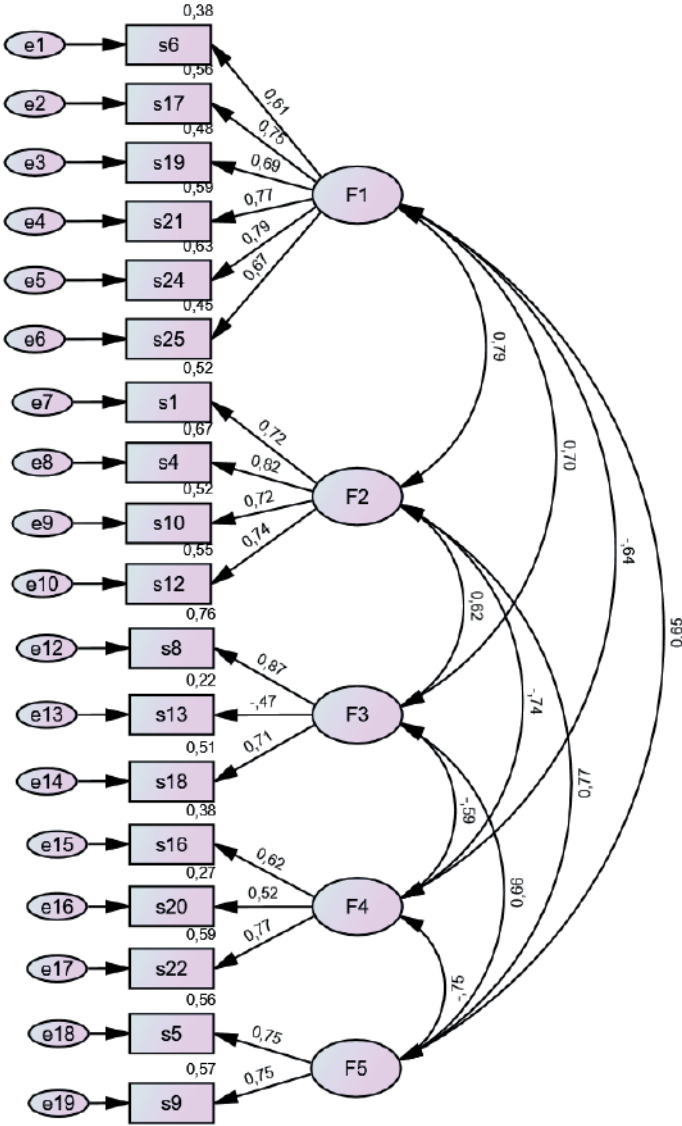
alt sınır 0.95'tir (Bebek, 2018: 103). Tablo 6'da uyum ölçülerinin ideal değerleri gösterilmiştir.

Tablo 6. Uyum ölçülerinin ideal değerleri

Uyum Ölçeği	X ²	df	X ² /df	GFI	CFI	RMSEA
Faktörün Uyum Değeri	381,111	125	3,049	0,902	0,918	0,073
İyi Uyum Değerleri			≤3	≥0,90	≥0,97	≤0,05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			≤4-5	0,89 - 0,85	≥0,95	0,06 - 0,08

Tablo 6'ya göre, χ^2 (381,111), χ^2 /df (3,049), RMSEA (0,073), GFI (0,902), CFI (0,918) elde edilen değerler istenilen değerler ile karşılaştırıldığında kabul edilebilir değer aralığında olduğu görülmektedir. Bu değer aralıkları modelin doğrulandığı anlamını taşımaktadır. Araştırmadaki model doğrulandıktan sonra doğrulayıcı faktör analizine geçilmiştir.

Şekil 3'te "AMOS 22.0 istatistiksel paket programı" ile yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucu gösterilmiştir.



Şekil 3. Doğrulayıcı faktör analizi

Şekil 3'teki doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre araştırmada ölçek maddelerinin boyutlar açısından doğru olarak açıklandığı ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlanıp sağlanmadığını tespit edildiği ve daha önceden yapılan keşfedici faktör analizi sonuçları ile uyumlu olduğu, ölçeğin beş alt boyuttan oluştuğu görülmektedir.

1.10. Hipotezler

Araştırmada kullanılacak olan hipotezler araştırmanın içerik yapısına bağlı şekilde oluşturulmuştur. Daha sonra verilerin analizleri sonucunda oluşturulan hipotezler değerlendirilecektir. Bu hipotezler şu şekilde sıralanabilir;

H₁: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin bağlı olarak çalıştıkları tur programları ve mesleki işbirlikleri ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin grubun uyumu ve mesleki olanakları ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin iş verimlilikleri ile verimlilik değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin grup ve rehber talepleri ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist iş güvencesi ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklarını istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₇: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin iş verimlilikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklarını istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₈: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, iş verimliliklerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₉: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin gruba uyumu ve mesleki olanakları, iş verimliliklerini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₀: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, grup ve rehber taleplerini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₁: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin gruba uyumu ve mesleki olanakları, grup ve rehber taleplerini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₂: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₃: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin gruba uyumu ve mesleki olanakları, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₄: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin iş verimlilikleri, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₅: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin grup ve rehber talepleri, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H₁₆: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin cinsiyetleri ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₇: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin medeni durumları ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₈: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin çalışma şekli ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₉: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin yaşları ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₀: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin eğitim durumu ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₁: GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin mesleki tecrübe yılı ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

H₂₂: ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin anlaştığı yabancı dil becerisi ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

1.11. Sayıtlar

Araştırmanın sayıtlarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Araştırmada kullanılan ölçeğin profesyonel turist rehberlerinin bilgi ve düşüncelerini ölçecek yeterliliğe sahip olduğu varsayılmıştır.
- Araştırmanın amacına uygun veriler elde edilebilmesi için anket formunun yeterli olduğu varsayılmıştır.
- Ölçekte belirtilen önermeler ve sorular net ve anlaşılır olduğu varsayılmaktadır.
- Uygulanan anket forumunda araştırmaya katılan katılımcılardan isim gibi kişisel bilgileri istenmemiş ve verdikleri cevapların bilimsel amaçlı kullanılacağı belirtilmiştir. Bu şekilde katılımcıların profesyonel turist rehberi verimlilik algısı ölçümü için kullanılan profesyonel turist rehberi (PTR) verimlilik algısı ölçümü anketinde yer alan soruları doğru biçimde anlayıp, ön yargısız ve içtenlikle cevaplandıkları varsayılmıştır.

1.12. Sınırlılıklar

Bu araştırmanın sınırlılıklarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Nicel yöntemin kullanıldığı ve anket tekniğinin uygulandığı profesyonel turist rehberlerinden alınan veriler çerçevesinde, araştırmaya katılan profesyonel turist rehberlerinin görüşleri ile sınırlıdır.
- Araştırmacının yer değiştirememesi, bulunduğu sınırlarda kalması ve katılımcılara ulaşamaması bir diğer sınırlılıktır.
- Araştırma GARO ve ŞURO'ya bağlı bölgesel cylemli/cylemsiz 400 profesyonel turist rehberiyle sınırlıdır.
- Araştırma TUREB'e bağlı 13 turist rehberleri odalarından 2'si olan GARO'ya bağlı cylemli/cylemsiz 210 ve ŞURO'ya bağlı cylemli/cylemsiz 190 profesyonel turist rehberiyle sınırlıdır.
- Veriler 2023 Kasım-Aralık aylarında toplanmış ve elde edilen veriler anket soruları ile sınırlıdır.
- Araştırma konusunun ulusal literatürde sınırlı olması, benzer bir araştırmanın son dönemlerde önem kazanması sebebiyle de karşılaştırma yapılamaması elde edilen bulguların tartışılmasında güçlükler oluşturmuştur.
- Ülkenin 2019 yılında Covid-19 ve 6 Şubat 2023 deprem sürecinin getirdiği sıkıntılar ve yaşanan deprem sonucunda turizm sektörünün

ekonomik açıdan derin bir darbe almıştır. Bu durumların sonucunda profesyonel turist rehberlerinin oldukça fazla etkilenmesi ve farklı kaynak arayışında olmaları nedeniyle katılımcıların uygun zaman bulamaması veya bilimsel araştırmalara gönüllü olarak katılmak istememesi ve bu durumdan dolayı araştırma anketlerinin online olarak toplanması araştırmacının yaşadığı diğer sınırlılıklar şeklinde sıralanabilir.

1.13. Konu ile İlgili Ulusal ve Uluslararası Tezler/Araştırmalar

Konu ile ilgili araştırmalara ulusal ve uluslararası olarak ayrıntılı bir şekilde değinilmiştir.

1.13.1 Ulusal Tezler/ Araştırmalar

Çapar ve Atıcı (2023) araştırmalarında, turist rehberlerinin tur yorumlama performansının hatırlanır tur deneyimleri ve davranışsal niyetler üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla, Türkiye’de rehberli miras turlarına katılan 227 turiste anket uygulamıştır. Sonuç olarak, turist rehberlerinin yorumlama hizmetinin organize yorumlama ve bağıntılı-İlgili yorumlama şeklinde iki boyutlu yapıda olduğunu ve yorumlama performansının duygusal hisler ile davranışsal niyetleri etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Düz (2023) araştırmasında, turistlerin Türkiye’deki tur rehberlerine yönelttiği soruları belirlemek amacıyla 13 tur rehberiyle görüşme yapmıştır. Sonuç olarak, coğrafya, din, tarih, Türkiye’deki sosyo-kültürel ortamlar ve sosyo-ekonomik altyapı olarak 5 kategoride turistlerin tur rehberlerine soru yönelttiği sonucuna ulaşılmıştır.

Koçoğlu ve Kalem (2023) araştırmalarında, turist rehberi performansının turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla Safranbolu’yu rehberli turla ziyaret eden toplam 405 yabancı turiste anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, turist rehberinin performansının turist memnuniyetine ve destinasyon sadakatine olumlu etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Turist rehberlerinin performanslarına dair olan alt boyutlar incelendiğinde turistlerin memnuniyet duyması yönünde en etkili olan boyutların: turist rehberinin problem çözme becerisi ve turda sunduğu etkinlikleri tanıtmaya yetkinliği olduğu tespit edilmiştir. Alt boyutlarda destinasyon sadakati unsurunu en çok etkilen boyutlar ise: iletişim becerileri, işlerine hakimiyetleri ve turdaki etkinlikleri sunma yeterlilikleri olduğu tespit edilmiştir.

Arslan ve Tanrısevdi (2022) araştırmalarında, turist rehberlerinin performansının turistlerin memnuniyetine olan etkisini ortaya koymak amacıyla Efes Antik Kentini ziyaret eden 399 yerli turiste anket

uygulamışlardır. Sonuç olarak, turist rehberlerinin tanıtma, problem çözme ve örgütsel becerisi ile görüşmelerinin yerli turist beklentilerinin altında kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sarı (2022) araştırmasında, ülkesel eylemli profesyonel turist rehberlerine özgü verimlilik algı ölçeği geliştirmek amacıyla 11 profesyonel turist rehberine görüşme yöntemi ile ülkesel eylemli profesyonel turist rehberlerinden 387 kişiye anket uygulamıştır. Sonuç olarak profesyonel turist rehberlerinin verimlilik algılarına ilişkin gerçekleştirilen ölçekte verimlilik algılarının olumlu (pozitif yönde) olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte profesyonel turist rehberlerinin verimlilik algılarında cinsiyete ve medeni duruma ilişkin anlamlı bir fark bulunmamıştır. . Ölçeğin genelinde profesyonel turist rehberlerinin yaş değişkenine göre verimlilik algılarında anlamlı bir farklılık bulunduğu ve bu farklılığın iş güvencesi, grup talepleri ve tur programlarında ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Kara ve Demir (2021) araştırmalarında, İstanbul'dan paket turlara katılan toplam 443 turiste anket uygulamışlardır. Sonuç olarak profesyonel turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri, tavırları, bilgi birikimleri ve donanımlarının tur kalitesini olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir

Şenbahar (2021) araştırmasında, profesyonel turist rehberliği performansını, turist rehberlerinin bakışı ile anlamak için profesyonel turist rehberlerinin performanslarını keşfetmeye ve turist rehberlerinin öznel değerlendirmelerini derinlemesine anlamak için nitel araştırma yöntemi uygulamışlardır. Araştırma kapsamında, 9 ayrı rehberler odasına kayıtlı profesyonel 22 turist rehberi ile 2021'de görüşme gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, profesyonel turist rehberlerinin, performansa başlamadan önce, bireysel olarak hazırlandığı, seyahat acenteleri ve turistik mağazalar ile hazırlık çalışmaları yaptıkları tespit edilmiştir.

Aydın (2020) araştırmasında, Akdeniz Bölgesi'nde Antalya Rehberler Odası'na bağlı olarak görev yapan turist rehberlerinin duygusal emek ve tükenmişlik düzeylerini inceleyerek, duygusal emek ve tükenmişlik kavramları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla, 312 rehberle anket uygulamıştır. Sonuç olarak, profesyonel turist rehberlerinin duygusal emek düzeylerinin orta ve yüksek düzeyde olduğu, tükenmişlik düzeylerinin düşük ve orta düzeyde olduğu, duygusal emek ve tükenmişliğin negatif yönlü anlamlı ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Avcı (2020) araştırmasında, paket tur kapsamında seyahat eden yabancı turistlerin turist rehberi performansına ilişkin değerlendirmelerini belirlemek amacıyla, aynı grupta seyahat eden 19 yabancı turist ile görüşme uygulamıştır.

Sonuç olarak, olumlu, olumsuz ve öneriler olarak üç tema gözlenmiştir. Olumlu ifadeler boyutunda kişilik özellikleri, bilgi düzeyi, iletişim yeteneği, sunum yeteneği, organizasyon yeteneği ve rehber- grup etkileşimi temaları yer alırken olumsuz ifadeler boyutunda program yönetimi ve rehber-grup etkileşimi temaları yer almıştır. Öneriler boyutunda ekstra etkinlikler, bilgi verme ve rehber-grup etkileşimi temalarının yer aldığı tespit edilmiştir.

Deveci (2020) araştırmasında, turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin belirlenmesi ve bu özelliklerin iş doyumunu ve yaşam doyumuna etkisinin belirlenmesi amacıyla, seyahat acentesine bağlı 416 turist rehberine anket uygulamıştır. Sonuç olarak, turist rehberlerinin baskın kişilik özelliklerinin sorumluluk duygusu olduğu, iş doyumunu seviyesinin yüksek olduğu, hayat memnuniyetlerinin ise ortanın biraz üstünde olduğu, beş faktörlü kişilik özellikleri alt boyutlarıyla iş doyumunu arasında negatif yönde zayıf ilişkinin olduğu, vevrotiklik kişilik ile iş doyumunu arasında pozitif yönde zayıf ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Köz (2020) araştırmasında, 36 akademisyene anket uygulamıştır. Sonuç olarak, turist rehberinin, iş doyumunu ve memnuniyeti seviyelerinin turist rehberliği mesleğinde orta seviyede, akademisyenlik mesleğinde ise yüksek seviyede olduğu sonucuna varılmıştır. Genel doyum ve iş doyumunu arasında pozitif güçlü ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayaz (2019) araştırmasında, Türkiye'deki ülkesel ve bölgesel cylemli turist rehberlerinden toplam 395 turist rehberine anket uygulamıştır. Algılanan iş stresi kaynaklarının etkisinin düşük olduğu ve iş stresi ile başa çıkma yöntemlerinden algılanan iş stresi kaynağının belirlenen baş etme metodunda düşük bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. En önemli iş stresi kaynaklarının yasa ve örgütle alakalı gerginlikler olduğu sonucuna varılmıştır.

Gürsoy (2019) araştırmasında, turist rehberlerinin kişisel gelişiminin ve mesleki yeterliliklerinin performanslarına etkilerini belirlemek için, 15 turist rehberi ile görüşme gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak, katılımcıların kişisel ve mesleki yetkinliklerinin yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Mesleki bilgilerinin ve kişisel özelliklerinin gelişimini önemseyen, kişisel ve mesleki gelişime açık olan ve gelişimleri için uğraşan bireyler olduğu gözlemlenmiştir.

Pelit ve Karakulak (2019) araştırmalarında, turist rehberlerinin kişiliklerinin iş tutumları ve iş tatminleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla, 453 turist rehberi ile anket yapmıştır. Sonuç olarak, turist rehberlerinin mesleklerine yönelik tutumlarının genel olarak iyi olduğu, iş tatmin düzeyleri orta seviyede olduğu hesaplanmıştır. Ayrıca korelasyon ve regresyon analizleri sonuçlarında rehberlerin kişilik özelliklerinin ile iş tutumlarına ve iş doyumlarına anlamlı etki ettiği görülmüştür.

Aslan ve Çokal (2016) araştırmalarında, kültür elçisi olan profesyonel turist rehberinin kültürel değerlere katkısını belirlemek amacıyla tatillerinde Kapadokya'yı tercih eden 408 turist ile anket yapmışlardır. Profesyonel turist rehberlerinin; kültürel mirasların korunmasında, tanıtılmasında ve kültürler arası etkileşimde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Arslan (2016) araştırmasında, örgütsel sinizmin turist rehberlerinin iş doyumuyla arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla Aydın Turist Rehberleri Odası'na bağlı toplam 230 eylemli turist rehberine anket yapmıştır. Araştırma kapsamında, rehberlerin cinsiyetinin, örgütsel sinizm ve iş doyumunda anlamlı farklılığa neden olduğu ortaya çıkmıştır. Rehberlerin acente altında çalışıp alışmamalarının örgütsel sinizm ve iş doyumunu düzeyleri üzerinde etkisiz olduğu gözlemlenmiştir. Örgütsel sinizm ve iş doyumunu arasında düşük seviyede, negatif yönlü anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Çetinkaya ve ter (2016) araştırmalarında, İstanbul'da rehberli turlara katılan turistlerin memnuniyet düzeylerinde tur rehberlerinin oynadığı rolü belirlemek ve turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde tur rehberlerinin etki düzeyini belirlemek amacıyla, 530 turiste anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, turistlerin memnuniyetleri ve yeniden aynı destinasyonu ziyaret etme niyetleri ile tur rehberliği hizmetinin anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu grlmştir.

İriğler ve Güler (2016) araştırmalarında, Türkiye'deki turist rehberlerinin duygusal emek kullanımı ile iş doyumunu ve mesleki tükenmişlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla, İzmir Turist Rehberleri Odası'na kayıtlı 342 turist rehberine anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, tur rehberlerinin içsel, dışsal ve genel iş tatmini ile ilişkisinin olmadığı, dışsal ve genel iş tatmini ile düşük seviyede olumsuz bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tolga ve Atay (2016) araştırmalarında, Gelibolu Tarihi alanını ziyaret eden ziyaretçilerin profesyonel turist rehberlerinden memnuniyetlerinin ölçülmesi amacıyla, 520 kişiye anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, rehberin imajı, rehberin algılanan değeri ve rehberin hizmet kalitesinin memnuniyeti olumlu yönde etkilediği; memnuniyetsizlik sonucu oluşan Őikyetin ise profesyonel turist rehberlerinin sadakatini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Acar (2014) araştırmasında, turizm sektörünün önemli bir parçasını oluşturan profesyonel turist rehberlerinin liderlik yönelimlerini belirlemek amacıyla Aydın Turist Rehberleri Odası'na bağlı 431 eylemli turist rehberlerine anket uygulamıştır. Sonuç olarak, acenteye bağlı rehberlerin, bağımsız rehberlere göre göreve dair liderlik yönelimlerinin daha belirgin olduğu tespit edilmiştir. Profesyonel turist rehberlerinin liderlik eğitimi alıp

almama itibarı ile göreve ve insana yönelik boyutlardaki liderlik yönelimlerine dair puanlarında, liderlik eğitimi alıp almamalarına göre anlamlı bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır. Profesyonel turist rehberlerinin turist rehberliği mesleğindeki deneyimleri ile göreve ve insana yönelik liderlik yönelimlerine ait puanlar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir.

Güzel (2007) araştırmasında, Türkiye’de Antalya’ya gelen 335 yabancı turiste anket uygulamıştır. Sonuç olarak, Türkiye’deki rehberlik eğitiminin çoğu ülkeye örnek verilebilecek düzeyde olduğu, profesyonel turist rehberlerinin yabancı turistler üzerinde Türkiye’nin turizm imajını geliştirebileceği ve ülkelenin tanıtımında olumlu imaja sahip önemli kişiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

1.13.2 Uluslararası Tezler/Araştırmalar

Antonio ve Uula (2022) araştırmalarında, Endonezya’da ki turizm verimliliğini ölçmek amacıyla Endonezya’daki 34 ilde araştırmayı uygulamıştır. Sonuç olarak, Endonezya’daki il turizminin verimlilik düzeyinin yıldan yıla dalgalı bir eğilim gösterdiği ve teknolojik değişimin Endonezya’da turizm verimliliğinin artırılmasına en iyi şekilde katkıda bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kapa vd., (2022) araştırmalarında, Güney Afrika’da turist deneyimi oluşturmak ve rehberlik eğitimi kursu sırasında rehberlerin dikkate alınmasını sağlamak amacıyla çevrimiçi 320 turist rehberine anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, dürüstlük ve güvenilirlik, etik beceriler, zaman yönetimi becerileri, müşteri hizmetleri becerileri, sağlık ve güvenlik becerileri ve iletişim becerileri dahil olmak üzere altı faktörün turist memnuniyetinin ve destinasyon sadakatinin oluşturulmasında en etkili faktör olduğu tespit edilmiştir.

Syakier ve Hanafiah (2021) araştırmalarında, turist rehberi performansının turist memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerindeki rolünü araştırmak amacıyla, Malezya’nın Kuala Lumpur kentindeki 384 yabancı turiste anket uygulamışlardır. Turist rehberinin, turist memnuniyetinin davranışsal niyetleri üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu ve bu durumda tekrar ziyaret niyetlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kayf (2020) araştırmasında, Mısır’daki tur rehberlerinin karşılaştığı farklı zorlukları ve sorunları keşfetmek amacıyla, mısırlı tur rehberlerine ve turizm ve rehberlik alanında uzman 233 kişiye anket uygulamıştır. Sonuç olarak, rehberlik mesleğini olumsuz etkileyen siyasi ve ekonomik etkenlerin olduğu ve turist rehberlerinin performanslarını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Kayf, 2020).

Shidende vd., (2019) araştırmalarında, Tanzanya'daki tur rehberlerinin mevcut uygulamalarını öğrenmek ve tur rehberi portalının geliştirilmesinin tur rehberlerinin profesyonelliğini nasıl attırdığını belirlemek için 84'ü tur rehberi 62'si turist olmak üzere toplam 146 kişiye anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, Bir tur rehberi portalının, Tanzanya'daki tur rehberlerinin temel bilgilerinin oluşturulması, lisans başvurusunun tanınması, kaydedilmesi, kolaylaştırılması ve her ikisinden de kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler aracılığıyla geri bildirim sistemlerinin etkinleştirilmesi yoluyla tur rehberleri arasında profesyonelliği arttırmak için önemli bir araç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Nguyen ve Tran (2019) araştırmalarında, tur rehberi performansının turistlerin güvenleri üzerindeki etkilerini, memnuniyetlerini ve iletişim niyetlerini nasıl etkilediğini araştırmak amacıyla Smart- PLS yazılımı aracılığıyla Vietnam'da bulunan Ho Chi Minh şehrinde en az bir kez yurtdışı turu deneyimi olan 203 kişiye anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, tur rehberi performansının turistlerin memnuniyeti ve algılanan güvenleri üzerinde önemli olduğu tespit edilmiştir.

Lin vd., (2017) araştırmalarında, tur rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin hizmet kalitesi ve turist memnuniyeti üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla 345 turiste anket uygulanmışlardır. Araştırmada tur rehberinin mesleki yetkinliğinin hizmet kalitesine ve turist memnuniyetine etki ettiği ve tur rehberinin hizmet kalitesinin turist memnuniyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Lovrentjev (2015) araştırmasında, turizm endüstrisinde eğitimin ve Hırvatistan'daki turist rehberlerinin önemini tanımlamak amacıyla genel bir değerlendirme yapmıştır. Bu değerlendirmede çeşitli dokümanlar kullanılarak literatür taraması yapılmış ve benzer çalışmaların sonuçları kullanılmıştır. Hırvatistan'da turist rehberi eğitiminin turist rehberlerini tatmin etmediği, turist rehberliği hizmetlerinin genel kalitesinin de araştırılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Hu ve Wall (2011) araştırmalarında, turistik destinasyonlardaki tur rehberi uygulamalarının mevcut durumunu araştırmak, uygulanan yönetim önlemleriyle ilgili sorunları belirlemek ve yerel rehberlik faaliyetlerine yönelik uygulamaları geliştirmek için stratejiler önermek amacıyla 112 yerel tur rehberi ve Eyalet turizm idaresinden 4 hükümet yetkilisi ve yerel seyahat acentelerinin 6 yöneticisiyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma sonucunda, geliştirilmiş tur rehberleri sisteminin, tur rehberlerinin profesyonelliğini arttırabileceğine ve aynı zamanda uygunsuz

iş uygulamalarını sınırlayarak tur rehberi tarafından sağlanan hizmetlerin kalitesinin arttırılabileceği görüşüne ulaşılmıştır.

Min (2013) araştırmasında, turist rehberliği hizmetlerinin kalite göstergelerini oluşturmak amacıyla nitel bir yöntem uygulamıştır. Bu kapsamda 30 kişiyle görüşme yapılmıştır. Sonuç olarak, tur rehberlerinin kesin bir hizmet tutumu ve uygulama yeteneği olduğu en önemli faktör olduğu ve kalite göstergelerinin turist rehberliği hizmetlerini olumlu olarak etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Mak vd., (2011) araştırmalarında, Hong Kong ve Makao'daki Tur rehberliği mesleğinin hizmet kalitesini ve profesyonelliğini etkileyen kritik konuları belirlemek için her iki bölgedeki sektör temsilcileriyle görüşmeler yapmışlardır. Belirlenen sorunlar 6 kategoride sınıflandırılmıştır. Bunlar: Çin'deki seyahat acentelerinin iş ile ilgili sağlıksız uygulamaları, Çin turizm pazarının olgunlaşmamış olması, gelen tur operatörlerinin sömürücü önlemleri, insan kaynakları sorunları, rol çatışması ve hizmet kalitesi güvence mekanizmasıdır. Bununla beraber turist rehberlerinin profesyonel alışkanlıkları ve hizmet kalitesini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Huang vd., (2009) araştırmalarında, Şanghay'daki paket turlar bağlamında tur rehberi performansı ile turist memnuniyeti arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla, 366 Çin turist ve 342 İngilizce konuşan yabancı turist olmak üzere toplam 708 kişiye anket uygulamışlardır. Rehberlik hizmetinden duyulan memnuniyetin tur hizmetlerindeki memnuniyete olumlu etkisi olduğu ancak genel tur deneyiminden duyulan memnuniyet üzerinde doğrudan bir etki oluşturmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

2.1. Turizm Kavramı

“Turizm” Latince’den gelen oldukça eskilere dayanan bir kavramdır. İngilizce, “Tour, Touring” gezip dolaşarak tekrar gezinin başlangıç noktasına dönmek sözcüklerinden türemektedir. Turizm teriminin en kısa tanımı, dinlenme ve tatil için yolculuk yapmaktır. Turizm; dinlenmek, eğlenmek, yeni yerler gezip görmek, tanımak ve sportif aktivitelere katılmak gibi amaçlar doğrultusunda yapılan gezidir (Doğanay ve Zaman, 2019: 400).

Dünya Turizm Örgütü’nün tanımına göre turizm; kendi olağan çevresi dışındaki bir yere, belirlenmiş bir süreden daha az kalmak üzere giden ve ana amacı ziyaret ettiği yerde para kazanmak dışında seyahat etmek olan bir kişinin faaliyetleri şeklinde belirtilmiştir (UNWTO, 2024). 21. yüzyılda İngilizlerin Avrupa’ya düzenlediği seyahatler için turizm terimi kullanılmıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra söz konusu bu seyahat hareketi dünya geneline yayılarak turizm sözcüğüne önem kazandırmıştır. Başlarda zenginlerin ve gezginlerin yaptığı bu seyahatler zamanla ulaşımın gelişmesi (hız, konfor, güvenlik vb.), ulaşımın kolay ulaşılabilirliğinin artması ve kısa süreli konaklama yerlerinin artması (otel, tatil köyü, kamp alanları vb.) gibi etkenlere dayalı olarak gittikçe çoğalmıştır (ORG, 2024).

Turizm; insanların daimi ikametleri dışında kalan yerlere düzenledikleri seyahatler ve seyahatleri süresince oluşan gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik olarak yaptıkları yemek-içmek, konaklamak gibi faaliyetlerdir (Sarı, 2010: 3). Bu faaliyetler deneyim kazanmak amacıyla farklı yerlere seyahat etmek veya belirli yerleri ziyaret etmek amacı taşımaktadır (Antonio ve Uula, 2022: 2). Turizm boş zaman tasarrufuna ilişkin sosyo-ekonomik bir

olaydır. Turizm bireyin yaşamında yerine getirmesi gereken yükümlülüklerin dışında kalan serbest zamanlarını seyahat ederek geçirmek ve geçici sürelerle ikametleri dışında konaklamaları ile ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünüdür (Kervankıran, 2011: 8).

Turizm, endüstri devriminin ortaya çıkardığı sosyal sınıflar, kentleşme, kişiler arası üretim ilişkileri ve boş zamanı değerlendirme biçimini ortaya çıkarmıştır. Turizm, endüstri devrimi ile şuanda modern yapısına kavuşmuştur. Endüstri Devrimi birçok alanda gelişime neden olduğu gibi turizm endüstrisinin doğmasına büyük oranda etkisi olmuştur (Denizer, 1995). Endüstri Devrimi ile turizmin dünyadaki gelişimini sağlayan temel etmenler şunlardır (Kahraman ve Türkay, 2014: 200):

- Bireylerin gelir düzeylerindeki artış,
- Boş zamanın oluşumu,
- İnsanın yaşam süresinin uzaması,
- Kentleşmenin ve nüfusun artması,
- Kültür ve eğitim düzeyindeki artış,
- Seyahat özgürlüğü,
- Sosyal güvenlik,
- Teknolojideki gelişmeler ve yenilikler,
- Turizm bilincinin oluşması,
- Ücretli tatil hakkı.

2022 yılında Türkiye toplam 50,5 milyon ülkeyi ziyaret eden turistlerle dünyanın en büyük turizm endüstrilerinden biri konumundadır. En çok ziyaretçi ağırlayan ülkeler sıralamasında Fransa, İspanya , ABD, Türkiye ve İtalya yer almaktadır. Turizm gelirleri bakımından Türkiye, 41,2 milyar dolar gelir ile dünya genelinde 6'ncı sırada yer almaktadır (DTÖ, 2024). Turizm, dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden biri olarak ülkelerin önemli döviz ve istihdam kaynağıdır (Olcaý, 2010: 80). Turizmin ekonomik yönüyle ilgili tartışmaları Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar 1910 yılında başlatmıştır (Kozak vd., 2022: 154). Türkiye'de 1982'de çıkarılan Turizm Teşvik Kanunu ile birlikte başta Akdeniz ve Ege kıyıları olmak üzere deniz-kum-güneş turizmi yaygınlaşmıştır (Olcaý, 2010: 70).

2.2. Turist Kavramı

Turist kelimesinin kökenine bakıldığında geçmişi 12. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Turist; ikamet yerinin olduğu yerden başka bir yere kültür, eğitim, öğrenim, spor, dinlenme, eğlence, din, iş, aile ve arkadaş ziyareti gibi amaçlar doğrultusunda seyahate çıkan ve gittiği yerde en az 24 saat kalan ve para kazanmayan ancak para harcayan kişidir (Rızaoğlu, 2012: 200; Olcay, 2014: 397). Bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye seyahat eden, turistik faaliyet ve alanlardan faydalanan kişiler yabancı turist olarak tanımlanmaktadır. Seyahat ettiği yerde 24 saatten daha kısa sürede bulunan, konaklama faaliyetinde bulunmayan kişilere ise günübirlikçi (ekskürsiyonist) denilmektedir (Kervankıran, 2011: 227).

Turist kelimesi ilk defa Londra'da kullanılmıştır. Turist,; Avrupa kıtasında Fransa ve İtalya'yı kapsayan Grand Tour (Büyük Tur) seyahatini gerçekleştiren kişilere denmekteydi. 1811 yılından bu yana turizm kelimesi zevk için yapılan seyahati ifade etmek için kullanılmaya başlanmıştır (Hacıoğlu, 2006: 100). Turist kavramının ilk tanımını "Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi" 1937 yılında yapmıştır. İkametleri dışında en az 24 saat süreyle kalan kişiler turist olarak kabul edilmektedir. Turist olarak kabul edilen ve edilmeyen kişileri şu şekilde sıralamak mümkündür (Kozak vd., 2022: 200).

a. Turist Sayılanlar:

- Bilimsel faaliyetler, idari durumlar, dini ibadetler, sportif aktiviteler gibi sebeplerle ve çeşitli toplantılara katılmak için seyahat edenler,
- Deniz gezileri ve bu gezi süresi 24 saatten az olsa bile turist sayılırlar,
- Eğlence, sağlık, ailevi sebepler gibi amaçlar için seyahat edenler,
- Ticari sebepler için seyahat edenler.

b. Turist Sayılmayanlar:

- Bir başka ülkeye kamu amaçlı görevlendirilen kimseler,
- İkametleri dışındaki yere (devamlı ikâmet amacı ile gelen kişiler,
- Okullardaki ve diğer konaklama kurumlarındaki üniversite öğrencileri ve diğer gençler,
- Seyahatleri 24 saati aşsa dahi bir ülkeden durmaksızın transit geçenler, turist olarak kabul edilmezler,
- Sınır bölgelerinde ikâmet eden kişiler ve başka bir ülkede yaşayıp komşu ülkeye çalışmak için gelenler.

2.3. Turizm Endüstrisinin Unsurları

Turizm endüstrisinin unsurları, asli konaklama işletmeleri, seyahat acentaları ve tur operatörleri ile yiyecek-içecek işletmelerinin yanı sıra ulaştırma işletmelerinden oluşmaktadır.

2.3.1 Asli Konaklama İşletmeleri

Konaklama işletmeleri, turizmin çekiciliklerini oluşturan işletmeler içinde yer almaktadır (Tezcan ve Kusan, 2023: 188). Bu işletmeler turistlerin seyahat ettikleri yerlerde konaklamalarını sağlar. Oteller, moteller, hosteller, tatil köyleri, kampingler, ev pansiyonculuğu ve apart oteller konaklama işletmeleri çeşitleridir. Konaklama işletmeleri turizm endüstrisinde önemli bir bileşeni oluşturmaktadır. Konaklama işletmelerinde en önemli grup otellerdir (Kozak, 2022: 80).

2.3.1.1. Oteller

Oteller kişilerin konaklama ihtiyaçlarını karşılayan tesislerdir. Bu ihtiyaçların karşılanmasının yanında birçok aktivite spor ve eğlence faaliyetlerini bünyesinde bulunduran tesislerdir (Andaç, 2013: 7; Olcay, Giritlioğlu ve Çıkmaz, 2014: 385). Otel işletmeleri birçok yönden sınıflandırılmaktadır. Bu noktada otel işletmeleri hukuki özellikleri açısından önem arz etmekte ve sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma türünde belgelendirme şekli belirleyicidir ve ülkelerin konu hakkındaki düzenlemelerine bakılmaktadır. Türkiye’de hukuki statüleri açısından otel işletmeleri iki şekilde incelenmektedir. Yerel yönetimlerce açılış izni verilen ve denetlenen otellere “Belediye belgeli oteller”, Kültür ve Turizm Bakanlığınca açılış izni verilen ve denetlenen otellere ise “Turizm işletme belgeli oteller” adı verilmektedir (KTB, 2024).

Belediye belgeli otel işletmeleri, çalışma ruhsatlarını buldukları yörenin belediyesinden alırlar. Belediyelerin belirlediği nitelikleri taşırlar ve belediye tarafından denetlenirler. Türkiye’de belediye belgeli otel işletmeleri nitelikli ve niteliksiz olarak iki grupta incelenmektedir (KTB, 2024). Turizm işletme belgeli otel işletmeleri ise 1950’li yıllardan bu zamana kadar sınıflandırılmaktadır. 1983’te yürürlüğe giren ve sonraki dönemlerde çeşitli değişiklikler yapılan “Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği”ne göre Türkiye’deki oteller, yıldızlama esasına (bir, iki, üç, dört, beş yıldız) göre sınıflandırılmaktadır (Olcay ve Başer, 2023: 64).

Bu otellerin temel özelliklerinin şu şekilde açıklamak mümkündür: (KTB, 2024).

- **Bir Yıldızlı Oteller:** En az 10 odalı tesislerdir. Yeterli büyüklükte kahvaltı salonu ve 06.00-24.00 saatleri arasında büfe hizmeti, yönetim odası olan, müşterilerin çıkıp ineceği kat sayısının üçten fazla olması durumunda kapasiteye bağlı müşteri asansörü, resepsiyon ve kapasiteye yetecek oranda oturma imkânı veren lobiden oluşan bir holü bulunan tesislerdir.
- **İki Yıldızlı Oteller:** Bir yıldızlı oteller için istenilen koşulların yanında iklim şartlarına uygun klima sistemi, odalarda saç kurutma makinesi, televizyon ve odalara içecek hizmetini taşıyan tesislerdir.
- **Üç Yıldızlı Oteller:** İki yıldızlı oteller için istenilen şartlarla birlikte yatak kapasitesinin %25'i oranında oturma olanağı olan ve lobiden ayrı düzenlenmiş oturma salonu, odalarda televizyonu, odalarının en az yarısında mini bar ile yiyecek ve içecek türlerine göre servis malzemesi olan, yüzme havuzu, çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti ile 24 saat büfe hizmeti niteliklerini taşıyan tesislerdir.
- **Dört Yıldızlı Oteller:** Üç yıldızlı oteller için aranan şartlarla birlikte müşterilerin inip çıkacağı katın ikinin üstünde olması durumunda otelin kapasitesine uygun müşteri asansörü, odalarda klima, odalarda yatak örtüsü, mini bar, kıymetli eşya kasası, 06.00-24.00 saatleri arasında oda servisi, kuru temizleme ile terzi hizmeti, satış mağazası, doktor hizmeti ve revir, servis merdiveni veya asansörü, toplam personelin en az %15'inin alanında eğitim almış olması, telefon, faks, internet bağlantılı bilgisayar gibi büro hizmetlerine yönelik çalışma ofisi, kapalı yüzme havuzu, açık yüzme havuzu, tiyatro, sinema faaliyetlerinin yapılabileceği kapalı salon, sekreterlik ve simültane tercüme hizmetleri, kişi başına en az 1.2 metrekare alana düşecek şekilde en az yüz kişilik gece kulübü, diskotek veya benzeri eğlence imkânı veren ayrı bir salonu, aletli jimnastik, aerobik veya bilardo salonu, alarm sistemi bulunan sauna, Türk hamamı, kayak ve deniz sporları, mini golf, tenis veya voleybol sahası, bowling salonu, go-kart pisti ve benzeri imkânlar sağlayan ünitelerden en az üç adedi, pasta ve içki servisi verilen salon, Türk mutfağı dahil dünya mutfağından sıcak ve soğuk yemekler ile tatlı çeşitlerinin sunulduğu lokanta, kâfeteriya ve snack bar hizmeti niteliklerini taşıyan tesislerdir.
- **Beş Yıldızlı Oteller:** Otelin yerleşme durumu, tesisatı, donanımı, dekorasyonu ve hizmet kalitesi bakımından üstün nitelikler taşıyan, dört yıldızlı oteller için istenilen koşullar ile birlikte kat sayısına bağlı olarak müşteri asansörü, odalarda çalışma masası, yatak baş ucunda merkezi aydınlatma düğmesi ve priz, boy aynası, odalarda bornoz, dış temizlik

kiti, tek kullanımlık terlik, dikiş kiti, ayakkabı sileceği, duş köpüğü, şampuan, vücut jeli, makyaj temizleme pamuğu gibi en az on dört adet otelin amblemine sahip malzeme, banyolarda küvet, resepsiyonla iletişim kurulabilecek bir telefon, büyüteçli ayna, tütün ürünleri içilmeyen oda düzenlemesi, odalarda internet imkânının olması, bay ve bayan kuaförü, satış mağazaları, toplam personelin %25'inin alanında eğitim almış olması, otel odasında sunulan hizmetlerin yanında restoranlar, birden çok konferans salonu, açık ve kapalı yüzme havuzları, spa, kapalı sinema salonu, gece kulübü, spor salonu, pasta salonu alakart lokanta, kafeterya gibi hizmetlerin de bulunması gerekir. Otellerde yıldız sayısının fazlalığı, verilen hizmetin çeşitliliğini ve kalitesinin yüksekliğini gösterir (KTB, 2024).

2.3.1.2. Moteller

Yerleşim merkezlerinin dışında, karayollarının kenarlarında ve yakın çevrelere inşa edilen moteller yapısal olarak küçük ve tek katlıdır. Konaklama yapan kişilerin yeme-içme ve araçlarını park etme ihtiyacını karşılayan içerisinde televizyon özelliği olan genellikle arabayla seyahat eden kişiler tarafından tercih edilen, sınırlı sayıda hizmet veren işletmelerdir (Olçay ve Başer, 2023: 64). Moteller Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'ne göre belirtilen nitelikleri taşımaktadır. Bu nitelikleri şu şekilde göstermek mümkündür (KTB, 2024).

- Dışarıdan gelecek trafik sesleri için yeterli önlemler,
- İlk yardım malzeme ve gereçleri bulunan dolap,
- Kahvaltı hizmetini sunabilecek şekilde düzenlenmiş oturma alanı ve kahvaltı salonu,
- Oda kapasitesinin en az % 25'ine yetecek sayıda kıymetli eşya kasası,
- Oda kapasitesinin % 80'i oranında otopark,
- Resepsiyon ve bekleme yeri,
- Telefon, faks ve internet hizmetleri,
- Tesisin kolay bulunması için yer ve yön işaretleri, otopark ve diğer hizmetlerini belirten işaretler, iyi yapılmış çevre düzenlemesi ile yeterli aydınlatma sistemi,
- Yalnızca yaz süresince faaliyette olan tesisler haricindekilerde girişlerinde rüzgarlık, döner kapı, hava perdesi gibi düzenlemeler,
- Yirmidört saat büfe hizmeti,

- Yirmidört saat hizmet veren satış ünitesi,
- Yönetim ofisi.

2.3.1.3. Hosteller

Hosteller, gençlik turizminin gelişmesine yön veren ekonomik ve minimal bir konaklamayı ifade etmektedir. Konaklama yapan kişilere yeme-içme hizmeti veren veya kişilere hazırlayabilme olanağı sunan, ortak kullanılan mutfak, banyo ve sosyal alanlara sahip yurt konseptli en az on odalı tesislerdir (Andrade, 2014: 5). Bünyesinde resepsiyon, yönetici odası, kapasiteye uygun oturma salonu, lokanta veya kafeterya hizmeti, kız ve erkekler için ayrı bölümler olarak kişi başına en az dört metrekaare alan sağlanan en fazla sekiz kişilik odalar ve en fazla sekiz yatağa bir banyo şeklindedir. İlk yardım, emanet ve telefon hizmetleri, çamaşır yıkama, ütüleme ve kurutma imkânı gibi nitelikleri taşır (Kozak, 2022: 85). Hosteller, “sırt çantası ile seyahati belirten backpacking kültürünün bir parçası olmaktadır. Son yıllarda ortaya çıkan flashpacker şeklinde nitelendirilen gezginler daha yüksek bütçe ile hostellerde konaklama yapmaktadırlar” (Olçay ve Başer, 2023: 65).

2.3.1.4. Tatil köyleri

Tatil köyleri, doğa içerisinde, ferah bir konaklama imkânı sunan bununla beraber çeşitli sportif faaliyetlerin, satış ve eğlence hizmetlerinin sunulduğu yaygın yerleşim sistemindeki her cepheden en fazla üç katlı görülen yapıların oluşturduğu en az seksen odalı konaklama tesisleridir. Tatil köylerinde, çevre düzenlemesi yapılırken doğal varlıkların ve yöresel değerlerin korunmasına dikkat edilir (KTB, 2024).

2.3.1.5. Kampingler

Karayolları güzergâhı üzerinde ve yakın çevresinde bulunan, doğal güzelliğe sahip alanlara kurulan, müşterilerin kendi gereksinimlerini kendilerinin karşıladığı en az on üniteli tesisleridir (KTB, 2024).

2.3.1.6. Ev pansiyonculuğu

Pansiyonlar, yemek gereksinimini idarenin ya da müşterinin bizzat hazırlayabildiği en az beş oda kapasiteli giriş holü, emanet hizmeti, oturma, yemek ve kahvaltı ihtiyacını karşılayabilecek, yazlık tesislerde kısmen açık da olabilen, yeterli kapasitede bir salon, yemek ihtiyacının işletme tarafından verilmemesi durumunda pansiyon mutfaklarında ihtiyaca göre yeterli sayıda buzdolabı, pişirme ve ızgara donanımı, bulaşık yıkama, hazırlık ve malzeme istif yerleri, servis ile ilk yardım malzeme ve gereçleri bulunan tesislerdir (KTB, 2024).

2.3.1.7. Apart oteller

Apart otel, günlük olarak kiraya verilebilen eşyalı apartman daireleri denilebilmektedir. 1+1, 2+1, 3+1 gibi oda seçeneklerine sahiptir. Daireler içerisinde mutfak, buzdolabı gibi araçlar bulundurduğu için müşteriler yemeklerini kendileri yapabilirler. Kişi başı maliyet oranı düşük olduğu için kalabalık aileler tarafından tercih edilmektedir (KTB, 2024).

2.4. Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri

1950 yılında (TÜSTAC) Türkiye Seyahat Acenteleri Cemiyeti kuruldu. Bu cemiyet 1972'ye kadar faaliyette bulundu. 1972'de (SNAV) Fransız Seyahat Acenteleri Birliği Yasası'ndan faydalanarak, 1618 sayılı kanun çıkarılmıştır. Bu kanun acentelerin çalışma sistemini ve TÜRSAB'ın kurulmasını öngörmektedir. 1618 sayılı kanunun ile acentecilik faaliyetlerinde bulunabilmek için TÜRSAB'a üye olmak zorunluluğu getirilmiştir. TÜRSAB Türkiye'yi uluslararası kuruluşlar olan IFTO, WTO, UFTAA'da temsil etmektedir (Mısırlı, 2018: 58).

2.4.1. Turizm ve Seyahat Olgusu

İnsanlar yüzyıllardır çeşitli amaç ve nedenlerle ikâmet ettikleri yerin dışına farklı bir coğrafyayı keşfetmek, yeni bir kültür ve yaşam tarzı deneyimlemek amacıyla seyahat gerçekleştirmişlerdir (Arıca ve Kodaş, 2020: 6). İnsanların yer değiştirme hareketlerinin yaradılışının bir olgusu olduğu turizm alanında araştırmalar yapan tarihçi, araştırmacı, yazar, kurum gibi tüm kesimlerin ifade ettiği görüş olmuştur (Demir, 2017: 3). Seyahatin bugünkü amacıyla, eski zamanlardaki yapıma amacı kısmen birbirinden farklı olsa da eski çağlarda seyahat kelimesine yüklenen anlam ile bugünkü anlam arasında benzerlik bulunmamaktadır. Eski çağlarda seyahata çıkmak, çile çekmek anlamına gelmektedir. Bu nedenle "travel" sözcüğünün kelime kökeni zahmet çekmektir (Mısırlı, 2018: 2).

14. yüzyılda Rönesansla birlikte başlayan seyahat etme amaçlarına sanatsal ve kültürel faaliyetler dahil olmuştur. Yeni çağ döneminde yaşanan sanayi devrimiyle birlikte ulaşım alanlarındaki gelişmenin turizm hareketliliğini canlandırdığı ve modern bir yapıya kavuşturduğu görülmüştür (Arıca ve Kodaş, 2020: 7). Turizm hareketinin canlandırılması ulaşım alanındaki gelişmeyle mümkün olmaktadır. 1698'de İngiliz mühendis Thomas Savery, ilk ticari buhar makinesini yapmıştır. Seyahatte devrim oluşturan demiryolu ve sanayi devrimiyle seyahat etme arzusu yeni bir orta sınıfın oluşmasıdır (Lew vd., 2008: 67). Toplumun, halk tarafından kabul görmüş diplomatları, bilim insanları, iş insanlarının Avrupa'ya yaptıkları seyahatleri, Grand Tour (Büyük Tur) adıyla anılmıştır (Page, 2007: 43).

İnsanların seyahat amaçları incelendiğinde; Yunanlılar ve Romalılar için değerli bir seyahat yeri Dünyanın yedi harikası'dır. Eğlence ve zevk amacıyla, M.Ö. Eski Yunanda düzenlenen olimpiyat oyunları, tiyatro ve şifalı banyolara için Yunanistan'a seyahatler gerçekleştirilmiştir (Arıca ve Kodaş, 2020: 8). Din faktörü insanları seyahate teşvik eden diğer bir etken olmuştur. Dinsel amaçlı yapılan seyahatler, Müslümanların hac ibadeti için Mekke'yi ziyaret etmeleri ve Hristiyanlar ile Musevilerin Kudüs'e tarih boyunca hac amacı ile seyahat etmeleridir. Ticaret amacıyla yapılan seyahatler 13. yy'a kadar önemli bir neden olarak görülmüştür (İçöz, 2014: 2). Eski çağlardan itibaren yapılan seyahatler 1950'li yıllardan sonra hızla gelişen turizm hareketi sonucunda zevk, eğlence, spor, tiyatro, kişisel, sağlık, düğün, cenaze, dinlenme, avcılık, kampçılık, iş seyahatleri, akraba ve arkadaş ziyareti, toplantı, seminer, fuar ziyaretleri ve diğer amaçlarla yapılmaktadır (Demir, 2017: 3).

John A. Thomas ve Donald E. Lundberg, İnsanların niçin seyahat ettiklerini incelemiş ve bu konuda 21 neden belirlemişlerdir. Bu nedenler aşağıda yer almaktadır:

- Aile bireylerinin ya da atalarının geldiği yerleri görme isteği,
- Başkaları tarafından benimsenme isteği ve prestij kazanma isteği,
- Belli aralıklarla düzenlenen özel olaylara ve etkinliklere, festivallere katılma isteği,
- Belli başlı çekiciliğe sahip farklı yerler görme isteği,
- Dinlenme ve rahatlama isteği,
- Ekonomik etkenler ve alışveriş yapma isteği,
- Farklı konuları ya da yerleri öğrenme ve bilme isteği,
- Günlük hayatın rutinliğinden uzaklaşmak, zamanını hoşça geçirme ve değerlendirme isteği,
- Haberlerde izledikleri yerleri ya da etkinlikleri merak ederek daha yakından görme isteği,
- Heyecan arama isteği,
- İklim koşullarını öğrenme isteği,
- İş amacıyla ziyarette bulunmak isteği,
- Kendi başına hareket etme isteği, egoyu, genel kültürü güçlendirme isteği,
- Macera yaşama merakı ve güçlüklerle başa çıkabilme isteği,

- Sağlık için seyahat etme isteği,
- Spor etkinliklerini tanıma isteği,
- Tarihten pay alma isteği,
- Yakınlarının ya da arkadaşlarının daha önce gittiği yerleri ziyaret etme isteği,
- Yaşadığı ülke dışındaki ülkelerdeki toplumların yaşamını görme isteği,
- Yenilik isteği ve egzotik/ilginç arayışlarda bulunma isteği,
- Zevk alma isteğinden oluşmaktadır.

Turizm ile ilgili yayınlanan yazılar incelendiğinde; turizm ve seyahat kavramlarından olan kullanışlı, pratik ve geniş çapta anlaşılması nedeniyle, özellikle Kuzey Amerika'da yöneticiler tarafından en sık kullanılan kavram olma eğilimindedir (Victor, 2009: 8). Turizm ve seyahat terimleri çoğu kez birbirinin yerine kullanılmaktadır. Her ikisi de insanların yaşadıkları ve çalıştıkları ortamdan iş, tatil yapma ve kişisel nedenlerle geçici olarak ayrılmalrı konusunda takip edilmesi gereken bir araştırma alanını kapsamaktadır (Mengü, 2018: 75). Seyahat ve turizm arasında mutlak bir çizgi bulunmamaktadır. Çoğu kez her ikisi birbirleriyle karıştırılmaktadır (Robinson, 2016: 4). Her turizm faaliyetinde seyahat etmek söz konusudur. Fakat her seyahat turizm faaliyeti değildir. Turizm seyahatten farklıdır (Victor, 2009: 8).

2.5. Seyahat Acentacılığı Kavramı

Seyahat acentaları, turizm endüstrisinin önemli bileşenlerindedir. Turizm endüstrisinde işletmelerin ürünlerini pazarlama görevi, seyahat acentelerince yapılmaktadır (Arıca, 2017:200). Turizm işletmeleri ve tüketiciler arasında aracılık yapan seyahat acentaları ile ilgili alanyazında farklı tanımlar bulunmaktadır (Brunner, 1975: 45). Seyahat acenteleri; bugünün ekonomisinde güncel, gelişime açık, sürekli gelişen ve değışen turizm ve seyahat endüstrisinin mal ve hizmetlerini bugüne uygun modern ve gelişmiş stratejilerle pazarlayarak satışını yapan kuruluşlardır (Mısırlı, 2018: 37). Bu acentalar, turizm ürününün üreticileri ile tüketicileri arasındaki iletişimi sağlama hizmeti sunan ticari işletmelerdir (Alaeddinoğlu ve Can, 2007: 54). Seyahat acenteleri, nitelikli seyahat hizmeti için havayolu şirketleri, denizyolu şirketleri, demiryolu ve otobüs şirketleri, araç kiralama şirketleri, konaklama işletmeleri aracılığı ile tedarik ve satışını yapan işletmelerdir (Gee vd., 1997: 187).

İlk örneklerine Britanya’da rastlanan seyahat ile ilgili düzenlemeler, çalışan haklarına yönelik yapılan faaliyetler, düşünce ve algıdaki değişimler ile dünya genelinde artan gelir seviyeleri, değişen kültürel normlar, daha fazla insanın seyahat etmesini bir ihtiyaç olarak görmesine neden olmuştur diğer bir deyişle, seyahatin demokratikleşmesi dünyada geniş kitlesel bir hareketliliğin başlangıcını göstermektedir (Urry, 2009: 37). Son zamanlarda seyahat etmenin lüks olarak değil de ihtiyaç olarak tanımlanması sebebi ile dünya çapında büyük bir hareketlilik söz konusudur. Söz konusu ihtiyaç; turistlerin dinlenme, eğlenme, tatmin olma ihtiyacı olarak tanımlanmaktadır (Grönroos, 1978: 598). Seyahat acentesi, turistler ile turistik hizmet sunucuları arasında güvenilir bir aracıdır. Bu yolla acente, seyahat endüstrisini bir arada tutma rolünü üstlenmektedir. Acentelerin ana işi perakendecilik, turistik ürün dağıtıcılığıdır ve bazı acenteler paket tur da hazırlayabilmektedir (Alaeddinoglu ve Can, 2007: 54).

2.6. Seyahat Acentalarının Faaliyet Alanları

Seyahat acentaları, müşterilerin özel istek ve ihtiyaçlarını anlamak, müşterilere uygun üretimler gerçekleştirmek için üretim sürecinde müşterilerle işbirliği yapmaktadır (Blazquez, 2015: 719; O’Cass ve Sok, 2015: 196).

Seyahat acentelerinde; rezervasyon, bilgilendirme, biletleme işlemleri, tur organizasyonları satışı, kongre-fuar ve toplantı organizasyonları, vize-pasaport ve gümrük işlemleri, seyahat sigortası hizmetleri gibi birçok hizmeti tüketicilere sunmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Arıkan, 2005: 132). Seyahat acentelerinin faaliyet alanları iki aşamalıdır. Tur organizasyonları satışı ve uçak biletleri satışlarıdır (Alaeddinoglu ve Can, 2007: 54).

2.6.1. Rezervasyon

Rezervasyon, turizm ürünü sunan işletmelerin ürünlerini önceden satın alarak yer ayırtma işlemi olarak tanımlanır. Konaklama işletmelerinde oda, tren, otobüs, uçak ve gemilerde yer, yiyecek içecek işletmelerinde ise masa ayırtma işlemleri rezervasyon yapılarak gerçekleştirilir (Mısırlı, 2018: 127). Seyahat acenteleri çeşitli otel işletmeleriyle anlaşma yaparak, onlara müşteri sağlamak ve rezervasyon işlemleri gerçekleştirmektedir. Otel işletmelerinde rezervasyon, işletmeye isim belirterek yer ayırtma ve kayıt işlemini ifade etmektedir (Kasvana ve Cahill, 1992: 300). Seyahat düzenleyicisi olarak anılan Thomas Cook tarafından oluşturulan ve otel rezervasyonları için hizmet belgesi olan “Voucher” halen seyahat acentaları tarafından kullanılmaktadır (İçöz, 2014: 14). Bu işlem seyahat acentası çalışanları tarafından manuel ve merkezi rezervasyon sistemi aracılığıyla yerine getirilmektedir (Arıca, 2020:

22). Telefon, mektup, telgraf, teleks, faks, yüz yüze görüşmeler ve en son gelişen teknoloji sayesinde bilgisayarlar ve mobil teknolojiler rezervasyon işlemlerinde kullanılmaktadır (İçöz, 2014: 86).

2.6.2. Biletleme İşlemleri

Seyahat acenteleri, tüm ulaştırma araçları, demiryolu, denizyolu, karayolu ve havayolu için biletleme işlemlerini gerçekleştirmektedir (Hacıoğlu, 2006: 61). Biletleme faaliyetleri acentelerin elde ettikleri gelirin büyük bir kısmını oluşturmaktadır (Arıca, 2020: 22). Son dönemlerde havayolu bilet satışları, acenteler için önemli bir gelir kaynağı olmuştur. Bilet işlemleri çeşitli uluslararası organizasyonlarca belirlenen kurallara göre gerçekleştirilmektedir (Mısırlı, 2018: 136). Her kuruluş üretimini yaptığı ürünün biletini kendisi satmasına karşın, seyahat acentelerinde çalışan personel tarafından yapılan işlem oldukça fazladır. Acenteler her ülkenin giriş işlemlerinde gerekli olan formaliteleri bilmelidir (Arıca, 2020: 22). UNWTO tarafından ülkelerin giriş formaliteleri ve seyahat danışma el kitabı bütün ülkelerin güncel bilgileri olan, acentelerde bulunan önemli yayınlardır (Demir, 2017: 91).

TÜRSAB'a göre acentelerin biletleme hizmetleri şunlardır (TÜRSAB, 2019):

- Bilet kesme işlemi yapmak,
- Müşterilerin talep edebileceği tatil organizasyonlarını düzenlemek,
- Müşterilerine seyahat ile ilgili belgeleri iletmek,
- Rezervasyon işlemini gerçekleştirmek,
- Seyahat ücretlerini tahsil etmek,
- Ücretler ve tarifeler ile ilgili bilgilendirmektir.

2.6.3. Tur Organizasyonları ve Satışı

Seyahat acentelerinin kuruluşunun temelinde müşterilere hizmet ilk sırada yer almaktadır (Arıca, 2020: 23). Ekonomik ve toplumsal alanlardaki gelişmeye ve ilerlemelere bağlı olarak seyahat acentelerinin faaliyetleri değişmeye, gelişmeye ve yapısal çeşitlenmeye başlamıştır. Bu nedenle; acenteler satıcı ve aracı olmaktan çıkıp, seyahat hizmeti üretimine yönelmiş, tur organizasyonu ve satışı, tur acentelerinin en önemli gelir kaynaklarından biri olmuştur (Hacıoğlu, 2006:79).

Seyahat acenteleri kuruluşları dışındada turistlere; kongre, fuar ve toplantı organizasyonları, vize-pasaport ve gümrük işlemleri, seyahat sigortası hizmetleri de sunmaktadır. Bu bölümde hizmetleri ve hizmetlerin özellikleri yer almaktadır.

2.6.3.1. Kongre, fuar ve toplantı organizasyonları

Turizm hareketlerinin artması sebebiyle tatil, dinlenme, eğlenme, gezme ve görme imkânları bazı kongre, fuar ve toplantı organizasyonlarının yan ürünü haline gelmektedir. Bu tür turizm ürünü yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştirilmektedir. Kongre turizmi; sunulan hizmetlerin mükemmel yakın olarak tanıtımının, pazarlamasının ve satışının yapılması konularında ihtisaslaşma gerektiren bir turizm çeşididir (Mısırlı, 2018: 184).

2.6.3.2. Vize, pasaport ve gümrük işlemleri

Vize, bir ülkeden diğerine geçişte, gidilecek ülkenin konsolosluğunun verdiği izin belgesidir (İçöz, 2014: 155). Türk vatandaşlarına Avrupa ülkeleri tarafından vize uygulama işlemleri 1980'li yıllarda başlamıştır. Avrupa ülkelerinin haricinde, ABD, Avustralya, Benin, Birleşik Arap Emirlikleri, Bulgaristan, Cezayir, Danimarka, Kanada, Libya, Meksika, Norveç, gibi ülkeler de vize uygulamaktadırlar (Mısırlı, 2018: 167). Ülkelerin seyahat amaçlarına göre vize uygulamaları değişmektedir.

Türkiye'nin seyahat amacına göre vize uygulamaları şunlardır (TCDB, 2024):

- Turizm vizesi: Türkiye'ye turistik veya resmi ziyaret, iş görüşmesi, konferans, seminer, toplantı, festival, fuar, sergi, sportif etkinlik, kültürel ve sanatsal etkinlik gibi amaçlarla gelmek isteyen yabancılara verilir.
- Transit vize: Türkiye'ye herhangi bir sınır kapısından girerek belirlenen süre içinde Türkiye'den geçiş yapmak isteyen yabancılara verilecek transit vize ile belirlenen geçiş süresi, vizenin geçerlilik süresi içinde sınır kapısından her girişte yeniden başlar.
- Havalimanı transit vizesi: Türkiye'ye giriş yapmaksızın sadece hava sınır kapısından geçiş yapmak isteyen yabancılara verilir.
- Eğitim vizesi: Türkiye'ye eğitim, öğrenim, staj, kurs, öğrenci değişim programı, Türkçe dil kursuna katılma amacıyla gelmek isteyen yabancılara verilir.
- Çalışma vizesi: Türkiye'ye 29/8/2003 tarihli ve 25214 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Yabancıların Çalışma İzinleri Hakkında Kanunun Uygulama Yönetmeliğinin 55 inci maddesi kapsamındaki yabancılar ile bu kapsamda olmayan ve çalışma amacıyla gelmek isteyen yabancılara verilir.
- Resmi görev vizesi: Resmi göreve atanan veya diplomatik kurye olarak görevlendirilen yabancılara verilir.

- Diğer vizeler: Türkiye'ye yukarıda belirtilen amaçlar dışında kalan ve arkeolojik kazı, araştırma, film veya belgesel çekimi, tedavi, refakat, aile birleşimi, insani yardım, taşımacılık gibi amaçlarla gelmek isteyen yabancılara verilir.

Vizeler genel olarak, giriş, transit ve çoklu vizeler olarak üç şekilde uygulanmaktadır. Giriş vizeleri; bir yıl süreli ve ülkeye sadece giriş sağlayan vizelerdir. Transit vizeler; üçüncü bir ülkeye giriş yapabilmek için o ülkenin geçiş amacıyla kullanılması durumunda verilen vizelerdir. Tek geçişli vize, gidiş dönüş vizesi ve çoklu giriş vizesi olarak sınıflandırılmaktadır. Vize vermekle yükümlü yerler büyükelçilikler, konsolosluklar, dış işleri bakanlığı ve valiliklerdir (Mısırlı, 2018: 167). Seyahat başlamadan önce tamamlanması gereken vize işlemleri bürokratik bir süreçtir. İşletmelerin müşterilerine profesyonel anlamda hizmet vermesini olanaklı kılmaktadır (Çolakoğlu, 2007: 162).

Pasaport, resmi makamların verdiği ve kişilerin serbestçe yurtdışına çıkmalarına olanak sağlayan resmi kimlik belgesidir. Pasaport yabancı ülkelere giriş çıkış esnasında kullanılır. Yurt dışına seyahat edecek her kişinin geçerli bir pasaporta sahip olması gerekmektedir. Pasaportsuz yurt dışına herhangi bir ülkeye giriş yapılması mümkün değildir. Gümrük işlemleri, seyahat acentelerinin ülkelere göre farklılık gösterebilecek olan gümrük kurallarını bilmelerini ve müşterilerini bilgilendirme işlemlerini kapsamaktadır (Mısırlı, 2018: 143).

Seyahat acenteleri vize ve pasaport faaliyetlerini rezervasyon veya satış işleminden yaptığı ve işletmelerden aldığı komisyon karşılığında gerçekleştirmektedir. Turistler çoğu zaman vize ve pasaport işlemleriyle uğraşmak istememekte ve bu işlemlerin seyahat acenteleri tarafından gerçekleştirilmesini istemektedir (Arıca, 2020: 24).

2.6.3.3. Seyahat sigortası hizmetleri

Turistlerin seyahat sürecince oluşabilecek ve olacak riskler için sigorta edilmesi yasalara dayalı bir mecburiyettir. Paket turlar sigortalanmakta ve sigorta için ayrı bir ödeme alınmaktadır (Arıca, 2020: 25). Acenteler tarafından her türlü kaza, bagaj, seyahat ve rezervasyon iptali, yangın örneği konularında tüketicileri korumak ve güven vermek amacıyla sigorta hizmetleri verilmektedir (Tekin ve Karaosmanoğlu, 1991: 35).

2.7. Seyahat Acentelerin İlgili Bazı Mesleki Örgütlenmeler

Seyahat acentelerinin faaliyet yerlerinin ve durumlarının farklı oluşu, şartların zorluğu, satışı yapılan ürünün fiziki durumu ve güçlü kuruluşların

olmayışı seyahat acentelerini örgütlenme zorunluluğunda bırakmıştır. Seyahat acenteleriyle ilgili mesleki örgütlenmelerin ulusal ve uluslararası düzeylerde düzenlenen kuralların konulma gereksinimi 1930’lu yıllarda anılmaya başlanmıştır (Mısırlı, 2018: 99).

Bu bölümde seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin ulusal ve uluslararası düzeyde örgütlenmeleri, mesleki birlik ve geliştirilmesi, görev ve yetkileri değerlendirilmektedir.

2.7.1. Ulusal Merkezi Örgütlenme

Ulusal düzeyde seyahat işletmeciliğiyle ilgili mesleki örgütlenmeler bulunmaktadır. Ülkedeki yasal düzenlemeler ve turizm sektörünün özellikleri kapsamında kurulmuş olan bu örgütlerin her biri turizm, seyahat, ulaştırma gibi alanlarda birbirinden bağımsız olarak faaliyet göstermektedir. Ulusal düzeyde belirli mesleki örgütlerini şu şekilde açıklamak mümkündür (Mengü, 2018: 111; İçöz, 2014: 115).

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) : Türkiye’de havayolu ulaşım faaliyetleri 1912’de Atatürk Havaalanı’na yakın olan İstanbul’un Sefaköy ilçesinde, iki hangar ve küçük bir meydana başlamıştır. 1925 Türk Tayyare Cemiyeti kurulmuştur. Türk Tayyare Cemiyeti’nin ismi sonraları Türk Hava Kurumu olarak değişmiştir. Sivil Hava Taşımacılığı 1933’te 5 uçaklı filo ile “Türk Hava Postaları” olarak başlamıştır. 1987’de “Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü” teşkilatında o günün şartlarına uygun olarak düzenlemeler yapılmıştır. 18 Kasım 2005’te 5431 sayılı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile finansal alanda özerkleşmiş ve mevcut yönetim yapısını almıştır. Türkiye, 1945 yılında Uluslararası Sivil Havacılık Anlaşması olan Şikago Sözleşmesi’ne taraf olmuştur. Türkiye Uluslararası Sivil Havacılık Teşkilatı-ICAO kurucu üyelerindedir. Avrupa’da 1956 yılında kurulan Sivil Havacılık Konferansı-ECAC’ın kurucu üyesi olan Türkiye, Avrupa Seyrüsefer Emniyeti Teşkilatı EUROCONTROL’e de üyedir (SHGM, 2024)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (TCKTB) : 2003 yılında Kültür Bakanlığı ile Turizm Bakanlığı’nın birleştirilmesiyle kurulmuştur. Ancak, Türkiye’de Kültür Bakanlığı 1971 yılında, Turizm Bakanlığı ise 1982 yılında kurulmuştur. Bu iki bakanlığın birleşmesiyle 10.07.2018 tarihinde Cumhurbaşkanlığı 1 No’lu Kararnamesi ile Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı tarafından T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı kurulmuştur. Görev ve yetkileri aşağıdadır (TCKTB, 2024)

- Cumhurbaşkanlığı kararnameleriyle veya Kanunlarla verilen görevleri yapmak,

- Kültür ve turizm bölgelerindeki tüm yatırım, iletişim ve gelişim potansiyelini yönlendirmek,
- Kültür ve turizm yatırımlarıyla alakalı taşınmazların teminini, gerektiğinde kamulaştırmasını, bunların etüdünü, proje ve inşaatını yapmak, yaptırmak,
- Kültürel ve tarihi değerleri koruma altına almak,
- Millî, manevî, tarihî, kültürel ve turistik değerleri araştırmak, geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanıtmak, benimsetmek ve bu suretle millî bütünlüğün güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak,
- Turizm sektörünün, ülke ekonomisine etkisini arttırmak ve ülke için turizm potansiyeli olan alanların tüm imkânlarını değerlendirip, geliştirip, pazarlamasını yapmak,
- Türkiye'nin turistik öğelerini her alanda tanıtmak için her türlü imkân ve araçları kullanmak, kültür ve turizm ile ilgili tüm tanıtım hizmetlerini yürütmektir.

Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) : 1984'te 685 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile resmileşmiş vergi bağımsızlığı kapsamında çalışan vakıf ve sivil toplum kuruluşudur. Türkiye turizmini geliştirmek ve eğitim çalışmaları ile kalifiye iş gücünü sağlamak asli görevidir. TUGEV'in kuruluş amaçları aşağıdadır (TUGEV, 2024).

- Eğitimi destekleyerek sektöre kalifiye iş gücü kazandırmak,
- Kongre turizmi sektörünün önemini vurgulamak ve kongre turizmine yönelik etkin çalışma politikaları oluşturmak,
- Turizm politikalarını oluşturmak ve uygulanmasını sağlamak, organizasyon ve koordinasyon aşamalarında görevli olmak,
- Türkiye'de var olan turizm potansiyelini harekete geçirmek ve işlerlik kazandırmasını sağlamak,
- Ülke ekonomisindeki turizm payını artırmaktır.

34 yıldır faaliyet gösteren “Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı” Türkiye turizminin her yönüyle gelişmesini sağlamak için çalışma politikalarının ilk sırasında eğitim ve kongre sektörü yer almaktadır (TUGEV, 2024)

Turist Rehberleri Birliği (TUREB) : 1998'de dönemin dört mesleki örgütünün, İstanbul Rehberler Odası (İRO), Ankara Turist Rehberleri Derneği (ARED), İzmir Rehberler Odası (İZRO), Antalya Rehberler

Derneği (REHBERANT) bir araya gelerek protokol imzalamaları ile faaliyete başlamıştır. TC Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul GÜNAY döneminde mesleki yasa çalışmaları TUREB ile hız kazanmıştır. 22.06.2012 tarihinde TBMM tarafından kabul edilen ve yürürlükte olan yasaya ulaşılmıştır. TUREB, yasanın uygun olan zamanında Türkiye’de kurulan 13 odanın bir araya gelmesiyle resmi ilk Olağan Genel Kurulu’nu gerçekleştirdi. TUREB, 6326 sayılı Turist Rehberleri Meslek Kanunu gereğince bütün birimleriyle Türk turizmde profesyonel turist rehberlerinin daha etkin rol almaları, Türkiye’nin kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılmasını sağlamaları ve illegal turist rehberliği faaliyetlerinin önlenmesi için çalışmaktadır (TUREB, 2024).

Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) : Marmara Bölgesi Turistik Otelciler Derneği olarak 13 kişi tarafından 1971’de kurulmuştur. 1983’te ilgili kanundaki değişiklikler ile Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB) şeklinde değişerek çalışmalarını sürdürmüştür. 2015’te TUROB, Türkiye ismini resmen alarak faaliyetlerini TÜROB (Türkiye Otelciler Birliği Derneği) olarak sürdürmüştür. TÜROB amacı; turizm konuları, sorunları ve çözümleri hakkında pratik ve bilime dayalı çalışmalarda bulunmak ve başka çalışmalar için faydalı olmaktır.

Turizmin ihtiyaçlarına ve turistik tesislerin değişen taleplerine uygun olarak gelişimini sağlamak, üyeler arasındaki ve turizmle ilgisi bulunan daire, kurum, kuruluş ve kişilerle eşgüdümü sağlamak, üyelerini sektör içindeki ve dışındaki her alanda temsil etmek, ulusal ve uluslararası gelişmeleri takip ederek, gerekli tedbir, planlama ve projeler üzerinde çalışmaktır. TÜROB, Avrupa Oteller, Restoranlar ve Kafeler Birliği (HOTREC) üyesidir (TÜROB, 2024).

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) : 30 Haziran 2005 tarihinde Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB), Alanya Turistik İşletmeciler Derneği (ALTİD), Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD), Batı Karadeniz Otelciler Derneği (BAKTOD), Bodrum Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği (BODER), Çukurova Turistik Otelciler Birliği (ÇUKTOB), Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK), Güney Marmara Otelciler ve İşletmeciler Derneği (GÜMTOB) ve Kapadokya Otelciler ve İşletmeciler Derneği (KAPTİD) gibi derneklerinin birleşmesi ile kurulmuştur. Mevcut bünyesinde 17 dernek yer almaktadır.

TÜROFED; bir meslek örgütü olarak üyelerine daha iyi hizmet sunmayı, sektörü geleceğe hazırlamayı ve doğru şekilde yönlendirmeyi, daha etkin ve donanımlı örgütsel yapılanmayı sağlamayı, yasal statüde hizmet sunmayı, Ankara’da sektörün sesini daha güçlü duyurabilmeyi, Türkiye genelindeki

şubelerle hizmet verebilmeyi ve güç birliği oluşturabilmeyi, Türkiye’de turizm bakanlığı belgeli tüm turizm tesislerini birlik kanalıyla federasyon çatısı altında toplayabilmeyi, örgütlenmenin sektördeki dağılımı ortadan kaldırmaya inanmaları gibi yaklaşık 15 maddeyle kuruluş amaçlarını belirtmiştir. Dünyadaki gelişmeleri takip ederek, üyelerinin dünya çapında bir oyuncu olmasını hedef gösteren TÜROFED, Türkiye turizmindeki yerini alarak kurulmuştur (TÜROFED, 2024).

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) : 1618 sayılı “Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu” ile 14 Eylül 1972 tarihinde Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur. TÜRSAB, seyahat acenteciliği mesleğinin ve faaliyet alanının temelini oluşturan turizm sektörünün gelişmesine yönelik çalışmalara katkı sağlamak amacıyla kurulmuştur. TÜRSAB’ın temel amaçları, 1618 sayılı kanun gereğince meslek yasasının oluşturulması, seyahat acentelerinin sorunlarının çözülmesine yönelik çalışmalar yapılması, sektördeki gelişmelerin ve sorunların ilgili mercilere bildirilmesi, sektördeki sorunlar ve gelişmelerden kamuoyunun haberdar edilmesi, mesleğin gelişmesine yönelik faaliyetlerde bulunulması olarak sıralanabilmektedir (TÜRSAB, 2024).

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) : 1988’de kurulmuş ve sektörün gönüllü örgütüdür. Kuruluş amacı, Türk turizmini ulusal ve uluslararası alanda temsil etmektedir. Sektördeki tüm turizm alanlarından gelen üyeleriyle, sektörün yatırım ve işletme bazında sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda gelişimini ve uluslararası alanda etkileşimini sağlayarak, Türk turizmini dünya çapında lider bir konuma yükseltmeyi hedeflemektedir. Turizm sektöründe yatırım yapan kişileri ve şirketleri temsil eden bir sivil toplum kuruluşudur (TTYD, 2024).

2.7.2. Uluslararası Mesleki Örgütlenme

Uluslararası düzeyde seyahat işletmeciliğiyle ilgili çok sayıda mesleki örgütlenme bulunmaktadır. Bu örgütlerin bir kısmı doğrudan seyahat işletmeciliğiyle ilgili faaliyet gösterirken bir kısmı seyahat işletmeciliğini de içine alan turizm alanında hizmet vermektedir. Uluslararası düzeyde iki temel mesleki örgütleri şu şekilde açıklamak mümkündür (Mengü, 2018: 111; İçöz, 2014: 115).

Association of British Travel Agents / Britanya Seyahat Acenteleri Derneği (ABTA) : 1950 yılında oluşmuş ve 70 yılı aşkın bir süredir Birleşik Krallık’ın en büyük seyahat derneğidir. Her yıl 38 milyar sterlinlik tatil ve diğer seyahat düzenlemeleri satan seyahat acenteleri ve tur operatörlerini temsil etmektedir. Amacı, ABTA üyelerinin yüksek standartları korumasını

sağlamayı ve güvenle seyahat edilmesini amaçlamaktadır. İngiltere’de düzenlenen yabancı bayramlarda seyahat acenteleri ve tur operatörleri ve paket tatiller için tüketici koruması 1.200 şirket 5.000 seyahat acentesi ve 900 tur operatörüne üyelik yapmaktadır (ABTA, 2024).

Association of Retail Travel Agents / Perakendeci Seyahat Acenteleri Birliği (ARTA) : 18 Ekim 1963’te resmi olarak kar amacı gütmeyen bir ticaret birliği olarak kurulmuştur. Yalnızca seyahat acentelerini üye olarak kabul eden en büyük dernektir. ARTA’nın politikaları, küçük ve orta ölçekli acentelerin, rekabet oranlarına bakılmaksızın seyahat endüstrisi satış kanalının geçerli bir bileşeni olması gerektiğidir. Kuruluş amacı, eğitim-öğretim ve uluslararası endüstri komiteleri alanına vurgu yaparak, üyelerin çıkarlarını ilerletmek için çeşitli işlemlerle bunları yerine getirmeyi amaçlamaktadır (ARTA, 2024).

Amerikan Society of Travel Agents, Amerikan Seyahat Acenteleri Birliği (ASTA) : 1931’de Amerikan Buharlı Gemi ve Turist Acenteleri Birliği olarak kurulmasıyla başlamıştır. Seyahat modlarının değişim ve gelişim göstermesi sonucunda, 1944’te Amerikan Seyahat Acenteleri Derneği olarak yeniden adlandırmış ardından, 2018’de Amerikan Seyahat Danışmanları Derneği olmuştur. Üyeleri ortak etik kurallara bağlıdır ve ASTA logosu dünya çapında profesyonellik ve dürüstlüğün sembolü olarak tanınmaktadır (ASTA, 2024).

The European Travel Agents and Tour Operators Associations, Avrupa seyahat acenteleri ve tur Operatörleri Birliği (ECTAA) : 1961’de Bad Kreuznach’ta (Federal Almanya Cumhuriyeti) Ortak Pazar’ın 6 kurucu üye devletinin ulusal seyahat acenteleri ve tur operatörleri birlikleri tarafından kurulmuştur. Avrupa’daki seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin şemsiye kuruluşudur. ECTAA’nın amaçları şunlardır (ECTAA, 2024):

- Avrupa karar alma kurumları ve uluslararası örgütler karşısında ticaretin çıkarlarını temsil etmek,
- Avrupa ve uluslararası kuruluşların yasama teklifleri, planlı girişimleri ve danışma prosedürleri konusunda ticaretin ortak tutumlarını benimsemek amacıyla üyelerine danışmak,
- Seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin işlerini doğrudan etkileyen tüm mevzuat tekliflerini, mevzuat dışı önlemleri ve faaliyetleri izlemek,
- Üyelere Avrupa ve endüstri konularında tavsiyelerde bulunmak,
- Üyelerini Avrupa meselelerindeki tüm gelişmeler hakkında düzenli postalar ve toplantılar düzenleyerek bilgilendirmektir.

The European Federation of Camping site Organisations, Avrupa Kamping yeri işletmeleri Federasyonu (EFCO ve HPA) : 1978 yılında Belçika, Fransa, Lüksemburg, Hollanda, İsviçre ve Birleşik Krallık'taki ulusal derneklerin temsilcilerinin uzmanlık ve en iyi uygulama alışverişi için bir platform oluşturmaya karar vermesiyle kurulmuştur. Avrupa seviyesinde kamp alanı, tatil ve karavan parkları endüstrisinin temsilci organıdır. EFCO ve HPA, sektörün çıkarlarının Avrupa karar alma sürecinde anlaşılmasını ve dikkate alınmasını sağlamak ve endüstrinin devam eden uygulanabilir işleyişini sağlamak amacıyla kurulmuştur (EFCO ve HPA, 2024).

The European Tour Operators Association, Avrupa Tur Operatörleri Birliği (ETOA) : 1989 yılında kurulmuştur. Belçikalı uluslararası kar amacı gütmeyen bir kuruluş olan Avrupa Turizm Birliği (AISBL) tarafından kontrol edilmektedir. Tüm ETOA üyeleri hem Belçika hem de Birleşik Krallık kuruluşlarına bağlıdır. ETOA, dünyanın dört bir yanından yaklaşık 400 alıcı üye de dahil olmak üzere 1100'den fazla üye şirkete sahiptir. Avrupa'da 120'den fazla ulusal, bölgesel ve şehir destinasyon yönetimi organizasyonu ile çalışmaktadır (ETOA, 2024).

International Air Transportation Association / Uluslararası Havayolu Taşımacılığı Birliği (IATA) : 19 Nisan 1945'te Küba'nın Havana kentinde kuruldu. Dünya tüketicilerinin yararına güvenli, güvenilir, emniyetli ve ekonomik hava hizmetlerinin teşvik edilmesinde etkili havayolları arası işbirliğinin ana aracıdır. IATA'nın, Avrupa ve Kuzey Amerika'dan olmak üzere 31 ülkeden 57 üyesi vardı. Bugün dünyanın her yerinde 120 ülkeden yaklaşık 320 üyesi bulunmaktadır (IATA, 2024).

International Hotel Association, Uluslararası Otelciler Birliği (IHA): Nisan 1921'de çeşitli yerel Avrupa, Afrika, Latin, Amerika Oteller Birliği ile bir araya gelmiş ve yeni bir uluslararası birlik olarak birleşmeye karar vermiştir ve Uluslararası Oteller İttifakı (IHA) ismini almıştır. Mart 1995'te Birleşmiş Milletler IH ve RA'yı kabul etti. IH ve RA şu anda Cenevre, Paris ve Barselona ve Washington DC'de bulunmaktadır 1 Kasım 1997'de IHA, Uluslararası Oteller ve Restoranlar Örgütü ile birleşerek bugün hala ayakta olan Uluslararası Oteller ve Restoranlar Dernekleri Birliği (IHRA) adı altında bir araya gelmiştir (IHRA, 2024).

Universal Federation of Travel Agents Association / Dünya seyahat Acenteleri Federasyonu (UFTAA) : 22 Kasım 1966'da İtalya'nın Roma kentinde oluşturulan Evrensel Seyahat Acenteleri Dernekleri Federasyonu'ndan ilham alarak oluşturulmuştur. UFTAA aslen iki büyük dünya organizasyonunun, FIAV ve UOTAA' nın birleşmesinin bir sonucu olarak, seyahat acentelerini ve tur operatörlerini tek bir uluslararası

federasyonda birleştirme amacıyla 1989'da Brüksel'den gelen UFTAA, Genel Sekreterliği Monako Prenslığı'nde kurulmuştur. UFTAA, 1 Ocak 2003 tarihinde Konfederasyon olarak faaliyete başlamıştır. Yaklaşık 80 ulusal dernekten oluşan Bölgesel Federasyonları temsil eden, uluslararası kapsamda, kâr amacı gütmeyen bir konfederasyondur. UFTAA, seyahat acentesi ve turizm endüstrisini temsil eden bir dünya kuruluşudur (UFTAA, 2024).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) : 1975 yılında Madrid, İspanya'da kurulan ve uluslararası seyahat ve turizm alanında faaliyet gösteren Birleşmiş Milletler (BM) uzman kuruluşudur. UNWTO aracılığıyla ekonomik büyümenin gerçekleşmesini, istihdam oluşturulmasını, doğal ve kültürel mirasın korunmasını, kalıcı barışın sağlanmasını ve insan haklarına saygının artırılmasını hedeflemektedir. Bunlara ek olarak, yoksulluğun azaltılmasını ve kalkınmada kalıcılığı destekleme hususunda sürdürülebilir kalkınma hedefleri için turizmden bir araç olarak faydalanmayı amaçlamaktadır. UNWTO; turizm politikaları, istatistikleri ve konuyla ilgili bilgi üretimi konusunda küresel bir forum işlevi de görmektedir. Üyeler; Birleşmiş Milletler üyesi 159 ülke, 2 gözlemci ülke, ortak üye statüsünde 6 bölge (içişlerinde otonom, dışişlerine bağlı yönetimler), bağlantılı üye statüsünde 500 kuruluş ve şirketten oluşmaktadır. Bağlantılı üyeler arasında, otel zincirleri, seyahat işletmeleri, eğitim kurumları ve özel sektör kuruluşları bulunmaktadır. UNWTO, bünyesinde Türkiye'den; Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA), Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) , Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB), Türkiye Otelciler Federasyonu (TUROFED), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) olmak üzere toplam 11 üye yer almaktadır. Türkiye UNWTO kapsamındaki faaliyetlerde ulusal icra makamı Kültür ve Turizm Bakanlığıdır. Kurulda Türkiyeyi Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Madrid Büyükelçiliği temsil etmektedir. Türkiye 2019 Mayıs ayında UNWTO İcra Konseyi'ne 2020-2023 dönemi için seçilmiştir (UNWTO, 2024).

Diğer uluslararası organizasyonları ise şu şekilde göstermek mümkündür (İçöz, 2014: 1-312):

International Federation of Tour Operators/Uluslararası Tur Operatörleri Federasyonu (FTO), Hotels, Restaurants And Cafes İn Europa/Avrupa Otel, Restoran ve Kafeler Birliği (HOTREC), International Association of Tour Managers/ Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği (IATM), International Civil Aviation Organization / Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO), International Road Transport Union / Uluslararası Kara Taşımacılığı Birliği (IRU),World Association of Travel Agents / Dünya Seyahat Acentaları

Birliği (WATA), South American Travel Organization/ Güney Amerika Seyahat Örgütü (SATO), Federation of Scandinavian Association of Travel Agents/ İskandinav Seyahat Acentaları Dernekleri Federasyonu (FSATA), Association of British Travel Agents/ Güney Asya Uluslararası Derneği (ASEAN), International Union of Official Travel Organization/ Uluslararası Resmi Seyahat Örgütleri Birliği (IUOTO), International Association of Professional Congress Organizers/Uluslararası Profesyonel Kongre Organizatörleri Derneği (IAPCO), International Sightseeing Tour Association/ Uluslararası Günlük Geziler ve Turlar Birliği (ISTA).

2.8. Tur Operatörlüğü

İlk organize edilmiş tur, İngiltere Leicester'de düzenlenmiştir. Leicester kentinde Thomas Cook, Yeşilay Derneği üyelerini Loughbrough'daki içkili bir toplantıya götürmek istemiştir. Midland Railways şirketiyle anlaşıp tren kiralayarak sefer düzenlemiştir. İlk kez özel gidiş-dönüş biletleri bastırması ve Leicester ile Loughbrough arasındaki seyahati düzenlemiştir. Gezide üst kısmı açık vagonlar ile 570 kişiyi kente taşımıştır (Peköz ve Yarcan, 1997: 4; İçöz, 2014: 86).

Tur operatörleri, turizm sektörü için en önemli unsurlardandır. Tur operatörleri, tüketici istek ve taleplerini karşılamaya yönelik, turizm sektöründeki gidiş-dönüş ulaştırma, gezi boyunca konaklama, yeme-içme, günü birlik geziler, rekreasyon, eğlence gibi hizmetleri organize ederek, işletmelerle müşteriler arasında aracılık yapan, tatil unsurlarını tasarlayarak, belirli bir ücret karşılığında sunan, yeterli sermayesi olan ticari işletmelerdir (Demir, 2017: 98; Mısırlı, 2018: 95).

2.8.1. Tur Operatörlerinin Özellikleri

Tur operatörlerinin seyahat işletmelerinden farklı özelliklere sahip olduğu bilinmektedir. Bu özellikler yapısal, işlevsel ve teknik olmak üzere üç boyutludur. Tur operatörlerinin özellikleri şunlardır (Demir, 2017 : 99):

a. Yapısal Özellikleri :

- Alanında uzman insan kaynaklarını bünyesinde bulundurmak,
- Geniş işletme portföyü içermek,
- Güçlü bir mali yapıya sahip olmak,
- Güçlü ticari ilişkiler içermek,
- Profesyonel yönetim anlayışına sahip olmak,
- Yüksek ticari kapasitesinin bulunması.

b. **İşlevsel Özellikleri :**

- Önce ürün sonra talep oluşturmak,
- Uzun ürün ve satış sürecine sahip olmak,
- Üretici ve toptancı faaliyet alanı oluşturmak,
- Yüksek satış riski içermek.

c. **Teknik Özellikler :**

- Geniş araç filosu oluşturmak,
- Güçlü Ar-Ge çalışmaları oluşturmak,
- Güçlü iletişim ve teknik alt yapıya sahip olmak,
- Pazar odaklı olmak,
- Teknoloji destekli tanıtım yapmak.

Verimlilik ve İş Tatmini

3.1. Verimlilik Kavramı

Verimlilik kavramı, kurum-kuruluş, örgütler veya ülkeler için ekonomik büyüme, toplumsal ilerleme ve yaşam standartlarındaki artışla beraber ekonomik kalkınma sağlamaktadır. Verimliliğin yüksek yaşam standardı sağlanması, ödemeler dengesi, fiyat istikrarı ve katma değer oluşumu gibi ekonomik ve sosyal olayları büyük oranda etkilediği kabul edilmektedir. Dolayısıyla verimlilik, üzerinde durulan ve değer verilen bir kavram haline gelmiştir (Kara, 2014: 12). Verimliliğe değer verilmesinin asıl nedeni, kıt kaynakların diğer bir deyişle, girdilerin nasıl kullanıldığının bilinmesi ve anlaşılmasıdır. Girdilerin çıktıları üretmek için yeterli bir seviyede olup olmadığı, daha iyi çıktı elde etmek için nasıl bir girdiye ihtiyaç olduğu gibi sorular verimlilikle ölçülerek çözümlenmektedir. Peki bu çözümlerin örgüt, kurum ve kuruluşlara katkısı ne olacaktır? Örgütün varlığını uzun vadede devam ettirmesine, başarısına ve kârlılık durumuna fayda sağlayacaktır. Bu sayede örgütün piyasadaki koşullara adapte olup ve girdiyi azaltarak, kıt kaynaklarla üretimde çok çıktı sağlama ile birlikte verimlilik oranında artışı sağlayacaktır. Verimlilik oranındaki artış zaman tasarrufu, hata oranında azalış, maliyet düşüklüğü ve rekabet gücü kazandıracaktır. Tüm bu gerekçelerden dolayı verimliliğin ölçülme gereksinimi oluşmuştur. İktisat literatüründe sürekli merak konusu olmuş ve halen üzerinde araştırmaların devam ettiği ve en çok araştırılan verimlilik konusu hizmet sektöründe de işgücü ve iş tatmini verimliliğinde kayda değer sonuçlar ortaya çıkarmıştır (Ramsay, 2008: 11).

Turizm alanında verimlilik konusu zamanı tasarruflu kullanma, idaresizlik ve savurganlığı önleme, zorlu piyasa koşullarında varlığını sürdürme ve benzeri amaçlarla kullanılmış ve bu amaçla kullanılan malzemeler, kullanılan yiyecek-içecekler, bina-iskan giderleri, çalışma saatleri, çalışan sayısı, oda sayıları, kullanılan alanların ölçüleri, reklam, taşıma gibi giderler üzerine çizilen hesaplar formüle edilmiştir (De Jorgea ve Sua'rez, 2013: 365). Seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin ve bunlara bağlı olarak çalışan özellikle de profesyonel turist rehberleri üzerinde işgücü verimliliği de son derece önemlidir. Eğitim seviyesinin yükselmesiyle birlikte son dönemlerde önem kazanan profesyonel turist rehberliği ve teknolojik kullanımların artmasıyla beraber bilgi donanımları artan profesyonel turist rehberlerinden hizmet bakımından beklentiler de artmaktadır. Böyle bir beklentinin karşılanması için ilk adım olarak profesyonel turist rehberlerinin verimlilik algılarının araştırılması, profesyonel turist rehberlerinin verimlilik düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir (Yıldırım,2021:50).

Fransızca bir terim olan verimlilik “produire” (üretmek) fiilinden türemiştir. Verimlilik çoğunlukla dar ve geniş olmak üzere iki anlam ile tanımlanmaktadır (Motroi, 2017: 5). Günümüz şartlarında verimlilik, çıktı ve girdi arasındaki oran şeklinde düşünülmektedir. Verimlilik, üretim sürecindeki çeşitli faktör-girdiler ile süreç sonunda elde edilen ürünler-çıktılar arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Eldeki kaynakları en iyi şekilde değerlendirip üretmek ve en iyi biçimde etkili sonuçları aldığı bir ölçüsüdür (Yavuz, 2003: 18). Verimlilik kullanılabilirlik kolaylığı sayesinde işletmeler tarafından sıklıkla kullanılan performans ölçüm yöntemidir (Yükçü ve Atağan, 2009: 4). Verimlilik örgütlerin tek tek ama yakın ilişkili girdi hareketliliği, işgörenlerin işbirliği ve çalışma kararı, yönetim etkisi gibi etkenlerin birleşiminden oluşmaktadır (Cavlak, 2021:105). Üretilen mal ve hizmet miktarının üretilmesi aşamasında kullanılan girdiler ile üretim sonrası elde edilen mal ve hizmet miktarı arasındaki oran şeklinde tanımlanmaktadır. Genellikle bu ölçü, çıktı/girdi olarak formüle edilmektedir. Verimlilik formülü şu şekilde gösterilmektedir (Prokopenko, 1987):

*** Formül 1. Verimlilik**

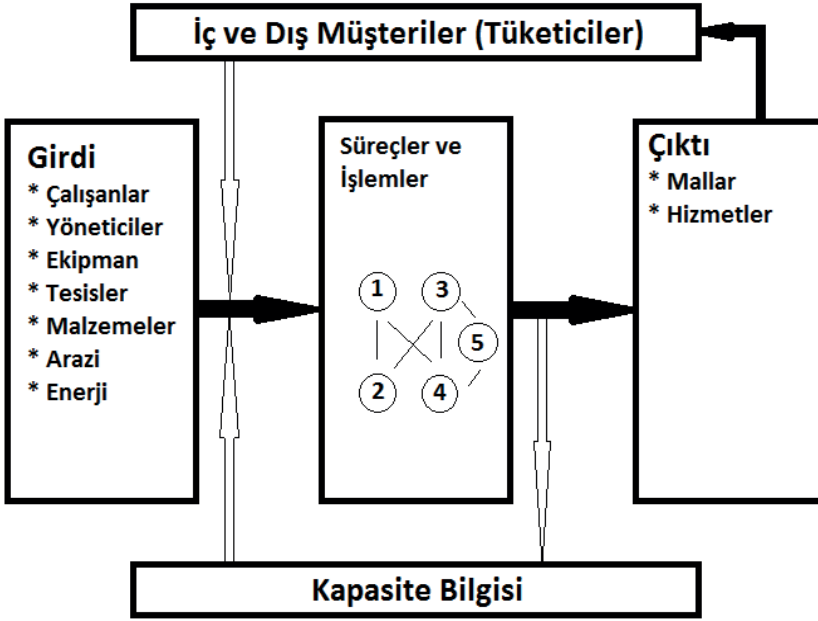
$$\text{Verimlilik} = \text{Çıktı (Output)} / \text{Girdi (İnput)}$$

Burada, ürünün kalitesinde düşüş yaşanmadığı kabul şeklindedir. Aynı üretim faktörlerinin kullanımı ile önceki dönemlere kıyasla kaliteli üretimde verimlilik olarak tanımlanmaktadır (Kayar, 2012:135). Zaman açısından verimlilik formülü şu şekilde gösterilmektedir (Prokopenko, 1987: 89):

* **Formül 2.** Zaman Açısından Verimlilik

Verimlilik = Gerçekleşen Süre / Planlanan Süre

Verimlilik üretim aşamasındaki girdi, süreç ve çıktılardan oluşan bir sistemdir. Verimlilikteki girdi, süreç, çıktı sisteminin işleme şekli Şekil 4'te gösterilmiştir (Motroi, 2017:1-106).



Şekil 4. Girdi-çıkıtı ve üretim (Motroi, 2017: 3)

Şekil 4 incelendiğinde, girdiler kısmında yer alan örgüt içerisinde yer alan çalışan, yönetici, ekipman, malzemeler, bölge/arazi ve enerji gibi girdi elemanları üretime girmektedir. Belli bir sürecin sonucunda çıktılar (ürün) ortaya çıkmaktadır. Süreç sonunda ortaya çıkan ürünler tüketiciye hizmet olarak sunulmaktadır. Söz konusu süreçte kapasite değerlendirilerek verimlilik için sistem oluşturulmaktadır (Motroi, 2017: 3).

Japon Verimlilik Merkezi verimliliği; işlerin doğru şekilde yapılması olarak tanımlamaktadır. Peter Drucker'ın verimlilik tanımı; en az çaba ile en çok ürün veren tüm kaynakların arasındaki dengedir. Verimlilik; ekonomik sistemde yapılan üretimi tüketim kaynakları ile karşılaştırma aracıdır. Söz konusu bu tanım yöneticiler, politikacılar, endüstri mühendisleri ve iktisatçılar için geçerlidir. Her bilim dalı kendi alanına uygun şekilde verimlilik kavramına dair fikir beyan etmektedir. (Yılmaz, 2019: 7).

Verimlilik algılanması (Ramsay, 2008:17)' a göre şöyledir;

- İktisatçıların görüşüne göre verimlilik: fiziksel ifadede çıktı ve girdiler arasındaki ilişkidir.
- Mühendislerde verimlilik: makinenin en iyi performansdır.
- Muhasebecilerde verimlilik: rasyolarla ve tablolarla işletme performanslarının değerlendirilmesidir.
- Yöneticilerinde verimlilik: Kalite ve miktar, saat başı çıktı, etkinlik, işe devamsızlık, işten ayrılma, iş tatmini, kar, rekabet düzeyi, hükümet, teşvikler gibi yönlerden incelemesidir.

Verimlilik, ekonomik faaliyetlerin işleyiş biçimidir. Verimlilik durağan olarak değil, hareketli olarak değerlendirilir. Verimlilik, üretimin başından tüketicimin sonuna kadar kaynaklardan faydalanmayı kapsamaktadır. Ekonomik alanda rasyonel bir yolun izlenmesini gerektirmektedir. Verimliliğin performans ölçütü olarak kullanılması; ölçütün basit oluşundan ve tüm işletmelerde kullanım kolaylığı sağlamasındandır (Yücel, 2021:5). İşletmenin zaman içerisindeki performansını gözlemlemek için kullanıldığı gibi, işletmenin farklı departmanlarının performanslarının karşılaştırılmasında da kullanılmaktadır (Akdeniz ve Durmaz, 1998: 87).

3.1.1. Tarihsel Bakış Açısıyla Verimlilik

Verimlilik kavramının tarihte ilk kim tarafından kullanıldığıyla ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Bu kavram ilk defa Merkantilist dönemde 1494-1555 yılları arasında yaşayan hümanist Alman doktor ve mühendis George Agricola Bauer tarafından produktivite olarak anılmaktadır (Bayrak, 2011: 19). Bauer, yer altındaki değerli madenin nasıl çıkarılabileceği üzerine yöntem geliştirirken ve çıkarılan değerli madenin kullanıma uygun hale getirilmesi için yollar düşünürken, produktiviteyi şu yöntemler artırır diyerek verimlilik kelimesi ilk kez kullanmıştır. Produktivite kavramını Bauer, “De re Metallica” (Metaller üzerine) kitabında 1556 yılında kullanmıştır (Yılmaz, 2019: 7). 1883 yılında verimliliği “üretim gücü” Litre olarak tanımlanmıştır (Sumanth, 1987: 3).

1694-1774 yılları arasında yaşayan Fizyokratlardan Francois Quesnay, verimliliği ziraatta gerçek refahın kaynağı şeklinde “Ekonomik Teoriler Tarihsel Bakış Açısı” eserinde yer vermiştir. 1723-1796 yılları arasında yaşayan Adam Smith, işgücü ve iş bölümü arasındaki ilişkiyi “Ulusların Zenginliği” kitabında incelemiştir. Francois Quesnay, verimliliği modern dünyada uygulanabilecek bir ifade olarak sunmuştur (Motroi, 2017: 8).

Karl Marks ise imalat yapan işçilerdeki iş gücü, malzeme-teçhizat arasındaki verimlilik ilişkisini incelemiştir (Uçar, 2019: 7). 1832'de matematikçi Charles Babbage Adam Smith'in bakış açısından yola çıkarak herhangi bir ürünün maliyetinin farklı yeteneklere sahip işçilerle ve ustalıklara göre ücret belirleyerek düşürülebileceğini düşünmüştür. Bu şekilde verimlilik ve üretim maliyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemiştir (Soba, 2008: 107).

3.2. Verimlilik Türleri

Verimlilik birçok düzeyde ölçülebilir, ekonomi alanında verimliliğin ölçülmesinde iki oran kullanılmaktadır: Toplam verimlilik ve kısmi verimlilik bu iki oranı oluşturmaktadır (Akyıldız ve Karabıçak, 2002: 60-61). Verimlilik ölçümleri; kısmi verimlilik-tek girdi, toplam verimlilik-tüm girdiler, birden fazla girdi-çoklu faktör verimliliği için yapılmaktadır. Ölçümün yapılma nedenine bağlı olarak hangi verimlilik ölçümünün kullanılacağı belirlenmektedir. Amaç işgücü verimliliği sürecini ölçmek ise işgücü girdi olarak kullanılmalıdır. Kısmi verimlilik hesabında her bir faktöre ne oranda müdahale edilmesi gerektiği belirlenebilir. İşletmeler sıklıkla kısmi verimlilik ölçümlerini kullanmaktadırlar. Örnek olarak makine verimliliği (çıktı/makine) ve işgücü verimliliği (çıktı/işgücü) gibi üretim aşamasının tek girdi ile gerçekleştirilerek verimliliği ya da verimsizliği bir girdi ile oranlanmasıdır. İşletmenin genel verimlilik oranını ölçmede toplam verimlilik oranı kullanılmaktadır (Uçar, 2019: 7). Tablo 7'de verimlilik türleri gösterilmektedir.

Tablo 7. Verimlilik türleri

Verimlilik Türü	Formül	Ölçek
Kısmi Faktör Verimlilik	$\frac{\text{Çıktı}}{\text{Tek bir girdi}}$	$\frac{\text{Çıktı}}{\text{İşgücü}}$
Çoklu Faktör Verimliliği	$\frac{\text{Çıktı}}{\text{Birden fazla girdi}}$	$\frac{\text{Çıktı}}{\text{İşgücü} + \text{Makine}}$
Toplam Verimlilik	$\frac{\text{Çıktı}}{\text{Tüm girdiler}}$	$\frac{\text{Çıktı}}{\text{İşgücü} + \text{Makine} + \text{Sermaye} + \text{Hammadde} + \text{Enerji}}$

Kaynak: (Yükçü ve Ataşan, 2009: 5).

Kısmi verimlilik, üretim faktörlerinin ortalama verimlilikleri hakkında bilgi vermektedir (Yavuz, 2003: 21). Bu verimlilik üretim sonrası elde edilen ürünlerin, üretim aşamasında kullanılan tek bir girdi ile oranlanmasıdır. Tüm faaliyetin verimliliği veya verimsizliği sadece bir girdi üzerinden ölçülerek gerçekleşir. Her girdi için ölçülen verimliliğe “kısmi verimlilik” denilmektedir. Değişik girdi kullanarak farklı ürün üreten işletmelerde verimlilik ölçümü kısmi faktör verimliliği yapılabilmektedir (Akyıldız ve Karabıçak, 2002: 60).

Çoklu faktör verimliliği, kuruluşta elde edilen ürünlerin verimlilikleri ölçülürken şayet bütün girdiler değil sadece bir grup girdiye bağlı kalınarak ölçülüyorsa bu durum çoklu faktör verimliliği olarak isimlendirilmektedir (Yavuz, 2003: 21).

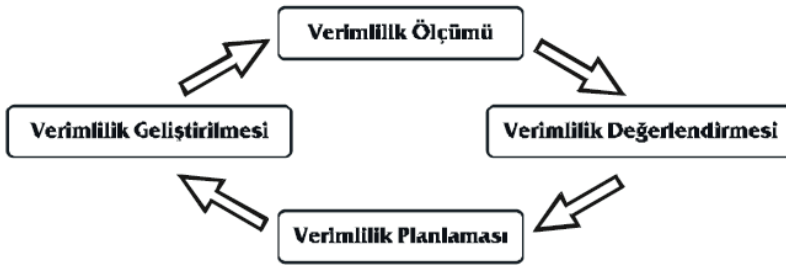
Toplam verimlilik, çıktı değişkenlerinin üretimdeki girdi değişkenlerine bölünmesi ile hesaplanmaktadır. Toplam verimlilik analizinde daha çok “Malmquist indeksi” benimsenmektedir (Akdeniz ve Durmaz, 2016: 91).

İşgücünde verimlilik, bedensel, zihinsel, ruhsal, kültürel nitelik ve yeteneğe bağlı değişen, hesaplaması oldukça zor ve birden fazla faktörün etkilediği açık bir kavramdır (Aybar ve Saldamlı, 2016: 380).

3.3. Verimlilik Çemberi

Verimlilik çemberi, verimliliği ölçmek için kullanılmaktadır. Verimliliğin ölçülmesi, değerlendirilmesi, planlanması ve geliştirilmesi bir döngü halinde gerçekleştirilmektedir (Yavuz, 2003: 1-155).

Verimlilik çemberi Şekil 5’de gösterilmektedir.



Şekil 5. Verimlilik çemberi

Şekil 5’e göre, verimlilik ölçümünün belli bir döngünün parçası olduğu görülmektedir. Ölçüm, hareketli bir süreçtir. Çevre koşulları ve farklı faktörlerden etkilenmesinden dolayı ölçümün tekrarlanması gereklidir.

İşletmeler ve kurumlar açısından amaç, verimlilik artışı ile katma değer oluşturmak olduğundan, ölçüm yapılması gerekmektedir. Verimlilik değerlendirilmesinin sonucunda oluşturulan bir plan doğrultusunda hareket edilerek amaca varmaya çalışılabilir (Yavuz, 2003: 85).

3.4. İş Tatmini Kavramı

İş yaşamı, insanın hayatının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu yönüyle değerlendirildiği zaman (Yenihan, 2014: 173) iş tatmini kavramı davranış bilimciler tarafından açıklanmaya çalışılmış ve oldukça fazla sayıda araştırmaya konu olmuştur. İş tatmini, “işin değerlendirilmesinden kaynaklanan zevkli veya pozitif bir duygusal durum” olarak tanımlanmaktadır (Locke, 1976: 1279-1350). Kişinin iş çevresinden; işin kendisinden, yöneticilerden, çalışma grubundan ve iş organizasyonundan elde etmeye çaba gösterdiği duygusal davranışlar (Cribbin, 1972: 155), olumlu ya da olumsuz düşünceleri, özellikle de iş ile ilgili memnuniyet ve tatmin gibi (Çelen vd. 2013: 400) işine gösterdiği duygusal tepkidir. İş tatmini bireyin işinden ne derecede mutlu olduğunun ifadesidir (Nergiz ve Yılmaz, 2016: 50-79). İş tatmini bireyin kişisel duygusal tutum ve davranışları ile alakalı olduğu için gözlemleyerek anlaşılabilir. Ancak bireye iş tatmini ile ilgili soru sorarak öğrenilebilmektedir. Bireylerin işe karşı olan bakış açıları o işe karşı ne derece doyum yaşadıklarını gösterir. Kişinin gereksinimleri ve değer yargıları faaliyet gösterdikleri iş ile uyumlu ise iş tatmininden söz edilebilir. İş tatmini, işin farklı alanlarına karşı hissedilen tutumların toplamı ve sonuçların bireyin beklentilerini ne derecede karşıladığı ile alakalıdır (Akıncı, 2002: 3).

İş tatmini duygusal bir olgudur. İş tatmini, bireyin işten elde ettiği sonuçlar ile beklentileri arasındaki uyumu ifade eder. İş tatmini; maaşlar, terfi olanakları, yapılan iş ve iş arkadaşları gibi kavramları ortaya koymaktadır (Yenihan, 2014: 170-178).

Kurumlar işgörende iş doyumunu sağladıktan sonra bu konuyu ihmal edemezler. Çünkü iş tatmini hızlı sağlanabildiği gibi yine hızla kaybedilebilmektedir (Akıncı, 2002: 3). Kurumlarda çalışma koşullarının kötü ya da istenilen düzeyde olmadığını iş doyumunun düşük olmasından ve iş tatminsizliğinden anlamak mümkündür. İş doyumsuzluğu, çalışan personelinin iş yükümlülüklerinin yerine getirirken keyif almaması, o işi yapmayı sevmemesi şeklinde tanımlanabilmektedir. İş tatminsizliği; işi yavaşlatma, verimsizlik veya düşük verim, disiplinsizlik şeklinde görülebilmektedir (Akşit Aşık, 2010: 35-36). Bir çalışanın iş tatmini işinden beklentilerine, değerlerine, maddi ve manevi ihtiyaçlarına bağlıdır

(Iverson, 2000: 807-810). İş tatmini, çalışanın işteki kazanımlarını subjektif şekilde değerlendirmesidir. İşletmeler için sürdürülebilirliğini etkilediği için çok önemlidir. Çalışanın gösterdiği performansa göre ödül veriliyorsa ve adil algılanıyorsa, iş tatmini gerçekleşir ve örgütsel başarımın oluşması sağlanabilir (Davis vd., 1988: 449).

İşgörenlerin adil şekilde ücret almaları dağıtım adaleti hakkındaki algılarında etkilidir. Çalışanın iş tatmini performansını, verimliliğini ve işin kalitesini olumlu yönde etkilemektedir (Nergiz ve Yılmaz, 2016: 50-79). İş tatminini; işe olan devamsızlığı düşürmekte, iş kazalarını azaltmakta ve daha az stres yaşanmasını sağlamaktadır (Aswathappa, 2010: 177-179).

3.4.1. İş Tatmininin Önemi

Bugünün rekabet koşullarında işletmelerin sürdürülebilirliğini sağlayabilmeleri, yönetim kadrosunda çalışan bireylerin işgörenlerin tutum ve davranışlarını doğru değerlendirip gerektiği gibi yönlendirip yönetebilmelerine bağlıdır. Yönetim, üretimin ve hizmet kalitesinin artması için çalışanlardan en çok verimi almak istemektedirler. İnsan, maddi ihtiyacının dışında manevi ihtiyaçları içinde çalışmaktadır (Topçu ve Ocak, 2012: 357-370). İşletmeler belirlenen hedeflere, iş tatmin düzeyi yüksek iş görenlerle ulaşabilirler. Bu sebep ile işletmeler ilk olarak işgörenlerin iş tatminini artırıcı düzenlemeler yapmalıdırlar. Her işgörenin performansının aynı olması beklenemez fakat performanslarının artması için insan kaynakları yönetimi tarafından birtakım tespitler ve bazı çalışmalar yapılabilmektedir (Nergiz ve Yılmaz, 2016: 51).

Bir işletmenin hedeflerinin gerçekleşmesi ve kâr elde etmesi çalışanlar ile olur. İşini seven, işini iyi yapan, işiyle gurur duyan, çalıştığı işyerini benimseyen çalışanlar işletme hedeflerini ve amaçlarını benimsemiştir. İşletmenin çalışma şartlarının istenilen düzeyde olmadığı göstergesi ise çalışanların iş tatmini düzeylerinin düşük olmasıdır (Ödemiş, 2020: 21). İş tatmin düzeyinin düşük olması örgütsel sorunlara da neden olabilmektedir. Bu sorunlar; işte yavaşlama, düşük verim, disiplinin bozulması şeklinde sayılabilir. İş doyumunu sağlamayan örgütlerin sistemi zayıflar ve her türlü tehdite karşı güçsüzleşir (Erdoğan, 2013: 1-124).

3.4.2. İş Tatmininin İşgören Açısından Önemi

İş hayatı işgörenlerin yaşamlarının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Birey günlük zamanının büyük kısmını işte geçirmektedir. Uyuma ve dinlenmenin dışında kalan yaşamları iş ortamından ve iş arkadaşlarından oluşan bireyler bile söz konusudur ve bu durum bireyin emekliliğine

kadar sürebilmektedir. Bu yüzden bireyin yaptığı işten tatmin olması hem fiziksel hem de psikolojik yönden önemlidir. Bireylerin işlerine ve iş yaşamına karşı hissettikleri olumlu olumsuz duygular bütün bir hayatı etkileyebilmektedir. Psikolojik sorunlar yaşayan bireyler özel yaşamında ve iş yaşamında hata yapmaya meyillidirler. Bireyin çevresi de bireyin yaşadığı olumsuz durumlardan olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Asık suratlı, işini sevmeyerek yapan, hayata karşı negatif olan, isteksiz çalışanların başarılı olmaları da mümkün değildir (Nergiz ve Yılmaz, 2016: 51).

Sağlıklı psikolojisi olan, iş tatmini yüksek olan bireylerin verimliliklerinin yüksek olması mümkündür. İşini seven, yaşamında mutlu, çalışmaya istekli, başarıya arzusu olan, para tatmini sağlamış işgörenlerin olduğu şirketler büyüme gerçekleştirip ve başarılı olabilirler. İş tatmini yüksek bireylerin iş yaşamı dışındaki aile yaşamları da olumlu etkilenmektedir (Nergiz ve Yılmaz, 2016: 53).

3.4.3. İş Tatminini Etkileyen Faktörler

İş doyumunun düşmesi, yükselmesine göre daha hızlı gerçekleşmektedir. İşgörenlerin ihtiyaçları aniden değişiklik gösterdiğinden yöneticiler yüksek iş tatmini sağlayan ortam ve koşulları hemen sağlayamazlar. Bunu sağlayabilmek için yöneticilerin çalışan davranışlarına belli periyotlarda dikkat etmesi gerekmektedir (Locke,1976: 1279-1350). Örgütler ve yöneticiler iş doyumunun yüksek seviyelerde olmasını isterler. İş tatmini bireysel ve örgütsel hedeflere ulaşmada önemli olduğu için iş tatminini etkileyen faktörlerin bilinmesi gereklidir. İşgören tatminini etkileyen faktörler bireysel ve örgütsel olarak ele alınmaktadır (Weiss ve Brief, 2002: 279-307).

3.4.3.1. İş tatminini etkileyen bireysel faktörler

Bireysel faktörler; bireylerin genetik eğilimi, almış olduğu eğitim, değer yargıları, iş hayatı tecrübesi, sosyal yapısı ve çevresi şeklinde sıralanabilmektedir. Bireyin doğuştan gelen özellikleri ile yaşamı süresince edindiği deneyimler bireysel faktörlerin belirleyicileridir. Kişisel faktörler bireyin beklentilerinde ve örgüte karşı tutumunda pozitif ya da negatif etkiye sahiptir. Bir kişinin kişisel yaşamındaki iş gereksinimlerini ve isteklerini aynı anda yerine getirme yeteneğine kişisel kontrol düzeyi denilmektedir (Yüksel, 2005: 305). Birey rollerinde gerçekleştirmiş olduğu görevler ve sorunlar ile baş edebiliyorsa, stres ve denge yönetimini de sağlayabilir. Bir kişinin ev yaşamındaki rolleri ve gereksinimleri kontrol etme biçimi evde birden fazla rolü yönetme yeteneği ile yakından ilişkilidir. Yaşam alanlarının stresi, baskısı ve istekleri ile başa çıkabilen kişiler genellikle kişisel kontrolü yüksek düzeyde olan insanlardır (Greenhaus vd., 1990: 64-86).

Faktörler bireyin yaşadığı durumu fark etmesi, algılaması ve insanların zihinsel ve fiziksel performansını da etkilemektedir. Bireysel faktörler ; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, zekâ, yetenek, kişilik, unvan, hizmet süresi şeklinde sıralanabilmektedir. Aşağıda bu faktörlere ve özelliklerine değinilmiştir.

➤ Yaş

Yaş faktörü kariyer tatmininde çok önemli bir faktördür ve kariyer memnuniyetini ciddi şekilde etkilemektedir. Yaş dönemleri genel yaşamın dışında, insanların zihinsel ve fiziksel performansını da değiştirmektedir. Bu etki dolayısı ile insanların iş yaşam dengesi, iş hayatında oluşturulan ilişkileri, talepleri ve temennileri değişmektedir. Genç çalışanlar, belirlemiş oldukları kariyer basamaklarını gerçekleştirmek için bilgi ve becerilerini ilerletmek konusunda üst düzey yöneticilerinden daha donanımlı bir eğitim beklemek konusunda daha iddialıdır. Genç çalışanlar öğrendiklerini en kısa sürede pratiğe döküp deneyim kazanmak istediklerinden dolayı; kariyer gelişimi, özgün yaklaşımlar edinme ve başarılı olmak onlar için her zaman daha değerlidir. Bireyin yaşı, kariyer planlamasında oldukça önemli olduğu için; oluşturulan planlar yaşa göre elde edilen kariyer memnuniyeti ya da kariyer memnuniyetsizliği arasında ilişki oluşturmaktadır (Sağdıç ve Demirkaya, 2009: 235).

➤ Cinsiyet

İş yaşamında en önemli değişkenlerden bir olan cinsiyet, kariyer tatmini açısından oldukça önemlidir. Çalışan kadın ve erkek sayısı faaliyet alanına ve sektöre göre değişmektedir. Örgütsel hiyerarşide üst düzeyler arttıkça kadınların oranı önemli ölçüde azalmaktadır. Bugün kadın istihdamında gerçekleşen yenilikler ve gelişmelere rağmen cinsiyete dayalı hamilelik, çocuk bakımının kadının görevi algısı ve ev işlerinin aynı şekilde sadece kadının görevi olarak görülmesi gibi olumsuz cinsiyet etiketleri hala devam etmektedir. Belirtilen sebeplerden dolayı kadınlar kariyerlerinde daha yavaş ilerlemekte ve erkeklere oranla kariyer memnuniyetini daha az ve geç yaşamaktadırlar. Erkekler ise cinsiyet ve kariyer memnuniyeti arasında kolaylıkla bir etkileşim kurabilirler ve bu sayede kariyer hedeflerini daha yüksek tutar ve daha hızlı gerçekleştirirler (Ulama ve Demirdelen, 2013: 70).

➤ Eğitim durumu

Kariyer memnuniyetini daha hızlı sağlamak isteyen bilinçli çalışanlar bu memnuniyetin sağlanması için kendilerini daha donanımlı, bilgili olmaya ve tam anlamı ile bütün beceri ve pratikleri kazanmaya odaklanırlar. Kariyer memnuniyetini sağlamanın bir diğer yolu ise eğitim seviyesini yükseltmektir ve bu yüksek eğitim seviyesi de daha iyi bir konum ile maaş değişikliğine

sebebiyet vermektedir. Bu sebeple eğitim, kariyer memnuniyetinin sağlanmasında ve kariyer hedeflerinin gerçekleşmesinde çok önemli bir faktördür (Uzunbacak, 2004: 25).

➤ **Zekâ**

Zekâ, iş doyumunu etkileyen bireysel faktörlerdendir. İş yaşamında teknolojinin gelişmesi ile kullanımı yaygınlaşan teknolojik araçlar, bireyin zekâsını kullanma gerekliliğini arttırmıştır. Belli bir zekâ seviyesinde olmayan bireylerin işi kavramada sorun yaşadığı, işten sıkıldığı ve işten zevk almadığı tespit edilmiştir . Bu da iş doyumunun olumsuz yönde etkilemektedir (Dönmez, 2013:15).

➤ **Kişilik**

Kişilik iş doyumuna etki eden faktörlerdendir. Kişilik ve iş doyumunu aralarında anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Bireyin kişiliğine göre bir işe sahip ise iş tatmini pozitif yönlüdür. Örnek olarak; araştırmacı kişilik özelliği olan bir birey, kişilik özelliklerine uygun bir işte çalışmıyorsa işin niteliği ne kadar iyi olursa olsun belli bir noktada doyumsuzluk yaşayacaktır (Köz, 2020: 16)

➤ **Unvan**

Unvan, çalışanın örgüt içinde sahip olduğu konumu, sorumlu olduğu yönetim alanı ve kariyer memnuniyetinin sağlanması açısından önemli etkenlerdendir. Sahip olunan yönetim alanı ve kariyer memnuniyeti arasında önemli bir ilişki mevcuttur. İş yaşamında çalışanın elde etmiş olduğu yönetim düzeyi çalışanın memnuniyetini oluşturmakta ve bunun sonucunda kariyer tatminini desteklemektedir (Ulama ve Demirdelen, 2013:70).

➤ **Hizmet süresi**

İş doyumunu etkilen hizmet süresi bireysel faktörlerdendir. İş doyumunu ve hizmet süresinin ilişkisi; bireyin işte geçirdiği zaman, işte edindiği tecrübe, işte pratikleşmesi, işi kolay bir şekilde sonuca ulaştırması ve iş süresince hissettiği keyif duygusu gibi unsurlarla açıklanabilmektedir. Ancak birey, hizmet süresince oluşan diğer beklentilerini karşılayamazsa iş doyumunu olumsuz olarak etkilenecektir. Bu durum hizmet süresi artan bireyin iş doyumunun da artacağı düşüncesinin beklentilerin karşılanmaması durumunda tam tersi olarak iş doyumunda düşüş yaşanması ile karşılaşılabileceğini göstermektedir (Demiray, 2018: 34).

3.4.3.2. *İş tatminini etkileyen örgütsel faktörler*

İş tatmini örgütün işgörene sunduğu örgütsel faktörlere göre oluşmaktadır. İş ile ilgili örgütsel iyileştirmeler, çalışanların kullanacağı

programların daha etkin ve verimli kullanılmasını sağlayabilir. İş ile ilgili görevler, sorumluluklar ve çalışanların taşınması gereken nitelikler belirlenir. Bu iş analizi; iş gerekleri, iş tanımı, iş değerlendirmesi gibi çalışmalar ile şeffaf örgüt ortamı sağlanabilir. Örgüt içi belirsizliğin önlenmesi için iş göre görev dağılımının yapılması ve sorumlulukların yetkiliye net şekilde verilmesi gerekmektedir. Şeffaf ve düzenli çalışma ortamının işgörenin iş doyumunu pozitif olarak etkilediği görülmüştür (Akıncı, 2002: 5).

İş tatminine etki eden bireysel faktörlerdeki gibi, örgütsel faktörlerde de işgörenin iş tatminini örgütsel faktörler tek tek değil, tüm faktörlerin etkileşimi ile oluşan bileşke etkilemektedir. İş tatmini üzerinde etkili olan örgütsel faktörler: ücret, iletişim, çalışma arkadaşları ile ilişkiler, çalışma koşulları, iş güvenliği ve taktir olarak sıralanabilir (Davis, 1988: 95).

➤ **Ücret**

Ücret, kişinin işe yönelik dürtülerini harekete geçiren ve iş tatminine etki eden önemli faktörlerden biridir (Eğinli, 2009: 41). Ücret; işgörene düzenli aralıklarla örgüte sunduğu hizmet ya da çalışma karşılığında yapılan ödeme olarak tanımlanabilmektedir (İşcan ve Sayın, 2010: 199). İşgörenler açısından ücret; fiziksel ya da zihinsel emeklerinin karşılığıdır (Aşan ve Erenler, 2008: 203-216). Örgütün yapılan işe karşı adil bir ücretlendirme yapması önemli bir husustur (Hoş ve Oksay, 2015: 11). İşgörenler performanslarının ücrete adil şekilde yansıtıldığını bildiklerinde örgüte duydukları güven artmaktadır. Örgütte, örgütü zorlamayacak ve işgörenin ücret tatminini sağlayacak bir ücretlendirme sistemi olmalıdır. Ücret sisteminin amacı, örgütün verimliliğini arttırmak ve çalışanların motivasyonunu sağlamak olmalıdır (Erogluer, 2011: 126).

İşgören, emeği karşılığında aldığı ücretten tatmin olmadığından işteki performansı ve verimliliği düşmekte, işe karşı devamsızlığı artmakta, işten ayrılmayı düşünebilmektedir. Kısacası iş tatmini seviyesi düşmektedir (Akşit Aşık, 2010: 41).

➤ **İletişim**

İletişim, toplumsal ve örgütsel faaliyetlerin devam etmesi için kullanılan insan ilişkilerinin temel ögesidir. Örgütsel iletişim, bireysel ilişkilerdeki iletişime oranla daha karmaşıktır. Örgüt içi iletişim olumlu ise çalışanların iş tatmini yüksek, olumsuz ise çalışanların iş tatmini düşük tespit edilmiştir (Öztürk ve Alkış, 2011: 440-441). Çalışanlar, pozitif iletişim olan çalışma ortamını ödüllendirici olarak tanımlamaktadırlar. Örgüt ile ilgili kararlarda çalışan söz hakkına sahip olduğunda kendini geliştirme olanağı bulmaktadırlar. Örgüt ve işgören arasında kaliteli bir iletişim olması,

işgörenlerin fikirlerinin yönetim tarafından önemsenmesi işgörelere kendilerini değerli hissettirmektedir (Ünler vd., 2014: 240).

➤ Çalışma arkadaşları ile ilişkiler

Çalışma arkadaşları iş tatminini etkileyen faktörlerdendir (Yılmaz, 2019: 332). Geleneksel çalışma ortamlarında çalışanlar yönetici ve amirlere oranla iş arkadaşları ile daha fazla iletişim halindedirler. Bundan dolayı iş arkadaşlarıyla olumlu ilişkileri olan işgörenlerin, iş ortamından ve yaptığı işten duydukları keyif artacağı için iş doyumları da artacaktır (Bakan vd., 2014: 300; Koçoğlu, 2015: 20).

➤ Çalışma koşulları

Çalışma koşulları; çalışanın sağlığı, güvenliği ve konforuna ilişkin çalışma ortamını ifade etmektedir (Bakan vd., 2014: 300). İş tatminine etki eden faktörlerdendir. Bireysel konfor ve işin verimliliği konularında çalışma ortamı oldukça önemlidir. Bu konuda yapılan araştırmalara bakıldığında çalışanlar, iş için ihtiyaç duydukları araç-gereçlerin sağlandığı, ısı, ışık ve havalandırmanın iyi olduğu, tehlike arz etmeyen, rahat fiziksel ortama sahip, ses kirliliğinin olmadığı, konfor düzeyi yüksek alanda çalışmayı istediklerini belirtmişlerdir (Çimen ve Şahin, 2000: 57; İşcan ve Timuroğlu, 2007: 126). Çalışma şart ve koşulları uygun ve yeterli olmadığında çalışanlarda hem fiziksel rahatsızlıklar hem de psikolojik sorunlar gözlemlenebilmektedir (Sığırı ve Basım, 2006: 137).

İnsanlar evinde, işinde, zamanının geçtiği tüm alanlarda konforlu ve güvenliği olan bir yer aramaktadır. Zamanın çoğunun geçirildiği iş yerinin sıcaklık, nem, temizlik, havalandırma, konfor, çalışma süresi, güvenlik gibi unsurlar iş görenlerin iş tatminini etkilemektedir (Demiray, 2018: 42). Çalışılan iş yerinin ikametlerine yakınlığı, işi yaparken kullandıkları malzemelerin kullanılabilirliği amaca uygunluğu işgörenlerin iş doyumunu etkilen diğer çalışma koşulları etmenlerindedir (Durukan, 2017: 15).

➤ İş güvenliği

İş güvenliği, iş yapılırken oluşabilecek tehlikelerden, sağlığa zarar verebilecek durumlardan çalışmanı korumak, çalışana iyi bir çalışma ortamı sunmak için yapılan çalışmalar şeklinde tanımlanabilmektedir. İş güvenliği iş doyumunu etkileyen faktörler arasındadır (Polat ve Yıldız, 2013: 65). Çalışanlar güvenli ve önemsendiğini hissettikleri ortamlarda çalıştıklarında iş tatminleri de sağlanmaktadır. Aksi bir durumda işletmelerde güvenliğin göz ardı edilmesinde ya da olmamasından dolayı çalışanlarda olumsuz hisler olmaktadır ve iş doyumları da buna bağlı olarak azalmaktadır (Köroğlu, 2011: 61).

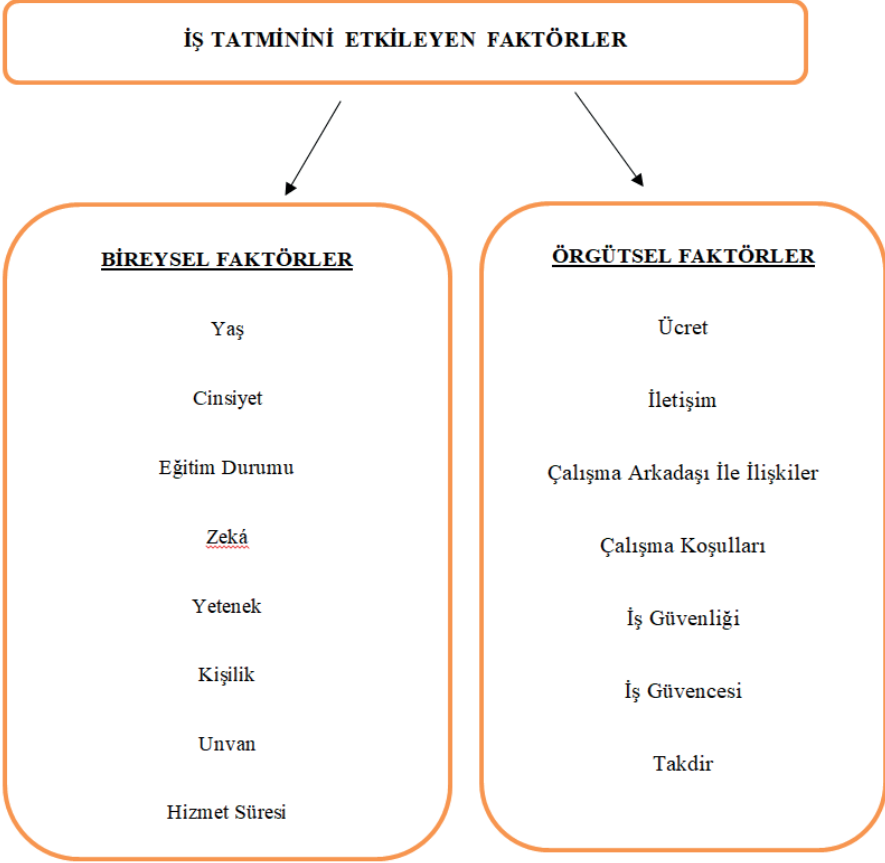
➤ **İş güvencesi**

İş güvencesi; çalışan haklarının korunmasıdır. Geçerli bir neden olmadan çalışanın işten çıkartılması gibi durumlarda çalışanın haklarını koruyan ve örgüt ile ilişkilerinin yasal düzenlemelerini kapsamaktadır (Çıtır ve Kavi, 2010: 233). Geleceği konusunda güvenli hisseden işgörenlerin işinde daha başarılı oldukları ve iş doyumlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın çalıştığı örgüte geleceği konusunda güven hissetmeyen ve iş güvencesi bulunmayan işgörenlerin iş tatmini düzeyi azalmakta ve işi bırakmayı istemektedirler (Karaman, 2018: 68).

➤ **Takdir**

İş doyumunu etkileyen önemli faktörlerden bir diğeri de takdir edilmedir. İşgörenler, yaptığı iş hakkında takdir edilmek ve övülmek isterler. Değerlendirme sonrası işi takdir gören ve ödüllendirilen çalışan, işinden gurur duymakta, yaptığı için daha iyisi için çaba göstermektedir. Bu durum iş tatminine pozitif şekilde yansımaktadır (Ayyıldız, 2022: 29).

Şekil 6'da iş tatminini etkileyen bireysel ve örgütsel faktörler gösterilmektedir.



Şekil 6. İş tatminini etkileyen faktörler

3.5. Turizm Endüstrisinde Verimlilik

Turizm endüstrisi; insan gücüne dayalı emek yoğun bir sektördür. Sürekliliği olan dinamik yapılı turizm endüstrisi işletmelerinde işgücü öneminin diğer endüstrilere oranla daha çok olduğu ifade edilmiştir (Akıncı, 2002: 23).

Turizm endüstrisinde verilen hizmet; soyut, elle tutulamaz, görülemez, duyulamaz, depolanamaz, taşınamaz ve hizmetin satın alındığı anda tüketilmesi gerekçesiyle verimlilik ölçümü yapmak daha zor ve sınırlıdır (Kozak, 2022: 1).

Konaklama işletmeleri, genellikle soyut hizmet ürettikleri için verimliliğinin ölçülmesinin güç olduğunu, turizm endüstrisinde ürünlerin fiziksel olarak iadesi olmadığından, parasal değerlere başvurulmaktadır (Met ve Erdem,

2006: 70). Benzer şekilde Saldamlı 2014'te, emek yoğun hizmet sektöründe verimliliğin ölçülmesindeki ana unsur olan işgücü verimliliğinin, bireysel ve örgütsel faktörlerden etkilenmesi ve hesaplanmasının güç olduğunu dile getirmiştir. Charles 1997 yılında, hizmet sektöründe verimliliği ölçmenin zorlu bir süreç olduğundan bahsetmektedir.

Akdeniz ve Durmaz (1998), Turizm endüstrisinde başarı ya da başarısızlık verimlilik, kârlılık gibi belli kriterlere göre değerlendirilemez. Kriterlerin birlikte değerlendirilebileceği performans yönetim sistemi gerekmektedir. Hizmet sektörlerinde kriterler tespit edilirken gelecekteki hedefler dikkate alınmalıdır (Akdeniz ve Durmaz, 1998: 87).

Turizm sektörünün bir dalı olan konaklama işletmelerinde fiziki hizmet olmadığı için verimliliğin ölçülmesinde nitelik ön plana çıkmaktadır. Öte yandan konaklama işletmelerinde sektörel veya mevsimsel dalgalanmaların yoğun olması, çalışan personellerin tam veya yarı zamanlı çalışması, personel devir hızının fazla olması yani işten ayrılanların ortalama işgören sayısına oranının fazla olması da işgücü verimliliği ölçülmesinde karşılaşılan önemli sorunlardandır (Dokunmazer, 1997: 117).

Turizm işletmelerinde verimlilik, emek verimliliği ve sermaye verimliliğinin formülleri (1) ve (2) olmak üzere aşağıda görülmektedir (Met ve Erdem, 2006: 68).

$$(1) \text{ Emek Verimliliği} = \text{Çıktı} / \text{İşgücü (Emek)}$$

$$(2) \text{ Sermaye Verimliliği} = \text{Çıktı} / \text{Sermaye}$$

Konaklama işletmelerinde emek, tam zamanlı toplam işgören sayısı; sermaye ise oda sayısı ile ifade edildiğinde, yukarıdaki iki genel formül şu şekli almaktadır:

$$(1) \text{ Emek Verimliliği} = \text{Çıktı} / \text{Tam Zamanlı Toplam Çalışan Sayısı}$$

$$(2) \text{ Sermaye Verimliliği} = \text{Çıktı} / \text{Oda Sayısı}$$

Turizmde verimlilik, emek ve sermaye verimliliği şeklinde ölçülebilmektedir (Met ve Erdem, 2006: 68).

Emek verimliliği-çalışan başına çıktı, sermaye verimliliği- oda başına çıktı şeklinde tanımlanabilmektedir. Konaklama işletmelerinde çıktılar; odalardan gelen satış gelirleri, otelde gerçekleşen toplam satış gelirleri, brüt faaliyet kârı gibi finansal performans ölçütleri ile ifade edilebilmektedir.

Yukarıdaki analizlerden elde edilen verimlilik ölçüleri Tablo 8'de toplu olarak gösterilmektedir.

Tablo 8. Verimlilik ölçüleri

Sermaye Verimliliği
1.Oda Gelirleri/ Satılabilir Oda Sayısı
2.Toplam Gelirler/ Satılabilir Oda Sayısı
3.Brüt Faaliyet Karı / Satılabilir Oda Sayısı
Emek Verimliliği
Toplam Gelirler/ Tam Zamanlı Çalışan Eşiti Toplam Çalışan Sayısı
Brüt Faaliyet Karı / Tam Zamanlı Çalışan Eşiti Toplam Çalışan Sayısı

Kaynak: (Met ve Erdem, 2006: 68).

Profesyonel Turist Rehberliği

Araştırmanın dördüncü bölümünde, profesyonel turist rehberlerine ilişkin alanyazın taramasına yer verilmiştir. Bu kapsamda, profesyonel turist rehberliği mesleğinin tarihsel gelişimi, tanımı, rolü, görev ve sorumlulukları, mesleğin özellikleri, verimliliğini etkileyen faktörler ve Türkiye’de turist rehberliği konularına değinilmiştir

4.1. Profesyonel Turist Rehberliği Mesleği

Profesyonel turist rehberleri, turizm endüstrisinin başarısının en önemli unsurlarından biridir (Kayf, 2020: 113). Profesyonel turist rehberleri, tur deneyiminin başarılı ya da başarısız geçmesinde ve turistlerin destinasyon hakkındaki algılarını olumlu ya da olumsuz etkilediği için önemli araştırma konusudur (Min, 2013: 1170-1190). Meslek olarak profesyonel turist rehberliği, Türkiye’de önem arz eden ve sağladığı avantajlarıyla zaman zaman popüler olan bir meslek grubudur. Profesyonel turist rehberi; çok yönlü, kültürlü, birçok konuda ve alanda bilgili, entelektüel birikimi yüksek birisi olmak durumundadır. Ülkenin her bir köşesini kendine yurt edinen profesyonel turist rehberleri sahip olduğu mesleki nitelikleriyle beraber turistlerin ilk anından son anına kadar, seçtikleri dilde turistlere liderlik yapan, misafirlerin hoşça vakit geçirmelerini ve eğlenmelerini sağlayan, program boyunca büyük özverilerle misafirlerin memnun olmalarına öncelik veren, farklı kültürlerin arasında köprüler kuran, ülkesine karşı olumlu imaj oluşmasında ve misafirlerin ülkeye yeniden gelmelerinin sağlanmasında, ülkenin sahip olduğu değerli tarihi, doğal ve kültürel zenginliklerin tanıtılmasını sağlayan, ülkeye, yöreye, insana, çevreye, doğaya, sanata, kültüre ve topluma karşı sorumluluğu yüksek bir meslek görevini gerçekleştiren,

barış ve kültür elçisi konumundadırlar (Çokal, 2015: 57). Profesyonel turist rehberleri mesleklerini adım adım bir sanat eseri gibi işlemektedirler (Tetik, 2006: 194).

4.1.1. Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi

Araştırmalara göre, ticaret yapmak için gerçekleştirilen ilk seyahatler M.Ö. 2000'li yıllara dayanmaktadır. Söz konusu seyahat, Sümerler ile Akadlar arasında demir ve bakır ticareti yapmak için kervanların gelip gitmesiyle gerçekleştirilmiştir (Ahipaşaoğlu, 2001: 2). Çin halkının da İpekyolu'nu kullanarak Akdeniz'e ve Akdeniz'den de tüm dünyaya ipek ticareti yaptığı bilinmektedir (Çimrin, 1995: 27). Romalılarda ticaretin artması, refah seviyesinin artması, yol sisteminin gelişmesi, güvenliğin artması, Roma para biriminin birden fazla yerde geçerli olması ve yaz mevsiminin aşırı sıcak olması gibi sebeplere bağlı olarak turistik geziler artmıştır. Geziler özellikle Anadolu, Yunanistan ve Mısır üzerine gerçekleşmiştir. Gezilerde Romalılara eşlik eden Mısırlı rahipler, yazılı kaynaklara geçen dünyanın ilk rehberleri olarak bilinmektedirler (Saruhan, 1989: 42).

Tarihi yüzyıllar öncesine dayanan seyahat faaliyetleri organize şekilde ilk olarak Persler, Sümerler ve Mısırlılar tarafından yapılmıştır. Seyahat esnasında güzergâh hakkında tecrübeli yol göstericilere ihtiyaç duyan gezginler rehberlik mesleğinden yararlanmaya başlamışlardır. M.S. 130 yılında Mısır'a seyahat eden Romalı gezginlere Mısırlı Rahipler rehberlik hizmeti sunmuşlardır. Bu şekilde Mısırlı Rahipler tarihin bilinen ilk turist rehberleri olarak kaynaklarda yerini almıştır (Ahipaşaoğlu, 2001: 116).

Yunan İmparatorluğu zamanında seyahat edenlere yardımcı olan, yol güzergâhını gösterip tanıtan kişilerin tur liderliğini başlattıkları düşünülmektedir. Bu yüzden rehberlik mesleğinin temellerinin Yunanlılar tarafından atıldığı düşünülmektedir. Literatürde ilk rehber kitap olarak kabul edilen Praxemos'un bu dönemde yazıldığı bilgisi yer almaktadır. Romalıların suyu ve banyoya olan sevgisi termal turizm faaliyetlerini başlatmıştır. (Dinçer ve Kızılırmak, 1997: 25).

Yıldız'ın (2008) çalışmasına göre, Mısır'a ziyarete giden gezginlere yardımcı olan Mısırlı rahipler tarihin bilinen ilk rehberleri olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada Romalılar seyahat etmeyi çok seven ilk gezginler olarak kabul edilmektedir.

Tarihte ilk seyahat yazarı olarak kabul edilen kültür turizminin öncüsü Herodot'tur. Seyahatlerinde ziyaret ettiği yerleri gelenek ve görenekleri ile kaleme aldığı kitabı Historia'da rehberlerden de bahsetmektedir (İrigüler, 2016: 117). Sanayi Devrimi ile yaşam koşullarında iyileşme yaşanması

insanların boş vaktini ve mali yönden iyi olma durumunu arttırmıştır. Bu durumda insanları seyahat etmeye yönlendirmiştir. Modern anlamda ilk düzenli tur organizasyonu Thomas Cook tarafından burjuva sınıfına düzenlenmiştir. Bu turdaki rehberlik faaliyeti modern rehberliğin öncüsü kabul edilmektedir (Yenipınar vd., 2014: 131).

4.1.2. Profesyonel Turist Rehberi Tanımı

Profesyonel turist rehberlerine ilişkin alanyazın taraması yapıldığında birçok tanım görülmektedir. Turist rehberliği kavramı ilk olarak Antik çağlardaki gezginlerin seyahatlerinde onları yönlendirip, bilgilendirecek kişilere ihtiyaç duymaları ile ortaya çıkmıştır. Sanayi Devrimi ile Antik Çağ'daki rehberlik anlayışı gelişerek farklılaşmıştır (Ahipaşaoglu, 2006: 13). Bu da turist rehberliğinin oldukça eski zamanlarda var olduğunu göstermektedir. Rehberler kıtalararası göçlerde, ticaret kervanlarında ve deniz yolculuklarında en önde yol göstermiştir (Luşak, 2023: 27)

Profesyonel turist rehberi, turistlere uzmanlaşmış olduğu dil ile rehberlik yaparak ve gezdirdiği bölgenin kültürel ve doğal mirasını, yorumlamada gerekli yeterliliğe sahip (Ap ve Wong, 2001; Lovrentjev, 2015: 556), turistlerin seyahat deneyimini etkileyip destinasyonda daha uzun süre kalmalarını sağlayarak ülke ve destinasyon gelirlerine katkıda bulunan kişilerdir (Salazar, 2012: 19). Birden fazla paydaşa hitap etme sorumluluğuna sahip, belirli bir programa uyarak yerli ve yabancı turistlere yol gösteren, ziyaret edilen yerler hakkında uygun ve doğru bilgiler veren (Chikuta, vd. 2017: 4), ülkenin ve bölgenin tanıtımı yapan, ziyaretçilerin sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan doğru bir izlenim edinmesine yardımcı olan kişidir (Collins, 2000; Acar, 2014: 4). Profesyonel turist rehberleri, seyahat acentelerinin ve tur operatörlerinin kamuya açık yüzleridir. En önemli personeller arasında yer alan turist rehberlerinin, ülke turizmine olan katkılarının oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Demir, 2021: 8). Yerli ve yabancı ziyaretçilerin seyahatlerini sorunsuz geçirmelerini ve oluşabilecek sorunları çözmek rehberler için oldukça önemlidir (Yale, 1995: 183). Larsson Mossberg'e (1995) göre, turist rehberlerinin görevleri ve görevlerini yerine getirirken gösterdikleri performansları turistlerin tur hakkındaki tüm algılarını etkilemektedir. Bazı araştırmacılar ise turist rehberlerini, "bir sonraki turu satan kişiler" olarak tanımlamaktadır (Grönroos, 1978: 588; Geva ve Goldman 1991: 185; Zhang ve Chow, 2004: 81).

Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (WFTGA) tanımına göre turist rehberleri, turistlerin seçmiş oldukları dilde bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayarak tanıtan ve yetkililerce benimsenmiş

yeterli donanıma sahip kişilerdir. Köroğlu'na (2013) göre, turist rehberi, turizmin seyahat alanında çalışan, belirli bir zaman diliminde turistleri gezi programındaki yerlere götüren kişidir. Turist rehberi; turistlere ülkeyi tanıtan, turistlere seyahatleri süresince yardımcı olan, turistleri bilgilendiren, motive eden ve eğlendiren soyut, ayrılmaz, olumlu hizmetler sunan, çeşitli roller üstlenen turist rehberliği mesleğini yapma yetki belgesi olan kişilerdir (Heung, 2008: 310; Lin vd., 2017: 2; Köroğlu, 2023: 3).

Hacıoğlu'na (2016) göre, göre turist rehberi; seyahat acentesi tarafından ona verilen programa uyarak paket turu gerçekleştirme yükümlülüğünü alan, gezi alanındaki doğal ve kültürel varlıkları turistlere tanıtan ve gezi boyunca turistlere yardımcı olan kişilerdir. Leclerc ve Martin 2004 yılında yaptıkları çalışmalarında turist rehberini; otobüs camından dışarı bakıldığında görülen panoramayı turistlere anlatan, ziyaret edilip fotoğrafı çekilen ve gezi süresince ziyaret edilen yerleri tanıtan kişidir şeklinde tanımlamaktadır (Leclerc ve Martin, 2004:182).

Turist rehberliği hakkında yapılan tanımlardan yola çıkarak, tüm tanımların ortak noktası profesyonel turist rehberinin, bir yeri veya destinasyonu tanıtan (Chang, 2014: 229), misafirleri yönlendiren ve bilgilendiren (Nguyen ve Tran, 2019: 9) ülkesi ile misafirler arasında köprü oluşturan, eğlendirici ve motive edici misafirlere yol gösteren ve sorunları çözen (Min, 2012: 158), onlara liderlik eden rolleriyle turizm olgusunun içinde yer almaktadır. Misafir memnuniyetini sağlayan iyi iletişim becerilerine sahip, misafirlerle ayrılmaz bir bütün oluşturan, misafirin ülke hakkında sahip olduğu düşünce ve yargıların dönüştürülüp pozitif bir imaj oluşmasında ve misafirlerin ülkeyi tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde pozitif bir rol oynamayı sağlanmasında, katkısının oldukça büyük olduğunu söylemek mümkündür (Cohen, 1985: 378; Kuşluvan ve Çeşmeci, 2002: 235; Kemboi ve Jairus, 2018: 13; Syakier ve Hanafiah, 2021: 603). Çalışma sürelerinde üstlendikleri rollerin gerekliliklerini yerine getirmeleri turist rehberlerinin önemini göstermektedir (Suryana, 2022: 72; Tolga ve Atay, 2016: 575; Çetinkaya ve Öter 2016: 40; Çimrin, 1995: 48).

4.1.3. Profesyonel Turist Rehberinin Rolü

Profesyonel turist rehberlerinin birçok role sahip olmaları gerekmektedir. Mesleğe başlayan rehberlerin yerine getirmesi gereken şartlar mevcuttur. Bu şartlar rehberlerinin mesleki rollerinden oluşmaktadır (Rabotic, 2008: 223). Turist rehberliği için yapılan literatür taramasında son 30 yıl içinde birçok araştırmanın konusu olduğu tespit edilmiştir (Sandaruwani ve Gnanapala, 2016: 63). Turist rehberlerinin rolleri ile ilgili çalışmaların öncülerinin;

Gronoos (1978), Cohen (1985), Hugles (1991), Schmidt (1979) ve Holloway (1992) olduğu bilinmektedir (Köroğlu, 2013). Bununla birlikte profesyonel turist rehberlerinin rollerinin kökeni ve orijinali Eric Cohen tarafından 1985 yılında yapıldığı ve turist rehberinin resmi olarak ele alan kişilerden birisi olduğu bilinmektedir (Aslan ve Çokal, 2016: 54).

Turist rehberlerinin rolü, bilim insanları tarafından halen tartışılan bir konu olmaktadır. Profesyonel turist rehberlerinin rolleri: orijinal rehber (Yol bulucu) ve profesyonel rehber (Mentor) olarak iki farklı unsuru birleştirdiğini, Cohen ortaya koymuştur (Lovrentjev, 2015: 556). Yol bulucu rolü; turist grubunu ilgi çekici yerlere yönlendirirken, mentor rolü, manzarayı sunmak, turistlerin destinasyonu ve cazibe merkezlerini deneyimleyebileceği ve hissedebileceği ruh halini oluşturmak ve bilgi edinmektir. Pond'a (1993) göre, profesyonel turist rehberlerinin 5 farklı rolü vardır; sorumluluk alabilen bir lider, misafirin ziyaret ettiği yerleri anlamasına yardımcı olan bir eğitmen, misafirperverliği arttıran ve ziyaretçilerde destinasyona tekrar gelme isteği uyandıracak şekilde sunan bir elçi, misafir için konforlu bir ortam oluşturan ev sahibi tüm bu rolleri yerine getireceği uygun zamanı bilen bir kolaylaştırıcı olarak rehberlerin rollerinin olduğu bilinmektedir (Pond, 1993: 174).

Profesyonel turist rehberlerinin temel rolleri; liderlik, kültürel aracılık, yorumlama ve bilgilendirme şeklinde sıralanmıştır (Hacıoğlu, 2006: 179).

4.1.3.1. Liderlik rolü

Literatüre 14. yüzyılda giren liderlik kavramı son iki yüzyılda daha sık kullanılmaktadır (Stogdill, 1974: 3). Liderlik rolünün profesyonel turist rehberlerindeki belirgin özellikleri; turu planlamak, turu organize etmek ve turu düzenlemek şeklinde sıralanabilir. İyi bir tur liderinde bulunması gereken özellikler; yol gösterici olması, özgün olması, motive edici olması, problem çözücü olması, kriz yönetimi becerisinin olması, iyi yönetici olması, tura katılan ziyaretçiler arasında oluşabilecek sorunları engelleyebilmesi ve soğukkanlı olması şeklinde sıralanabilmektedir (Asmadili, 2018: 331).

Tur esnasında rehberlerin üstlendikleri liderlik rollerini Howard vd. (2001) çalışmalarında doğaya bağlı turizm faaliyetleri alanında araştırmışlar ve işlevsel liderlik rolü ve sosyal liderlik rolü olarak iki başlık altında toplamışlardır. İşlevsel liderlik kapsamında rehberler turistleri, tur başlamadan önce destinasyon hakkında bilgilendirmek, destinasyonun kültürünü ve geleneklerini tanıtmak, turistlerin bölgeye uyum sağlamalarını kolaylaştıracak bilgiler vermek ve yanlarında gezilen bölgenin koşullarına uygun olarak bulundurmaları gereken malzemeler (şartlara uygun kıyafet,

ayakkabı, ihtiyaç duyabilecekleri aletler ve ilk yardım malzemeleri) ile ilgili bilgilendirmek yükümlülükleri arasındadır. Sosyal liderlikte ise rehberin, turist grubunu bir arada tutmak, takım ruhunu oluşturmak, turistlerin birbirleriyle uyumlu olmaları sağlamak, tur süresince moral ve motivasyonu yüksek tutmak ve turun eğlenceli olmasını sağlamak gibi yükümlülükleri bulunmaktadır (Howard vd. 2001: 34). Bu açıklamalara bakıldığında, liderlik rolünün turun sorunsuz geçmesi için önemli olduğu görülmektedir. Profesyonel turist rehberinin, turu gerektiği gibi yönetmesi için turist grubunun güvenini kazanması, turistlere liderlik yeterliliğinde olduğunu göstermesi ve turistleri ikna etmesi gerekmektedir (Ar, 2015: 46).

Etkin bir liderin, sahip olması gereken beceriler aşağıda gösterilmiştir. (Wolfgang, 1982: 145).

- **Teknik beceri**

Bireyin herhangi bir süreçteki veya teknikteki bilgisini ve ustalığını ifade etmektedir. Çalışanlar liderliğe terfi ettikçe teknik beceriler oransal olarak daha az önemli olmaktadır. Muhasebecilerin, mühendislerin ve araç üreticilerinin uzmanlıklarıyla ilgili öğrendiği beceriler bu kategoride değerlendirilebilir.

- **Beşeri beceri**

Beşeri beceri, bireyin çevresi ile etkili iletişim kurabilmesi ve ekip çalışmasında bulunabilme yeteneğini ifade etmektedir.

- **Kavramsal beceri**

Teknik beceriler somut olgularla, beşeri beceriler insanlarla, kavramsal beceriler ise fikirlerle uğraşır. Yönetimde yüksek makamda görevler üstlenen işgörenlerin, uzun dönemli planlama ve stratejiler, ilişkiler ve soyut olgular ile ilgilenmeleri beklenmektedir. Kısacası yönetsel seviyede artış oldukça teknik beceri ile kavramsal beceri yer değiştirmektedir.

4.1.3.2. Kültürel aracılık rolü

Kültürel aracılık, rehberin sahip olduğu bilgisini ve yeteneklerini kültürden kültüre etkin biçimde aktarması demektir (Reisinger ve Steiner, 2006: 483). Literatür araştırmalarında yazarların, profesyonel turist rehberini aracı, köprü ve kültür elçisi olarak nitelendirdikleri görülmektedir (Cohen, 1985: 13). Turist rehberlerinin; dil bilgisinin, kültürel ve sosyal bilgisinin kültürel kaynaşma için oldukça önemli olduğu savunulmaktadır (Weiler ve Black, 2014: 65).

Farklı kültürlerin bir arada olduğu ortamlarda genellikle kültürel boşluk oluştuğu görülmektedir. Oluşan bu kültürel boşluğu turist rehberleri kültürel aracılık rolü ile doldurmaktadır (Yu vd., 2002: 76). Rehberlerin, kültürel boşluğu doldururken kültürel aracılık rolünü kullanabilmesi için bölgeyi iyi bilmelerinin dışında kültürel değerleri, dini inanışları, kuralları ve kaideleri bilmesi bunları turistlere aktarması gerekmektedir (Lovrentjev, 2015: 557).

4.1.3.3. Yorumlayıcı rolü

Turist rehberi sadece arabulucu değil aynı zamanda yolun başında olan kişidir. Turist rehberinin en önemli rolü arabuluculuktur. Arabuluculuk dengeyi korumak yerel halk ve ziyaretçiler arasındaki etkileşimi kurmayı sağlamaktır (Mitchell, 2005: 25).

Yorumlama, aktarılacak bir olayın sahip olunan bilgi doğrultusunda değerlendirilmesi anlamındadır (Güzel, 2007: 23). Turist rehberlerinde yorumlama niteliği bulunması gerekmektedir. Yorumlama, turistlerin destinasyon ile bağ kurmalarını sağlarken, aynı anda anlatılan olayları zihinlerinde canlandırabilmelerini sağlaması gerekmektedir. Etkili yorumlama, birden fazla unsurun uyumlu şekilde bir araya getirilerek aktarılmasıdır. Söz konusu unsurlar; rehberin aktaracağı bilgileri seçerken özenli olması, konuların ilgi çekici yönlerini ele alması, eğlenceli şekilde anlatması gibi bileşenlerdir (Güzel, 2007: 23). Ap ve Wong 2001'deki çalışmalarında, turist rehberlerinin bilgi birikimlerini ve yeteneklerini etkin şekilde kullanarak destinasyonun kültürel değerlerini yorumlamaları turistlerin sıradan bir turdan farklı deneyimler kazanabileceğini öne sürmektedir (Ap ve Wong, 2001: 1).

Turist rehberlerinin yorumlayıcı rolü, rehberin tercümandan farklı olduğunu ve çeşitli sorumluluklarının olduğunu belirten rollerden biri olarak düşünülmektedir. Rehberin sorumluluğu destinasyon yorumlarken tarihi bilgilere veya kalıplaşmış anlatılara bağlı kalmanın yanı sıra bugünün değerlerini, kültürde yaşanmış değişimleri, gözlemleri, popüler olayları, teknolojik gelişmeleri, sürdürülebilirliği ve turizmle ilişkilendirilebilecek gelişmelerin tamamını kullanarak bütün bilgileri süzgecinden geçirerek yorumlama kabiliyetini kullanarak turistlere etkili şekilde sunmasıdır (Yenen, 2007: 925).

4.1.3.4. Bilgilendirici rolü

Turist rehberlerinin rollerinden biri de bilgilendirici rolüdür. Rehberler; turistlere ziyaret edilen destinasyon hakkındaki tarihi, kültürel, sosyal hayat ve sanat eserleri bilgilerini bu rolleri ile vermektedirler (Lovrentjev,

2015: 555). Turist rehberinin bilgilendirici rolü, rehberin mesleğinde iyi olması, turistlerin farklı kültürler hakkında yeni bilgiler öğrenmesi gibi faydaları vardır. Ayrıca rehberlerin aktardığı bilgiler ülke için olumlu izlenimler oluşturarak ülke imajına katkıda bulunabilir. Hu 2007 yılında yaptığı araştırmasında profesyonel turist rehberlerinin bilgilendirici rolünü üç grupta incelemiştir. Bunlar; rehberlerin destinasyon ile ilgili turistlere aktarması gereken yönlendirici bilgiler, turistlerin davranışları ile ilgili verilmesi gereken bilgiler ve son olarak da gurubun alması gereken ve eğitici bilgiler şeklinde sıralanmaktadır (Hu, 2007: 33).

Destinasyon ile ilgili turistlere aktarması gereken yönlendirici bilgiler: mesafeler, seyahat süresi, turistik yerler, turistik tesisler, görülmesi gereken özel yerler gibi bilgilerden oluşmaktadır. Turistlerin davranışları ile ilgili verilmesi gereken bilgiler: farklı kültürlerden gelen turistlerin destinasyonun sosyo-kültürel değerlerine, inancına, gelenek ve göreneklerine göre davranmaları için turistlere, yerel halkın uyulmasını beklediği kurallar hakkında bilgi verilmesini içermektedir. Eğitici nitelik taşıyan bilgiler: turist rehberinin, turistlere ziyaret ettikleri destinasyonlar hakkında yeni bir anlayış oluşturacak, destinasyon ile ilgili aktarılacak tüm bilgileri kapsamaktadır (Hu, 2007: 33).

4.1.4. Profesyonel Turist Rehberinin Görev ve Sorumlulukları

Profesyonel turist rehberlerinin asıl görevi turistlere rehberlik etmek ve mükemmel seyahat deneyimi yaşatmak ve turistleri keyifli bir yolculuğa yönlendirebilmektir (Curtin, 2010: 229; Green ve Jones, 2010: 47). Profesyonel turist rehberinin görev ve sorumluluklarını yapabilmesi belli temel nitelik ve özelliklerinin olmasını gerektirmektedir. Turist rehberinin hizmet sunduğu turist grubuyla sözlü, yazılı ve görsel iletişim becerilerini kullanarak etkili iletişim kurması ve hem anadilinde hem de yabancı dilini akıcı kullanması iletişimdeki etkinliği arttıracaktır (Demir, 2017: 236; Weiler ve Black, 2015: 123). Turist rehberleri mesleki yeterliliği için belli bir eğitim düzeyini sağlamış, entelektüel bilgi birikimi ve donanımı olan bireylerdir (Wong, Wang, 2009: 249). Görevlerini icra ederken mesleki bilgilerinin yanında ülke, bölge ve şehirlerin ekonomik, sosyolojik, demografik, kültürel, siyasi, coğrafi gibi özelliklerini de bilmek zorundadır (Yenen, 2002: 57; Yu, Weiler ve Ham, 2004: 258).

Cohen'e (2002) göre, profesyonel turist rehberi liderlik, arabuluculuk ve yol göstericilik yapan biri değil, aynı zamanda işaretleri okuyup takip edebilen, ön planda öğretici özelliği olan, gördükleri yeni kavramları yorumlamalarında turistlere yardım eden kişilerdir. Modern anlamı ile profesyonel turist

rehberi destinasyonların coğrafi özelliklerini ve yollarını bilmek dışında turist grubunun enerjisini yüksekte tutmayı bilen, destinasyonlardaki yerel halkın kültürel ve etnik özelliklerinin bilgisini de sunabilen sosyo-kültürel olarak kendini geliştirmiş kişilerdir. Profesyonel turist rehberi Psikolojik ve sosyolojik yeterliliklere de sahiptirler (Cohen vd., 2002: 919).

Wolfgang (1982:55) turist rehberlerinin, anadiline hakim ve hizmet sunduğu yabancı dilde ise sözlü ve yazılı olarak kendini geliştirmiş, ziyaret edilen destinasyonun tarihi, sosyal kültürü, gelenek ve göreneklere gibi konularda bilgili olması gerektiğini vurgulamaktadır (Wolfgang, 1982:55). Profesyonel turist rehberliği mesleki yönden çok yönlü olmayı gerekli kılmaktadır. Dış görünüşü iyi, iletişim becerileri yüksek, hoş tavırları olan ve hitabeti etkili olan profesyonel turist rehberi gezi esnasında oluşabilecek bir sorun anında sakin kalabilmelidir. Bunlar, grubun güveni ve hoşgörüsünü kazandırabilecek özelliklerdir (Doswell, 1979: 66). Turda oluşabilecek sorunların kaynağının tespiti ve sorunun çözümü hakkında açıklamada bulunma olgunluğundaki turist rehberi, tur başlamadan önce hazırlık ve plan yaparak tura hazırlanmalıdır. Profesyonel turist rehberi, hazırlıklı olmanın verdiği özgüven ile mesleğini en iyi şekilde yapacaktır (Snell ve Carpenter, 1992: 27).

4.1.5. Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Özellikleri

Turizm, hizmete dayalı emek yoğun bir endüstridir. Bu nedenle turist rehberlerinin yüksek kalitede hizmet sunabilmesi için mesleki özelliklerini detaylandırmaları gerekmektedir (Brito, 2012: 270). Olcay vd., (2015)'ne göre, profesyonel tur rehberliği mesleğinin özelliklerinin; iletişim, konuşma, bilgi, donanım, liderlik, planlama, koordinasyon, denetim ve fiziksel yeterlilik olduğu belirtmektedir. Turist rehberliği mesleği; hizmet ağırlıklı insan ilişkilerine dayalı, yüksek meslek getirisi ve iş tatmini olan bir alandır (Yarcan, 2017: 3). Turist rehberliği mesleğini diğer meslek gruplarından ayıran bir takım özellikler mevcuttur. Bu özellikler; fiziksel güce dayalı oluşu, mevsimsellik sorunu, dış faktörlere bağımlı oluşu, iş güvencesinin olmaması ve kendini geliştirip yenileme zorunluluğu olması, disiplinler arası bir meslek olması, emekliliğin geç ya da hiç olmaması şeklinde sıralanmaktadır (Doswell, 1979: 76).

4.1.6. Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği

Rehberlerin dünyadaki varlığı 2500 yıl gibi oldukça eski zamanlara dayanmaktadır. Bugün rehberler turizm endüstrisinin en önemli parçalarındandır (Çetinkaya ve Öter 2016: 42). Türkiye'de rehberlik faaliyetlerinin Osmanlı Döneminde başladığı bilinmektedir (Eser vd.,

2021: 30). 19. yüzyılda turizm endüstrisinin gelişimi ve Şark Expressi'nin hizmete başlaması Osmanlı'da rehberlik mesleğinin görülmesine etki etmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006: 16). 1836 yılında Tanzimat Fermanı'nı ile Osmanlı'daki halkların tamamına hukuk ve maliye alanlarında güvence verilmiştir (Değirmencioğlu, 1998: 13). Tanzimat Fermanı ile Osmanlı Devleti Avrupa ülkelerinden etkilenmiştir. Bu etkileşim sonucu Avrupa ülkeleri ile sanat, kültür ve ekonomi alanlarında işbirliği yapılmıştır (Eser vd., 2021: 30). 1839 yılında Osmanlı eski gücünü geri kazanma amacıyla batı tarzında reformlar gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen reformlar sonucunda Avrupalıların ziyaret sayısı artmıştır. 1839 yılında Orient- Express tren seferleri Paris- İstanbul arasında hizmete başlamıştır. Bu gelişme, İstanbul'u ziyaret eden yabancı turist oranında artışa neden olmuştur. Yabancı turistlerin gezilerinde rehberlere ihtiyaç duymaları turist rehberliği mesleğinin gelişimini olumlu yönde etkilemiştir (Yenipınar ve Zorkirişi, 2013: 114).

Turist Rehberliği mesleğinin kurumsallaşmasının ilk adımları 2663 sayılı yönetmelik ile atılmıştır. 29 Ekim 1890 yılında meslek olarak profesyonel turist rehberliğini seçenlerin; ilk adım olarak nizamnamede belirtilen belgeleri tamamlaması, ağır suçlar olarak tanımlanan suçları işlememiş olması ve bunu belgelendirmesi, Türkçeyi konuşma-okuma-yazma dereceleri iyi, yabancı dil bilgisine sahip olması, halktan ve iyi niyetli olması gibi şartları yerine getirmeleri gerektiği görülmektedir (İriğüler ve Güler, 2016: 113). Nizamnamenin oluşturulmasından Cumhuriyetin kurulacağı yıllara kadar rehberlik mesleğini icra edenlerin herhangi bir denetleme olmadan rehberlik yapmaya devam ettikleri tespit edilmiştir (Çimrin, 1995: 11).

1923'te Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonra "Türk Seyyahin Cemiyeti" kurulmuştur. Cemiyetin kurulma amacı ülkeye gelen turistlere rehberlik yapan yabancıların, ülkeye ve ülkenin turizm endüstrisine zarar verici davranışlarına engel olmaktır. Cemiyet Avrupa'daki organizasyonları ve bu alandaki uygulamaları inceleyerek kendine bir sistem belirleyip araştırmalara başlamıştır. Zamanla cemiyetin adı "Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu" olmuştur. "Türk Seyyahin Cemiyeti"nin temel amacı, dünya çapında turlar organize etmek ve Türkiye'deki turistik destinasyonların en güzel şekilde tanıtılmasını sağlamaktır (Şahin, 2006: 141). Yerli halkın yabancı ülkeler hakkında bilgi sahibi olmasını sağlayarak kültür aracılığı rolünü yerine getirmektedir. Turistik değerlerin düzenlenmesi ve korunması da cemiyetin temel amaçlarındandır (Ahipaşaoğlu, 2006: 20).

Cemiyet rehberlik mesleği üzerine araştırmalarına devam ettirmiştir. İlk kurs ve sınav sistemini kurarak lisanslı rehberlerin yetişmesini sağlamıştır (Ahipaşaoğlu, 2006: 21). 20.07.1963 tarihli ve 265 sayılı kanun ile "Turizm

ve Tanıtma Bakanlığı” kurulmuştur. Turist rehberliği mesleği resmîyet kazanmıştır. Turist rehberliği mesleğini icra etmek isteyenler için kurslar düzenlenmiştir (Değirmencioğlu, 1998: 20). Rehberlik mesleği üzerine ilk yönetmelik; 1971’de hazırlanmış ve 3 yıl sonunda geliştirilmiştir. 1974, 1981, 1983, 1986 ve 2005’e kadar zamanın gereklerine göre değişiklikler ve geliştirmeler yapılmıştır (Çolakoglu vd. 2017: 141; İrigüler ve Güler, 2016: 210).

Turist rehberliği mesleğinin sağlam bir alt yapısı olması adına 1995 yılında turist rehberi olabilmek için bazı kurallar getirilmiştir. Bu kurallar; üniversitelerin turist rehberliği bölümünden mezun olmak, bakanlığın sözlü sınavında başarılı olmak, yabancı dil sınavında 70’in üzerinde puan almak ve bakanlığın düzenlediği uygulama gezilerine katılmaktır (Kuşluvan ve Çeşmeci, 2002: 236).

Turist rehberliği yönetmeliği son olarak 2012 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından düzenlenmiştir (Aydın, 2021: 38). Ön lisans programındaki eğitimin lisans programlarına taşınması uygun görülmüştür (Ahipaşaoglu, 2006: 39-42). Rehberlik eğitimi veren üniversiteler, “Yüksek Öğretim Kurumları”na bağlı, fakülte ve yüksekokul olarak bu eğitim sürecini yürütmektedir (Güzel vd., 2017: 35).

Uluslararası alanda, turist rehberleri üzerine yapılan araştırmalar turizm akademik camiasında fazla ilgi görmemiştir. 1985 yılında *Annals of Tourism Research Dergisi*, tur rehberlerine ait özel bir sayı çıkarmıştır fakat başarılı olamamıştır. Turist rehberliği üzerine yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak tur rehberlerinin rolleri (Cohen, 1985: 378; Weiler ve Yu, 2007: 13; Yu vd., 2002: 8), turist rehberi performansı (Geva ve Goldman, 1991: 177; Mossberg, 1995), turist rehberliği hizmetlerinden turistlerin memnuniyeti (Wong, 2009: 249) ve tur rehberi yönetim sistemidir (Dong, Droege, ve Johnson, 2002; Huang vd., 2009: 4). Türkiye’de turist rehberliği üzerine yapılan ilk araştırma makalesi 1989 yılında yayınlamıştır. Düzenli yayınlar ise 2008 yılından itibaren 6 araştırma makalesi ile başlamıştır (Karagöz ve Gürge, 2021: 2527).

Resmî Gazetede yayınlanan 07.06.2012 tarihli ve 6326 sayılı kanun ile profesyonel turist rehberliği meslek statüsü kazanmıştır. Profesyonel turist rehberliği mesleğinin dünyada örgütleri bulunduğu gibi Türkiye’de de benzer örgütlenmeler mevcuttur. 12 Eylül 1998’de İstanbul’da kurulan TUREB turist rehberliği örgütlenmelerinin öncüsüdür (Ahipaşaoglu, 2001: 39). Bu örgütün temel amacı rehberlere yönelik konularda aktif rol almak, yasa dışı rehberlik uygulamalarını önlemek ve rehberlik sorunlarına çözüm bulmaktır. TUREB kuruluşundaki temel amaçlar; rehberlik mesleğinin problemlerini

belirleyip çözüm üretmek, profesyonel turist rehberlerini bir araya getirmek, diğer kurum, kuruluş, özel sektör ve meslek örgütleri ile bağlantı kurmak olarak sıralanabilir (Eser vd., 2021: 241). 28331 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 6326 numaralı Turist Rehberliği Meslek Kanunu esasınca hayata geçirilmiş, çatısı altında 7 meslek odası ve 6 bölgesel meslek odası olmak üzere tüm Türkiye’de örgütlenmiş 13 oda ile birlikte faaliyetlerini yürüten bir kuruluştur. TUREB’e bağlı 10.189 binden fazla turist rehberi bulunmaktadır (TUREB, 2024).

Turist Rehberliği Birliği’nin (TUREB) 2024 yılında yayınlamış olduğu rehber istatistiklerine göre Türkiye’de bölgesel eylemli ve bölgesel eylemsiz olarak sektörde yer alan profesyonel turist rehberleri Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Bölgesel eylemli/ bölgesel eylemsiz rehberlerin odalara göre dağılımı

Turist Rehberleri Odaları	Bölgesel Eylemli	Bölgesel Eylemsiz	Toplam
ADRO - Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası	12	70	196
ANRO - Ankara Turist Rehberleri Odası	605	366	971
ARO - Antalya Turist Rehberleri Odası	1.367	504	1.871
ATRO - Aydın Turist Rehberleri Odası	697	160	857
BURO - Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	152	46	198
ÇARO - Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası	236	65	301
GARO - Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası	142	60	202
İRO - İstanbul Turist Rehberleri Odası	4.074	1.545	5.619
İZRO - İzmir Turist Rehberleri Odası	850	389	1.239
MUTRO - Muğla Turist Rehberleri Odası	330	162	492
NERO - Nevşehir Turist Rehberleri Odası	907	172	1.079
ŞURO - Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası	183	53	236
TRO - Trabzon Bölgesel Turist Rehberleri Odası	145	41	186
TOPLAM	9.814	3633	1.3447

Kaynak: (TUREB, 2024).

Tablo 9’a göre, İstanbul ve Antalya Rehberler Odası en fazla bölgesel eylemli rehberlere sahip olan odalardır. Aktif olarak sektörde yer alan rehber sayısı İstanbul ve Antalya bölgelerinin dışında İzmir ve Nevşehir illerinin de bölgesel eylemli rehber sayısının yüksek olduğu görülmektedir. Turist rehberleri odalarına kayıtlı bölgesel eylemli/ bölgesel eylemsiz profesyonel turist rehberlerinin rehberlik yaptıkları diller Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Profesyonel turist rehberlerinin rehberlik yaptıkları diller

Rehberlik Yapılan Dil (ler)	Rehber Sayısı (n)
İngilizce	8.975
Almanca	1.646
Fransızca	1.140
İspanyolca	1120
Rusça	980
Japonca	600
İtalyanca	556
Arapça	520
Çince	429
Portekizce	416
Endonezce	241
Farsça	58
İsveççe	29
Macarca	26

Kaynak: (TUREB, 2024).

Tablo 10'a göre, turist rehberleri odalarına kayıtlı bölgesel eylemli/bölgesel eylemsiz profesyonel turist rehberlerinin 14 yabancı dil istatistikleri verilmiştir. İngilizce rehber deflasyonunun diğer dil rehberlerinden daha yüksek orana sahip olduğu görülmektedir.

4.1.7. Gaziantep İlinde Rehberlik Kapsamı

Mehmet Severoğlu ve 15 rehber arkadaşı birlikte GARED derneği 2002 yılında rehberlik sertifikası programı sonucu Gaziantep'te kuruldu. 2002'de oluşan örgütlenme 2013 yılındaki Rehberlik yasası sonrasında 103 kişinin başvurusuyla 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu hükümleri gereğince 11 Mart 2013 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığının onayı ile Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası olarak değişmiştir. Gaziantep, Hatay, Malatya, Kahramanmaraş ve Kilis illerini kapsayan bölgede GARO hizmet vermektedir (GARO, 2024).

4.1.7.1. Gaziantep iline ilişkin tanıtıcı bilgiler

Gaziantep, jeopolitik konum olarak Anadolu, Akdeniz ve Mezopotamya'yı birbirine bağlamaktadır. Söz konusu konum birçok uygarlığı bünyesinde barındırmasına olanak sağlamıştır. Bu sayede, çeşitli uygarlıkların kültürlerinin

birleşimi ile güçlü bir tarihi birikime sahip önemli destinasyonlardandır. Paleolitik dönemden itibaren yerleşim yeri olarak tercih edilen bölge; Hitit, Mitanni, Asur, Pers, Med, Selevkos, Roma, Bizans, Memlûklü, Selçuklu ve Osmanlı'ya yurt olmuştur. Arkeolojik kazılarda Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik, Tunç , Demir, Hellenistik, Roma, Bizans, İslami ve Osmanlı dönemlerine ait buluntulara rastlanmıştır. Gaziantep tarih boyunca farklı uygarlıkların, kültürlerin, dinlerin, ve ırkların bir araya gelip birbirini etkileyerek sentezlendiği gizemli bir tarihe sahiptir (Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, 2024).

Gaziantep'in geçmişten bugüne adları; tarih öncesi dönemde Kalsintanan, Asurlar'da Dabigo, Dabigubit, Dehlek, Doluk, Babıgü, Bilabhi; Yunanca'da Doliche, Bizans kaynaklarında; Teluk, Tulupa, Dolihayun, Debet, Tolonbh, Hamtab, Ermeni kaynaklarında; Anthaph, Abbasi döneminde; Avasım, Serhat, Türk-İslam devrinde; Dülük, Daluk, Dulük, Dalük, Hantap, Aynı Tövbe, Ayıntap, Geldani dilinde; Tap (güç, kudret), Antheba olarak sıralanmaktadır. Cumhuriyet öncesi dönemlerde şehrin adının "Ayıntap" olduğu bilinmektedir. Haçlı seferlerine ait kroniklerde de bu ismin bir benzerine rastlanmıştır (Parlak Kalkan, 2015: 101-107)

➤ **İklim**

Gaziantep; Akdeniz iklim kuşağı yakınında ılıman kara iklimi yaşamaktadır. Tarihi İpekyolu güzergâhı üstündedir. İpekyolu tarih boyunca ticaret kervanlarının kullandığı Bizans'tan Çin'e uzanan ticaret yoludur. Anadolu yarımadasını Arabistan Yarımadasına bağlamaktadır (KTB, 2024).

➤ **Bitki örtüsü**

İklim ve coğrafi koşulların etkisi bölgede bitki örtüsü çeşitliliğini sağlamıştır. 5000 yıldır fıstık, zeytin, üzüm ve buğday tarımı olduğu yapılan çalışmalarda görülmektedir. toprakları verimli olan Gaziantep'te; antepfıstığı, zeytin, susam, pamuk, üzüm, biber gibi ekonomik değeri yüksek ürünleri ve buğday, arpa, nohut, börülce, maş, mercimek gibi bakliyat tarımları yapılmaktadır. Sebze ve meyve üretimine bakıldığında, badem, ceviz, incir, kayısı, nar, ayva, erik, elma, armut, zerdali, şeftali, yenidünya, hurma, kavun, karpuz; patlıcan, domates, biber, kabak, haylan kabağı (asma kabağı), köse sefer kabağı, sakız kabağı, fasulye, acur, salatalık, pazı (pancar), marul, lahana, ıspanak gibi ürünler üretilmektedir (Yazgan Serinkaya, 2017: 30).

➤ **Kültür ve el sanatları**

Bölgenin yıllarca farklı kültüre ev sahipliği yapması ile oluşan zengin kültürü, Gaziantep'in en önemli çekiciliğidir. Gaziantep turizm dışında sanayi, ticaret, spor, sanat, tarım gibi alanlarda da önemli bir kenttir.

Gaziantep kültürünü oluşturan unsurlar; yerel halkın konuşma tarzı, yaşam şekli, yeme-içme kültürleri, giyinme alışkanlıkları, evlenme gelenekleri ve sahip oldukları inanışlarıdır (Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, 2024).

İlk uygarlıkların yerleşim yeri Mezopotamya ve Akdeniz'i birleştiren Gaziantep, birçok medeniyete ev sahibi olmuştur. Barındırdığı her medeniyetin kültüründen ve izlerinden oluşan zengin Gaziantep kültürü oldukça önemlidir. Sahip olduğu kültür zenginliği şehrin gelişip genişlemesini de sağlamıştır. Örnek olarak, Gaziantep'te çeşitli, birbirinden farklı el sanatları mevcuttur. Bu durum kentin, diğer illere göre el sanatları alanında farklı çeşitlerin olmasını Diğer bir deyişle, daha zengin el sanatları içeriğine sahip olmasını sağlamıştır (Akın, 2018: 243).

Bakırcılık, Antep kilimciliği, aba dokumacılığı, Antep işi el işlemesi, gümüş işlemeciliği, küpçülük, kutnuculuk, kuyumculuk, yemenicilik, zurnacılık, sedef kakmacılığı, takuna söz konusu el sanatlarıdır(Akın, 2018: 245).

➤ **Gaziantep mutfağı**

Gaziantep ev sahipliği yaptığı çeşitli kültürlerin etkisi, ipek yolu ve baharat yolu gibi önemli kervan güzergahları üzerinde olması gibi sebepler sayesinde bugünkü zengin mutfak kültürünü oluşturmuştur. Önemli yol güzergahlarındaki hanlar, hamamlar, imarethaneler ve kervanların konaklama yerleridir. Buralarda konaklayanların sahip olduğu kültürlerin etkisi gastronomi alanında önemli bir kaynak olmuştur. Çin'e kadar uzanan kervan yolundaki yemek kültürüne ait her türlü bilgi ve deneyimler mutfağa ilham kaynağı olmuştur. Yöredeki kültür ve iklim gastronominin temel etkenleridir. Mevsime bağlı olarak yetişen sebze ve meyveler yemek çeşitliliği yelpazesinin oldukça geniş olmasını sağlamıştır (KTB, 2024).

Gaziantep Mutfağı malzeme çeşitliliği, pişirme usulleri ve eski uygarlıkların etkileri sayesinde Gaziantep yemekleri Türk ve Dünya mutfakları arasında önemli bir yere sahiptir. Gaziantep mutfağı, hem ulusal hem de uluslararası alanda bilinmektedir. Tarihi ve malzeme çeşitliliği özellikleri ile özgün bir mutfaktır. Nineden toruna miras olarak kalan yemek ve tatlı tariflerinin korunması kalıcılığını sağlamıştır. Gaziantep yemeklerinde, haşlama, ızgara, tava, sote, kavurma, tencere yemeği, fırın yemeklerinin içinde bulunduğu tüm pişirme teknikleri kullanılmıştır. Gaziantep mutfağı, UNESCO Yürütme Kurulunun aldığı karar doğrultusunda 116 şehrin katılımı ile kurulan Yaratıcı Şehirler Ağı Listesine 11.12.2015 tarihinde girerek Dünya Mutfakları arasında hak ettiği yeri almıştır (Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, 2024).

➤ **Tarihi yerler ve müzeler**

Gaziantep ilindeki başlıca tarihi yerler ve müzeleri Gaziantep Kalesi, Zeugma Müzesi ve Dülük Antik Kenti olarak sıralamak mümkündür.

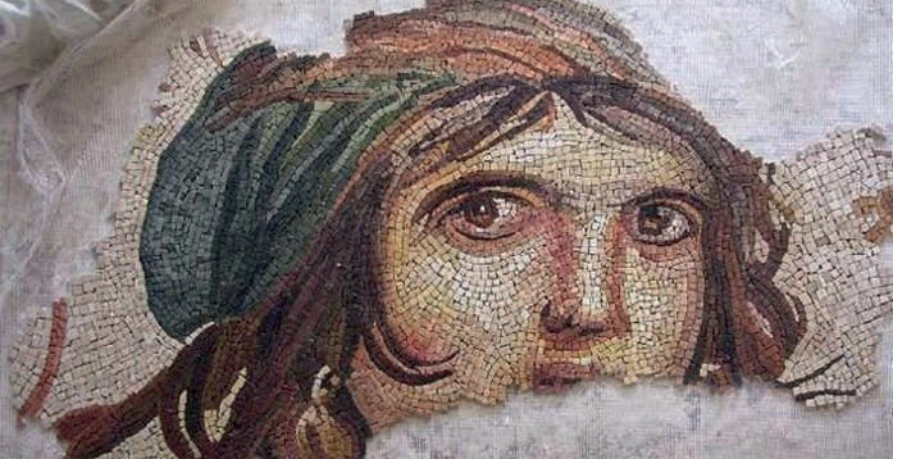
a. **Gaziantep Kalesi**



Fotoğraf 1. Gaziantep Kalesi

Kente hakim noktada, eski şehir dokusunun korunduğu, Allaben deresinin güneyinde konumlanmaktadır. Roma döneminde gözetleme kulesi amacıyla inşa edilmiştir. M.S. 6. yüzyılda Bizans hakimiyetinde iken bugünkü halini almıştır. İçinde milli mücadele dönemini aktaran Panorama Müzesi hizmet sunmaktadır (Bulut ve Şimşek, 2014 : 38-44).

b. Zeugma Müzesi



Fotoğraf 2. Zeugma Müzesi Çingene Kızı

Müze olarak resmi açılışı 9 Eylül 2011' de yapılmıştır. Kent halkının kültürü, inancı, günlük yaşamı o dönemleri yansıtacak şekilde müzede sergilenmektedir. Dönemin mimarisine göre sokağı, duvarı, çeşmesi ile tüm yapılar gerçek boyutlarında sunulmuştur (Çitçi, 2009).

Fırat Nehri'ne yakın noktadaki mozaikler girişte yer alırken, kentin teraslarına doğru yükselen mozaikler sırası ile yerleştirilmiştir. Zemin katta ziyaretçilere sunulan Roma Hamamı'na ait mozaikler baraj gövdesinin alt bölümünden çıkarılmıştır. Zeugma Mozaik Müzesi'nde ziyaretçiler, en alt kattan, Zeugma'daki teraslara doğru çıkarak gezilerini tamamlayabilirler. Ziyaret edilecek noktalardan bir diğeri de Zeugma Ören Yeri'nde bulunan Korugan Müzesidir. Müzenin her noktasından görülebilen Mars Heykeli, Zeugma'daki gibi savaş ve baharın tanrısı, Zeugma'nın koruyucusu olarak sergi teşhir projesinin en önemli eserlerinden biridir. İkinci kata çıkıldığında labirent şeklinde dizayn edilmiş gizemli oda Çingene Kızı'nın mahzun bakışlarını ön plana çıkarmaktadır (KTB, 2024).

c. Dülük Antik Kenti



Fotoğraf 3. Dülük Antik Kenti

Gaziantep'in Dülük Köyü'ndedir. Antik dönemde adı Doliche'dir. Yunan ve Roma dönemlerinde din merkezi olarak kullanılmıştır. Yapılan arkeolojik kazılarda Roma Dönemi'ne ait mezar kalıntıları ve yapı kalıntıları bulunmuştur. 3 ayrı inancın tapınak kalıntıları bulunmuştur. Bunlar: Iupiter Dolichenus Tapınağı, Teşup Tapınağı ve Mithras Yeraltı Tapınağı'dır (KTB, 2024).

4.1.8. Şanlıurfa İlinde Rehberlik Kapsamı

Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası 11 Mart 2013 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığının onayı ile 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu hükümleri gereğince kuruldu. Adıyaman, Ağrı, Batman, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Hakkari, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Tunceli, Van illeri ŞURO'nun hizmet alanlarındadır (ŞURO, 2024).

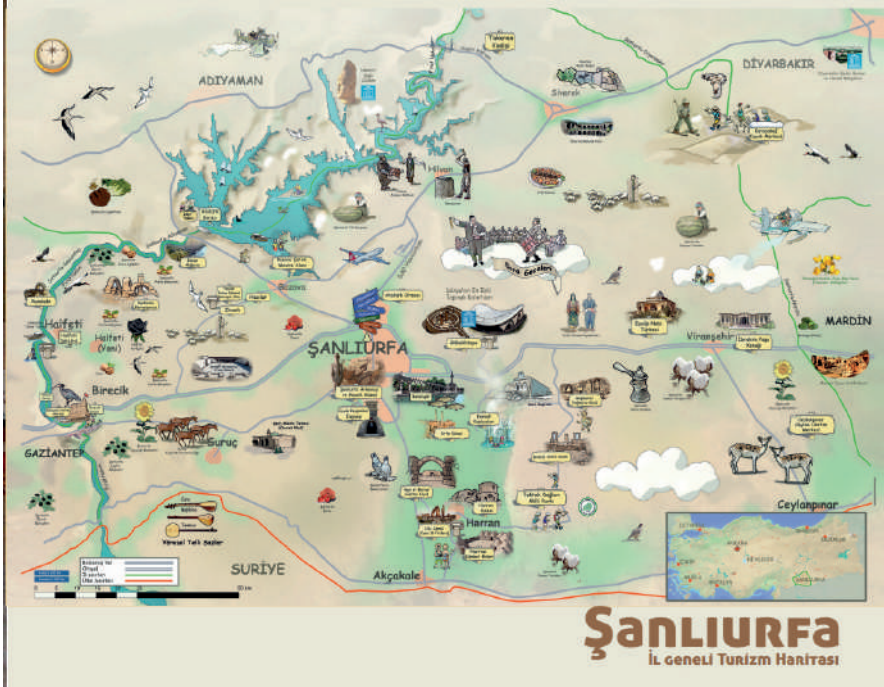
4.1.8.1. Şanlıurfa iline ilişkin tanıtıcı bilgiler

Göbeklitepe tarihin sıfır noktası, Birecik nesli yok olmakla karşı karşıya olan kelaynakların yurdu, Harran Ovası tarımın başlangıç noktası, Balıklıgöl Hz. İbrahim'in ateşe atılması ile ateşin suya dönüştüğüne inanılan göl ve nice güzellikler Şanlıurfa sınırları içindedir. Arkeolojik kazılar dünyanın en

eski yerleşim yerlerinden olduğunu göstermektedir. Ebu'l Ferec diğer bir deyişle, tarihçi, Nuh tufanı sonunda kurulan yedi yerleşim yerinin ilkinin Şanlıurfa olduğunu söylemektedir.

Göbeklitepe'de gerçekleşen kazılar insanlık tarihinin bilinenlerini değiştirerek yeniden yazılmasına neden olmuştur. Prehistorik çağlardan beri yerleşimin olduğu Şanlıurfa doğal olarak birçok ilkin de vatanıdır. İnsani boyutlardaki en eski heykel kabul edilen Balıklıgöl Heykeli 11.500 yaşındadır. Obsidyen gözleri ile "Urfa Adamı" Piramitlerden ve Stonehenge'den çok daha eskidir. Yüzyılın keşfi olan Göbeklitepe ise dinlerin, resmin, mimarinin, tarımın, hayvanları evcilleştirmenin tarihini baştan yazdırmaktadır (ŞURO, 2024).

Milli mücadele dönemindeki kahramanlıkları dolayısıyla TBMM tarafından "Şanlı" unvanı verilmiştir. Unvanı almadan önce Urfa isminin diğer bir deyişle "sulak yer" anlamındaki Urhai'den türediği düşünülmektedir. Büyük İskender'den sonra "Edessa" ismi Yunanistan'daki nehirlerden gelmektedir. Yunancadaki akarsuları güzel anlamındaki "Kallirhoe" ve Arapların Kallirhoe'den galat olarak kullandıkları Ruha'da isimleri Şanlıurfa için kullanılmıştır. Bu güzel kentin aldığı her isim su ile ilişkisini vurgulamaktadır (KTB, 2024).



Fotoğraf 4. Şanlıurfa İl Genel Haritası

➤ İklim

Şanlıurfa'nın iklimi sıcak ve ılımandır. Yağış kış aylarında daha fazladır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en kalabalık şehridir (Coğrafya, 2024).

➤ Bitki örtüsü

Şanlıurfa Güneydoğu Anadolu'da Orta Fırat'ta yer almaktadır. Topraklarının %60'ı ekili dikili alandan, %38'i çayır ve meralardan oluşmaktadır. Bozkır görüntüsüne karşın lale, menekşe, papatya, kuzukulağı ve semizotu gibi bitkiler barındırmaktadır. Güneydoğu Anadolu Sulama Projesi ile sulama imkânlarının artması Şanlıurfa'da tarımın gelişimine katkı sağlamıştır (Coğrafya, 2024).

➤ Kültür ve el sanatları

Şanlıurfa'nın geleneksel el sanatları günümüzde yok olmaya yaklaşmakla birlikte Gümrük Hanı ve çevresindeki hanlarda devam ettirilmeye çalışılmaktadır. Söz konusu el sanatları: abacılık, ağaç oymacılığı, bakırcılık, cülhacılık, (bez dokumacılığı), çulculuk (semercilik), dabbaklık, kazazlık (ipek işlemeciliği), keçecilik, kürkçülük, saraçlık, tarakçılık, taş süslemeciliği şeklinde sayılabilmektedir (Urfamız, 2024).

➤ Şanlıurfa mutfağı

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapan Şanlıurfa dini, kültürel, sosyal etkileşimlerden sentezlenen bir kültürel zenginliğe sahiptir. Bu zenginlik mutfağına da yansımıştır. Şanlıurfa mutfağı her kültürden ve milletten izler taşımaktadır.

Şanlıurfa mutfağı; salça, isot, çekçek, bastık, sucuk, kesme, sirke, nar pekmezi, zeytin, döğme, gül şurubu, tirit, çiğköfte, keşkek, şıllık, lebeni, borani gibi birbirinden güzel lezzetler sayılabilmektedir. Şanlıurfa mutfağının belirleyici maddelerinin et ve bulgur olarak kabul edildiği görülmektedir. Çeşitli köfte yemekleri, sebze yemekleri, et yemekleri ve kebablar mutfağın temelini oluşturmaktadır. Yaz aylarında ağırlık sebze yemekleri iken kış aylarında daha çok etli yemekler ön plana çıkmaktadır. Gastronomi turizmine artan talep ile Şanlıurfa önemli destinasyonlardan olmuştur (Çelik ve Aksoy, 2017 : 136).

➤ Tarihi yerler

Şanlıurfa İline ait başlıca tarihi yerleri Göbekli Tepe, Balıklı Göl ve Tarihi Harran Kümbet Evleri olarak sıralamak mümkündür.

a. Göbekli Tepe



Fotoğraf 5. Göbekli Tepe

Şanlıurfa'nın Örencik Köyü'ne yakın olan Göbekli tepe Höyüğü yapılan arkeolojik çalışmalar sonucunda tarihin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Karşılıklı konumlandırılan yüksek dikilitaşların üzerine insan, çeşitli hayvan ve semboller kabartılarak ya da oyularak işlenmiştir. Göbeklitepe yerleşim yeri olarak değil kült merkezinde kabul görmektedir. En erken kullanımının M.Ö. 9.600-7.300 yıllara diğer bir deyişle, çanak-çömlek olmayan Neolitik Çağ'ın A evresine uzandığı varsayılmaktadır (Aydoğdu, 2019:1-126).

b. Balıklı Göl



Fotoğraf 6. Balıklı Göl

Balıklı Göl şehrin güneybatısındadır. İslam inancında Hz. İbrahim'in ateşe atıldığında ateşin suya dönüşmesi ile oluşmuştur. 1970'li yıllara kadar yüzülürken bu tarihten sonra kutsal kabul edilerek yüzmek yasaklanmıştır. İçinde bulunan sazan balıklarını da yemek yasaklanmıştır. Bugünkü halini ise Mimar Behruz Çinici rehberliğinde Mimar Merih Karaaslan tasarlamıştır. 1992 yılında başlayan dergâh ve Balıklıgöl Çevre Düzenleme Projesi 2000 yılında tamamlanmıştır (Aydoğdu, 2019:1-126).

İslam'a göre; Hz. İbrahim Babil Hükümdarı zalim Nemrut ve halkını İslam'a davet edip putlarla savaşınca Nemrut günümüz Şanlıurfa Kalesinin olduğu tepeden Hz. İbrahim'i ateşe atar. Buna karşılık Allah (cc) ateşe: "Ey ateş, İbrahim'e karşı serin ve selamet ol" emrini verir. Bu emir ile ateş suya odunlar balığa dönüşür ve Hz. İbrahim bir gül bahçesine sağlıklı olarak düşer. Balıklı Göl İslam mitolojisi ile özdeşleşmiş olsa da Hristiyan ve Yahudi mitolojileri de mevcuttur (Aydoğdu, 2019:1-126).

c. Tarihi Harran Kümbet Evleri



Fotoğraf 7. Tarihi Kümbet Evleri

Prizmatik temel üzerine 150-200 yıl önce tuğla kullanılarak bindirme yöntemiyle inşa edilmiştir. Yapı harcı gül yağı, yumurta akı, saman ve pişmiş toprak içermektedir. Tuğla yapının dışı balçık ile sıvalı olduğu için bugüne kadar gelmiştir. Harran Kümbet Evleri 1979'da arkeolojik ve kentsel sit alanı kabul edilmiştir(Aydoğdu, 2019: 1-126).

Bulgular

Bu bölümde katılımcıların demografik ve tanıtıcı özelliklerine, profesyonel turist rehberliği (PTR) verimlilik algı ölçeğine ve araştırmadaki hipotezlere ait bulgulara yer verilmiştir.

5.1. Katılımcıların Demografik ve Tanıtıcı Özelliklerine Ait Bulgular

Araştırmaya katılan kişilerin demografik ve tanıtıcı özelliklerini ortaya koymak amacı ile katılımcılara çeşitli sorular yöneltilmiş ve yanıtlar tablolar halinde düzenlenmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine ait bulgular Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Cinsiyet ile ilgili bulgular

Cinsiyet	Frekans	Yüzde %
Erkek	305	79,4
Kadın	79	20,6
Toplam	384	100,0

Tablo 11’e göre, katılımcıların cinsiyetlerine bakıldığında; 305’i (%79,4) erkeklerden oluşurken, 79’u (%20,6) kadınlardan oluşmaktadır. GARO’ya ve ŞURO’ya kayıtlı rehberlerin cinsiyet ortalamasına bakıldığında da erkeklerin çoğunlukta olduğu söylenebilir. GARO’ya kayıtlı erkek turist rehberi sayısı 101 iken kadın turist rehberi sayısı 37’dir. ŞURO’ya kayıtlı erkek turist rehberi sayısı 99 iken kadın turist rehberi sayısı 39’dur. Türkiye geneline bakıldığında ise 3482 kadın rehber ve 6677 erkek rehber TUREB’e kayıtlıdır (TUREB, 2024).

Katılımcıların medeni durumlarına ait bulgular Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Medeni durum ile ilgili bulgular

Medeni Durum	Frekans	Yüzde %
Evli	230	59,9
Bekar	107	27,9
Diğer	47	12,2
Toplam	384	100,0

Tablo 12’ye göre, katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında; 230’unun (%59,9) evli, 107’sinin (%27,9) bekar ve 47’sinin (%12,2) diğer seçeneğini seçtikleri görülmüştür. Diğer seçeneğinde evlenip ayrılmış ya da eşini kaybetmiş şeklinde açılımı yapılabilmektedir.

Katılımcıların yaşlarına ait bulgular Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. Yaş ile ilgili bulgular

Yaş	Frekans	Yüzde %
40-50 Yaş	155	40,4
29-39 Yaş	103	26,8
18-28 Yaş	62	16,1
51-61 Yaş	51	13,3
62 + Yaş	13	3,4
Toplam	384	100,0

Tablo 13’e göre, katılımcıların %40,4’ü 40-50 yaş, %26,8’i 29-39 yaş, %16,1’i 18-28 yaş, %13,3’ü 51-61 yaş aralığında ve %3,4’ü 62 yaş ve üzerinden oluşmaktadır.

Katılımcıların eğitim durumlarına ait bulgular Tablo 14’e gösterilmiştir.

Tablo 14. Eğitim durumu ile ilgili bulgular

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde %
Lisans	214	55,7
Ön Lisans	107	27,9
Yüksek Lisans	56	14,6
Doktora	7	1,8
Toplam	384	100,0

Tablo 14'e göre, katılımcıların 214'ünün (%55,7) lisans, 107'sinin (%27,9) ön lisans, 56'sinin (%14,6) yüksek lisans ve 7'sinin (%1,8) doktora mezunu olduğu görülmüştür.

Katılımcıların mesleki tecrübe yıllarına ait bulgular Tablo 15'de gösterilmiştir.

Tablo 15. Profesyonel turist rehberliğinde mesleki tecrübe ile ilgili bulgular

Mesleki Tecrübe Yılı	Frekans	Yüzde %
1 Yıldan Az	21	5,5
1-5 Yıl	105	27,3
6-10 Yıl	164	42,7
11-15 Yıl	65	16,9
16 Yıl ve Üzeri	29	7,6
Toplam	384	100,0

Tablo 15'e göre, katılımcıların %42,7'sinin 6-10 yıl, %27,3'ünün 1-5 yıl, %16,9'unun, 11-15 yıl, %7,6'sının 16 yıl ve üzeri ile %5,5'inin 1 yıldan az mesleki tecrübeye sahip olduğu görülmüştür.

Katılımcıların yabancı dil becerilerine ait bulgular Tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 16. Yabancı dil becerilerine ait bulgular

Yabancı Dil	Frekans	Yüzde %
İngilizce	223	58,1
Almanca	82	21,4
Arapça	22	5,7
Rusça	20	5,2
Diğer	37	9,6
Toplam	384	100,0

Tablo 16'ya göre, katılımcıların 223'ü (%58,1) ile İngilizce ilk sırada yer alırken 82'si (%21,4) Almanca, 37'si (%9,6) diğer diller, 22'si (%5,7) Arapça ve 20'si (%5,2) Rusça olduğu görülmüştür.

Katılımcıların diğer yabancı dillerine ait bulgular Tablo 17'de gösterilmiştir.

Tablo 17. Diğer yabancı dili olanların bilgilerine ilişkin bulgular

Diğer Yabancı Dil	Frekans	Yüzde %
Farsça	15	3,8
İspanyolca	7	1,8
Fransızca	5	1,3
Endonezce	2	0,5
Çince	2	0,5
İtalyanca	2	0,5
Japonca	1	0,3
Macarca	1	0,3
İsveççe	1	0,3
Portekizce	1	0,3
Toplam	37	9,6

Katılımcıların 37'sinin ikinci bir yabancı dil bilgisine sahip oldukları görülmüştür (Tablo 14). Tablo 15'e göre, katılımcıların 15'inin (%3,8) Farsça, 7'sinin (%1,8) İspanyolca, 5'inin (%1,3) Fransızca, 2'sinin (%0,5) Endonezce, 2'sinin (%0,5) Çince, 2'sinin (%0,5) İtalyanca, 1'inin (%0,3) Japonca, 1'inin (%0,3) Macarca, 1'inin (%0,3) İsveççe, 1'inin (%0,3) Portekizce yabancı diline sahip olduğu görülmüştür.

Katılımcıların çalışma şekline ait bulgular Tablo 18'de gösterilmiştir.

Tablo 18. Profesyonel turist rehberliğinde çalışma şekline ilişkin bulgular

Çalışma Şekli	Frekans	Yüzde %
Serbest	241	62,8
Acenteye Bağlı	143	37,2
Toplam	384	100,0

Tablo 18'e göre, katılımcıların 241'inin (%62,8) serbest çalıştığı, 143'ünün (%37,2) ise acenteye bağlı olarak çalıştığı görülmüştür.

5.2. Profesyonel Turist Rehberi Verimlilik Algı Ölçeğine Ait Bulgular

Araştırmada kullanılan Profesyonel turist rehberi (PTR) verimlilik algı ölçeği'nin daha önceden belirlenen ölçek maddelerin boyutlarının

isimlendirme işlemi yapılmıştır. Boyutlara ait isimlendirme işlemi sonrası elde edilen verilerin faktör yük değerleri, Cronbach's Alpha değerleri, bileşik güvenilirlik ve ortalama varyans değerleri incelenmiştir. Tablo 19'da PTR verimlilik algı ölçeği bulguları gösterilmiştir.

Tablo 19. Ptr verimlilik algı ölçeği bulguları

PTR Verimlilik Algı Ölçeği	Faktör Yüğü	Cronbach's Alpha	Bileşik Güvenilirlik	Ortalama Varyans
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri		0,891	0,857	0,433
24.Mesleki birliktelik güven sağlar ve bu durum iş verimliliğini olumlu yönde etkiler.	0,774			
23.Meslektaşlarım arasında ortak paylaşım ve yardımlaşmanın yapılması iş verimliliğini artırır.	0,738			
21.Acentenin tur programlarını hazırlarken bana danışması iş verimliliğimi artırır.	0,728			
25.Bağlı olduğum odada etkin bir iletişim ağı bulunması iş verimliliğimi artırır.	0,680			
19.Tur programlarının bölgeyi bilmeyen kişilerce hazırlanması iş verimliliğimi düşürür.	0,612			
7.Bölgenin turizme hazır olması iş verimliliğimi olumlu etkiler.	0,606			
17.Grubun beklentilerini karşılırsam verimli bir turist rehberi olurum.	0,577			
6.Turist rehberi-Acente uyumu iş verimliliğinde önemlidir.	0,506			
Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar		0,860	0,942	0,669
12.Gruptakilerin tura katılma niyeti iş verimliliğimi etkiler.	0,761			
10.Grubun eğitim/kültür düzeyi iş verimliliğimi etkiler.	0,707			
11.Grubun sosyo-ekonomik statüsü iş verimliliğimi etkiler.	0,699			

PTR Verimlilik Algı Ölçeği	Faktör Yüğü	Cronbach's Alpha	Bileşik Güvenilirlik	Ortalama Varyans
4.Mesleğim sahip olduğum yeteneklerle bir şeyler yapabileme şansı verir.	0,618			
1.Mesleğimde bağımsız çalışma imkânının olması iş verimliliğimi artırır.	0,564			
İş Verimliliği		0,795	0,913	0,351
8.Mesleğimin kısa süreli ve düzensiz olması sebebiyle farklı arayışlar içindeyim.	0,723			
15.Grubun hakimiyetini sağlarsam verimli bir turist rehberi olurum.	0,692			
13.Grubun homojen/heterojen olması iş verimliliğimi etkilemez.	-0,686			
18.Grubun turdan memnun kalması verimli turist rehberiyile olur.	0,675			
Grup ve Rehber Talepleri		0,753	0,846	0,644
16.Grubun gereksinimlerini gideremezsem verimsiz bir turist rehberi olurum.	-0,766			
22.Bilgiyle sektörde ön plana çıkılması sebebiyle meslektaşlarım arasında şeffaf bir bilgi paylaşımı bulunmamaktadır.	-0,612			
20.Turun satılabilmesi için çok sayıda yer ziyaretinin kısa süreye sıkıştırılmaya çalışılması iş verimliliğimi etkilemez.	-0,554			
İş Güvencesi		0,756	0,958	0,606
26.Acentenin beklentilerini karşılayan turist rehberi verimlidir.	0,697			
9.Güvensiz ortamda mesleğime duyduğum sevgi ve isteğim azalmaktadır.	0,611			
5.Mesleğimdeki çalışma koşullarının zorluğu iş verimliliğimi azaltır.	0,512			

Tablo 19'a göre, "Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri" boyutunun maddelerine bakıldığında, faktör yükü 0,774 ile 0,506 aralığında olduğu görülmektedir. Cronbach Alpha (α)=0,891 olarak hesaplanmıştır. Bileşik Güvenirlik (CR: Composite Reliability) değeri 0,857 ve Ortalama Varyans (AVE: Average Variance Explained) değeri 0,433 olarak hesaplanmıştır.

"Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar" boyutunun maddelerine bakıldığında, faktör yükü 0,761 ile 0,564 aralığında olduğu görülmektedir. Cronbach Alpha (α)=0,860 olarak hesaplanmıştır. Bileşik Güvenirlik (CR: Composite Reliability) değeri 0,942 ve Ortalama Varyans (AVE: Average Variance Explained) değeri 0,669 olarak hesaplanmıştır.

"İş Verimliliği" boyutunun maddelerine bakıldığında faktör yükü 0,723 ile 0,675 aralığında olduğu görülmektedir. Cronbach Alpha (α)=0,795 olarak hesaplanmıştır. Bileşik Güvenirlik (CR: Composite Reliability) değeri 0,913 ve Ortalama Varyans (AVE: Average Variance Explained) değeri 0,351 olarak hesaplanmıştır.

"Grup ve Rehber Talepleri" boyutunun maddelerine bakıldığında faktör yükü 0,766 ile 0,554 aralığında olduğu görülmektedir.. Cronbach Alpha (α)=0,753 olarak hesaplanmıştır. Bileşik Güvenirlik (CR: Composite Reliability) değeri 0,846 ve Ortalama Varyans (AVE: Average Variance Explained) değeri 0,644 olarak hesaplanmıştır.

"İş Güvencesi" boyutunun maddelerine bakıldığında faktör yükü 0,697 ile 0,512 aralığında olduğu görülmektedir. Cronbach Alpha (α)=0,756 olarak hesaplanmıştır. Bileşik Güvenirlik (CR: Composite Reliability) değeri 0,958 ve Ortalama varyans (AVE: Average Variance Explained) değeri 0,606 olarak hesaplanmıştır.

5.3. Araştırmadaki Hipotezlere Ait Bulgular

Araştırmadaki hipotezlere ait bulgular; korelasyon analizleri, regresyon analizleri, T- Testi ve ANOVA analizlerinden oluşmaktadır.

5.3.1. Korelasyon Analizleri

Korelasyon testi iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini hesaplamada kullanılmaktadır. Pearson korelasyon katsayısı (r) +1 çıkması iki değişkenin arasında kuvvetli olumlu ilişkinin bulunduğunu, -1 ise kuvvetli olumsuz ilişkinin bulunduğunu gösterir. Korelasyon katsayısı 0'a yaklaştıkça ilişkinin kuvveti zayıflar, sıfır ise iki değişken arasında doğrusal bir ilişkinin olmadığını gösterir. (Şimşek, 2007: 97). Araştırmada tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup

ve rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik boyutlarının birbirleri ve kendi aralarında ilişkinin olup olmadığını ve ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla korelasyon testi yapılmıştır. Tablo 20’de değişkenler arası korelasyon analizi gösterilmiştir.

Tablo 20. Değişkenler arası korelasyon analizi

		TPMİ	GUMO	İŞV	GRT	İŞG	GV
TPMİ	Pearson Korelasyon Anlamlılık	1					
GUMO	Pearson Korelasyon Anlamlılık	,685** 0,000	1				
İŞV	Pearson Korelasyon Anlamlılık	,565** 0,000	,427** 0,000	1			
GRT	Pearson Korelasyon Anlamlılık	-,504** 0,000	-,556** 0,000	-,188** 0,000	1		
İŞG	Pearson Korelasyon Anlamlılık	,616** 0,000	,654** 0,000	,419** 0,000	-,513** 0,000	1	
GV	Pearson Korelasyon Anlamlılık	,741** 0,000	,696** 0,000	,772** 0,000	-,107** 0,000	,721** 0,000	1

* Tablo 18’deki kodlamaların isimleri şu şekildedir: TPMİ: Tur programları ve mesleki iş birlikleri, GUMO: Gubun uyumu ve mesleki olanaklar, İŞV: İş verimliliği, İŞG: İş güvencesi, GV: Genel verimlilik.

Tablo 20’ye göre değişkenler incelediğinde sırası ile; H_1 , H_2 , H_3 , H_4 ve H_5 hipotezleri kabul edilmiştir.

Tur programları ve mesleki işbirlikleri ile grup uyumu ve mesleki olanaklar ($r=0,685$), iş verimliliği ($r=0,565$), grup ve rehber talepleri ($r= -0,504$), iş güvencesi ($r=0,616$) ve genel verimlilik ($r=0,741$) değişkenleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). Grup ve rehber talepleri ile negatif yönlü ilişki görülürken diğer değişkenler ile pozitif yönlü ilişki görülmüştür. **Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilmiştir.** Diğer bir deyişle, katılımcıların tur programları ve mesleki işbirlikleri ile genel verimlilik değişkenleri pozitif

ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %54'tür.

Tur programları ve mesleki işbirlikleri ile grup uyumu ve mesleki olanaklar arasında pozitif ($r=0,685$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların tur programları ve mesleki işbirlikleri ile grup uyumu ve mesleki olanaklar değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %46'dır. Tur programları ve mesleki işbirlikleri ile iş verimliliği arasında pozitif ($r=0,565$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların tur programları ve mesleki işbirlikleri ile iş verimliliği değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %31'dir. Tur programları ve mesleki işbirlikleri ile grup ve rehber talepleri arasında negatif ($r= -0,504$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların tur programları ve mesleki işbirlikleri arttıkça grup ve rehber talepleri azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %25'tir. Tur programları ve mesleki işbirlikleri ile iş güvencesi arasında pozitif ($r=0,616$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların tur programları ve mesleki işbirlikleri ile iş güvencesi değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %37'dir. Tur programları ve mesleki işbirlikleri ile genel verimlilik arasında pozitif ($r=0,741$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. **Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilmiştir.** Diğer bir deyişle, katılımcıların tur programları ve mesleki işbirlikleri ile genel verimlilik değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %54'tür.

Grup uyumu ve mesleki olanaklar ile iş verimliliği ($r=0,427$), grup ve rehber talepleri ($r= -0,556$), iş güvencesi ($r=0,654$) ve genel verimlilik ($r=0,696$) değişkenleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). Grup ve rehber talepleri ile negatif yönlü ilişki görülürken diğer değişkenler ile pozitif yönlü ilişki görülmüştür. Dolayısıyla **H_2 hipotezi kabul edilmiştir.** Diğer bir deyişle, katılımcıların grup uyumu ve mesleki olanaklar ile genel verimlilik değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %48'dir.

Grup uyumu ve mesleki olanaklar ile iş verimliliği arasında pozitif ($r=0,427$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların grup uyumu ve mesleki olanaklar ile iş verimliliği değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %18'dir. Grup uyumu ve mesleki olanaklar ile grup ve rehber talepleri arasında negatif ($r=-0,556$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur.

Katılımcıların grup uyumu ve mesleki olanakları artarken grup ve rehber talepleri azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %30'dur. Grup uyumu ve mesleki olanaklar ile iş güvencesi arasında pozitif ($r=0,654$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların grup uyumu ve mesleki olanaklar ile iş güvencesi değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %42'dir. Grup uyumu ve mesleki olanaklar ile genel verimlilik arasında pozitif ($r=0,696$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla **H₂ hipotezi kabul edilmiştir**. Diğer bir deyişle, katılımcıların grup uyumu ve mesleki olanaklar ile genel verimlilik değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %48'dir.

İş verimliliği ile grup ve rehber talepleri ($r= -0,188$), iş güvencesi ($r= 0,419$) ve genel verimlilik ($r= 0,772$) değişkenleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). Grup ve rehber talepleri ile negatif yönlü ilişki görülürken diğer değişkenler ile pozitif yönlü ilişki görülmüştür. Dolayısıyla **H₃ hipotezi kabul edilmiştir**. Diğer bir deyişle, katılımcıların iş verimliliği ile genel verimlilik değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %59'dur.

İş verimliliği ile grup ve rehber talepleri arasında negatif ($r= -0,188$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların iş verimliliği artarken grup ve rehber talepleri azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %03'tür. İş verimliliği ile iş güvencesi arasında pozitif ($r= 0,419$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların iş verimliliği ile iş güvencesi değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %17'dir. İş verimliliği ile genel verimlilik arasında pozitif ($r= 0,772$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla **H₃ hipotezi kabul edilmiştir**. Diğer bir deyişle, katılımcıların iş verimliliği ile genel verimlilik değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %59'dur.

Grup ve rehber talepleri ile iş güvencesi ($r= -0,513$) ve genel verimlilik ($r= -0,107$) değişkenleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir ($p<0,05$). Değişkenler arasında negatif yönlü ilişki görülmektedir. Katılımcıların grup ve rehber talepleri arttıkça iş güvencesi ve genel verimlilik değişkenlerinde azalma olmaktadır. Dolayısıyla **H₄ hipotezi kabul edilmiştir**. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %01'dir.

Grup ve rehber talepleri ile iş güvencesi arasında negatif ($r= -0,513$) ve anlamlı ($p<0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların grup ve rehber

talepleri arttıkça iş güvencesi azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %26'dır. Grup ve rehber talepleri ile genel verimlilik arasında negatif ($r = -0,107$) ve anlamlı ($p < 0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla **H₄ hipotezi kabul edilmiştir**. Diğer bir deyişle, katılımcıların grup ve rehber talepleri arttıkça genel verimlilik azalmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %01'dir.

İş güvencesi ile genel verimlilik arasında pozitif ($r = 0,721$) ve anlamlı ($p < 0,05$) bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla **H₅ hipotezi kabul edilmiştir**. Diğer bir deyişle, katılımcıların iş güvencesi ile genel verimlilik değişkenleri pozitif ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %51'dir.

5.3.2. Regresyon Analizleri

Regresyon analizi, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmede kullanılmaktadır. Bağımlı değişkendeki değişimin bağımsız değişkenden kaynaklanan oranını yüzdelik olarak vermektedir. Bu oran için R² değeri baz alınmaktadır (Şimşek, 2007). Araştırmada tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi boyutlarının kendi aralarında ilişkisinin olup olmadığını ve ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla regresyon testi yapılmıştır.

Tablo 21'de tur programları ve mesleki işbirliğinin ve iş verimliliğinin grubun uyumu ve mesleki olanaklarına etkisi gösterilmiştir.

Tablo 21. Tur programları ve mesleki işbirliğinin ve iş verimliliğinin grubun uyumu ve mesleki olanaklarına etkisi

Bağımsız Değişkenler	Std. Hata	Standardize Beta	t	p	R	Düzeltilmiş R ²
Sabit Değer	0,203	0,450	3,525	0,000	0,687	0,469
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	0,054	0,652	14,432	0,000		
İş Verimliliği	0,041	0,058	1,291	0,197		

Tablo 21'e göre, kurulan regresyon modeli p değerlerine bakıldığında, istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç çıkmıştır. Regresyon modelinin R kare değeri 0,469 olup model anlamlıdır. ($p = 0,000$ ve $F = 169,818$). Tur programları ve mesleki işbirliği katsayısı (beta) = 0,652 ve iş verimliliği katsayısı (beta) = 0,058 hesaplanmıştır. Regresyon denkleminde yer alan

bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni % 46,9 oranında açıklamaktadır. **H₆ hipotezi:** Tur programları ve mesleki işbirliklerinin grup uyumu ve mesleki olanaklar üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu hesaplanmıştır. **H₆ hipotezi kabul edilmiştir.** **H₇ hipotezi:** iş verimliliğinin grup uyumu ve mesleki olanaklar üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu hesaplanmıştır. **H₇ hipotezi kabul edilmiştir.**

Tablo 22'de tur programları ve mesleki işbirliğinin ve grup uyumu ve mesleki olanakların iş verimliliğine etkisi gösterilmiştir.

Tablo 22. Tur programları ve mesleki işbirliğinin ve grup uyumu ve mesleki olanakların iş verimliliğine etkisi

Bağımsız Değişkenler	Std. Hata	Standardize Beta	t	p	R	Düzeltilmiş R2
Sabit Değer	0,254	0,305	1,614	0,000	0,568	0,319
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	0,076	0,514	8,889	0,000		
Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar	0,082	0,075	1,291	0,197		

Tablo 22'ye göre, kurulan regresyon modeli p değerlerine bakıldığında, anlamlı çıkmıştır. Regresyon modelinin R kare değeri 0,319 olup model anlamlıdır. (p=0,000 ve F=90,773). Tur programları ve mesleki işbirliği katsayısı (beta=0,514 ve grup uyumu ve mesleki olanaklar katsayısı (beta=0,075) hesaplanmıştır. Regresyon denkleminde yer alan bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni % 31,9 oranında açıklamaktadır. **H₈ hipotezi:** Tur programları ve mesleki işbirliklerinin iş verimliliği üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu bulunmuştur. **H₈ hipotezi kabul edilmiştir.** **H₉ hipotezi:** Grup uyumu ve mesleki olanakların iş verimliliği üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu bulunmuştur. **H₉ hipotezi kabul edilmiştir.**

Tablo 23'de tur programları ve mesleki işbirliğinin ve grup uyumu ve mesleki olanakların grup ve rehber taleplerine etkisi gösterilmiştir.

Tablo 23. Tur programları ve mesleki işbirliğinin ve grup uyumu ve mesleki olanakların grup ve rehber taleplerine etkisi

Bağımsız Değişkenler	Std. Hata	Standardize Beta	t	p	R	Düzeltilmiş R2
Sabit Değer	0,343	-0,110	18,865	0,000	0,581	0,334
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	0,103	-0,231	-4,038	0,000		
Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar	0,086	-0,398	-6,954	0,000		

Tablo 23'e göre, kurulan regresyon modeli p değerlerine bakıldığında, anlamlı çıkmıştır. Regresyon modelinin R kare değeri 0,334 olup model anlamlıdır. ($p=0,000$ ve $F=97,098$). Tur programları ve mesleki işbirliği katsayısı (beta= -0,231) ve grup uyumu ve mesleki olanaklar katsayısı (beta= -0,398) hesaplanmıştır. Regresyon denkleminde yer alan bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni % 33,4 oranında açıklamaktadır. **H₁₀ hipotezi:** Tur programları ve mesleki işbirliklerinin grup ve rehber talepleri üzerinde negatif ama anlamlı etkiye sahip olduğu bulunmuştur. **H₁₀ hipotezi kabul edilmiştir.** **H₁₁ hipotezi:** Grup uyumu ve mesleki olanakların grup ve rehber talepleri üzerinde negatif ama anlamlı etkiye sahip olduğu bulunmuştur. **H₁₁ hipotezi kabul edilmiştir.**

Tablo 24' de tur programları ve mesleki işbirliğinin, grup uyumu ve mesleki olanakların, iş verimliliğinin, grup ve rehber taleplerinin iş güvencesine etkileri gösterilmiştir.

Tablo 24. Tur programları ve mesleki işbirliğinin, grup uyumu ve mesleki olanakların, iş verimliliğinin, grup ve rehber taleplerinin iş güvencesine etkileri

Bağımsız Değişkenler	Std. Hata	Standardize Beta	t	p	R	Düzeltilmiş R2
Sabit Değer	0,336	0,190	2,410	0,000	0,712	0,502
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	0,082	0,217	3,867	0,000		
Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar	0,064	0,355	6,706	0,000		
İş Verimliliği	0,049	0,110	2,477	0,014		
Grup ve Rehber Talepleri	0,036	-0,185	-4,127	0,000		

Tablo 24'e göre, kurulan regresyon modeli p değerlerine bakıldığında, anlamlı çıkmıştır. Regresyon modelinin R kare değeri 0,502 olup model anlamlı çıkmıştır. ($p=0,000$ ve $F=97,504$). Tur programları ve mesleki işbirliği katsayısı ($\beta=0,217$) grup uyumu ve mesleki olanaklar katsayısı ($\beta=0,355$) iş verimliliği katsayısı ($\beta=0,110$) grup ve rehber talepleri katsayısı ($\beta=-0,185$) hesaplanmıştır. Regresyon denkleminde yer alan bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni % 50,2 oranında açıklamaktadır. **H₁₂ hipotezi:** Tur programları ve mesleki işbirliklerinin iş güvencesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu hesaplanmıştır. **H₁₂ hipotezi kabul edilmiştir.** **H₁₃ hipotezi:** Grup uyumu ve mesleki olanakların iş güvencesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu hesaplanmıştır. **H₁₃ hipotezi kabul edilmiştir.** **H₁₄ hipotezi:** İş verimliliğinin iş güvencesi üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu hesaplanmıştır. **H₁₄ hipotezi kabul edilmiştir.** **H₁₅ hipotezi:** Grup ve rehber taleplerinin iş güvencesi üzerinde negatif ama anlamlı etkisi olduğu hesaplanmıştır. **H₁₅ hipotezi kabul edilmiştir.**

5.3.3. T-Testi

İki değişken arasındaki farkın istatistiksel manidarlığını test etmek için kullanılan parametrik bir tekniktir. T- Testinde sadece iki ortalama karşılaştırılabilir (Tavşancıl, 2024). Araştırmada katılımcıların demografik-tanıtıcı özelliklerinin ifadelerine yönelik algı farklarını belirlemek amacıyla T-Testi yapılmıştır. Tablo 25'te katılımcıların cinsiyetine göre ifadelere yönelik algı farkları gösterilmiştir.

Tablo 25. Katılımcıların cinsiyetine göre ifadelere yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *		F	p**	Farklılık Olan Gruplar
	Kadın	Erkek			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,4279	4,4766	0,376	0,463	Anlamlı farklılık yoktur
Grubun Uyumu ve Mesleki Olanaklar	4,2282	4,4734	5,669	0,008	Anlamlı farklılık vardır
İş Verimliliği	3,6410	3,8279	11,561	0,055	Anlamlı farklılık yoktur
Grup ve Rehber Talepleri	2,1410	1,9475	0,013	0,105	Anlamlı farklılık yoktur
İş Güvencesi	4,1453	4,3366	0,430	0,048	Anlamlı farklılık vardır
Verimlilik Genel	3,7167	3,8124	6,015	0,061	Anlamlı farklılık yoktur

**Erkek (n:305), Kadın (n:78); ** p<0,05;*

Tablo 25'e göre tur programları ve mesleki işbirliği, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, genel verimlilik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p < 0,05$). Grup uyumu ve mesleki olanaklar ve İş güvencesi cinsiyete göre incelendiğinde anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Ortalama değerler incelendiğinde erkeklerin grup uyumu ve mesleki olanak değerleri kadınlardan anlamlı olarak daha yüksektir. **H₁₆ hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 26'da katılımcıların medeni durumuna göre ifadelerine yönelik algı farkları gösterilmiştir.

Tablo 26. Katılımcıların medeni durumuna göre ifadelerine yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *		F	p**	Farklılık Olan Gruplar
	Evli	Bekar			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,4495	4,4638	1,608	0,818	Anlamlı farklılık yoktur
Grup Uyumu ve Mesleki Olanakları	4,444	4,309	40,272	0,098	Anlamlı farklılık yoktur
İş Verimliliği	3,7391	3,8879	9,715	0,048	Anlamlı farklılık vardır
Grup ve Rehber Talepleri	1,9971	2,0966	9,703	0,400	Anlamlı farklılık yoktur
İş Güvencesi	4,3377	4,1869	14,163	0,118	Anlamlı farklılık yoktur
Verimlilik Genel	3,7935	3,7872	0,252	0,882	Anlamlı farklılık yoktur

**Evli (n:230), Bekar (n:107); ** $p < 0,05$*

Tablo 26'ya göre, tur programları ve mesleki işbirliği, grup uyumu ve mesleki olanaklar, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi, genel verimlilik medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p < 0,05$).

İş verimliliği medeni duruma göre farklılık göstermektedir ($p < 0,05$). Medeni duruma göre iş güvencesi değerlerinde bekarların iş verimliliği değerlerinin evlilerden anlamlı olarak daha yüksektir olduğu görülmüştür. Genel verimlilik ve medeni durum arasında anlamlı bir farklılık olmadığı için **H₁₇ hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 27. Katılımcıların çalışma şekline göre ifadelere yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *		F	p**	Farklılık Olan Gruplar
	Serbest	Acente			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,4352	4,5184	1,231	0,131	Anlamli farklılık yoktur
Grup Uyumu ve Mesleki Olanakları	4,4307	4,4070	15,232	0,736	Anlamli farklılık yoktur
İş Verimliliği	3,7718	3,8199	3,749	0,507	Anlamli farklılık yoktur
Grup ve Rehber Talepleri	2,0816	1,8322	0,127	0,012	Anlamli farklılık vardır
İş Güvencesi	4,2573	4,3590	1,606	0,207	Anlamli farklılık yoktur
Verimlilik Genel	3,7953	3,7873	0,061	0,833	Anlamli farklılık yoktur

*Serbest (n:241), Acenteye Bağlı(n:143); ** $p < 0,05$

Tablo 27'ye göre, tur programları ve mesleki işbirliği, grup uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, iş güvencesi, genel verimlilik çalışma şekline göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p < 0,05$). Grup ve rehber taleplerini çalışma şekline göre incelendiğinde birbirinden anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir $p < 0,05$. Serbest çalışanları grup ve rehber talepleri değerleri acenteye bağlı çalışanlardan anlamlı olarak daha yüksektir. H_{18} hipotezi reddedilmiştir.

5.3.4. ANOVA Analizleri

One-way ANOVA Testi ya da tek yönlü varyans analizi, bağımsız grupların ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır (Şimşek, 2007: 101). Araştırmada katılımcıların yaş grupları, eğitim durumları, mesleki tecrübe yılı, yabancı dil bilgisine göre algı farklarını belirlemek amacıyla ANOVA analizleri yapılmıştır.

Tablo 28'de katılımcıların yaşlarına göre ifadelere yönelik algı farkları gösterilmiştir.

Tablo 28. Katılımcuların yaşlarına göre ifadelere yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *					F	P**	Farklılık Olan Gruplar
	18-28 Yaş	29-39 Yaş	40-50 Yaş	51-61 Yaş	62+ Yaş			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,7198	4,4066	4,3839	4,5123	4,5288	5,339	0,000	18-28 ve 29-39 18-28 ve 40-50
Grubun Uyumu ve Mesleki Olanak	4,5903	4,2893	4,4116	4,4902	4,5231	2,546	0,039	18-28 ve 29-39
İş Verimliliği	4,1089	3,7451	3,6210	3,9706	3,9231	7,265	0,000	18-28 ve 29-39 18-28 ve 40-50 40-50 ve 51-61
Grup ve Rehber Talepleri	1,6935	2,0615	2,0452	2,0327	1,9744	1,872	0,115	Anlamli farklılık yoktur
İş Güvencesi	4,5215	4,1780	4,3021	4,2876	4,0769	2,277	0,061	Anlamli farklılık yoktur
Verimlilik Genel	3,9268	3,7361	3,7530	3,8587	3,8053	3,787	0,005	18-28 ve 29-39 18-28 ve 40-50

*18-28 Yaş (n:62), 29-39 Yaş (n:103), 40-50 Yaş (n:155), 51-61 Yaş (n:51), 62+ yaş (n:13); ** $p < 0,05$

Tablo 28'e göre, tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik gibi değişkenler yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir. H_{19} hipotezi kabul edilmiştir.

Tur programları ve mesleki işbirlikleri yaş farkına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 18-28 yaş ve 29-39 yaş, 18-28 yaş ve 40-50 yaş grupları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 40-50 yaş arası tur programları ve mesleki işbirlikleri değeri en yüksektir. 18-28 yaş aralığının değeri en düşüktür. Grup uyumu ve mesleki olanaklar yaş farkına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 18-28 yaş ve 29-39 yaş grupları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 29-39 yaş arası grup uyumu ve mesleki olanaklar değeri en yüksektir. 18-28 yaş aralığının değeri en düşüktür. İş verimliliği yaş farkına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 18-28 yaş ve 29-39 yaş, 18-28

yaş ve 40-50 yaş, 40-50 yaş ve 51-61 yaş grupları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 40-50 yaş arası iş verimliliği değeri en yüksektir. 18-28 yaş aralığının değeri en düşüktür. Grup ve rehber talepleri değişkeni yaşa göre anlamlı farklılık göstermemektedir. p (0,115) hesaplanmıştır. Yaş grupları arasında grup ve rehber talepleri anlamlı farklılık göstermemektedir. Bu yüzden istatistiksel olarak önemli değildir. İş güvencesi değişkeni yaşa göre anlamlı farklılık göstermemektedir. p (0,061) hesaplanmıştır. Yaş grupları arasında iş güvencesi anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucunda ise 18-28 yaş ve 29-39 yaş grupları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 29-39 yaş arası iş güvencesi değeri en yüksektir. 18-28 yaş aralığının değeri en düşüktür. Genel verimliliği yaş farkına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 18-28 yaş ve 29-39 yaş, 18-28 yaş ve 40-50 yaş grupları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 29-39 yaş arası genel verimlilik değeri en yüksektir. 18-28 yaş aralığının değeri en düşüktür.

Tablo 29'da katılımcıların eğitim durumuna göre ifadelerle yönelik algı farkları gösterilmiştir.

Tablo 29. Katılımcıların eğitim durumuna göre ifadelerle yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *				F	P**	Farklılık Olan Gruplar
	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,4346	4,4690	4,4933	4,6429	0,449	0,718	Anlamlı farklılık yoktur
Grup Uyumu ve Mesleki Olanakları	4,4037	4,4393	4,4250	4,1429	0,543	0,653	Anlamlı farklılık yoktur
İş Verimliliği	3,7336	3,8026	3,8482	3,7857	0,397	0,755	Anlamlı farklılık yoktur
Grup ve Rehber Talepleri	2,0467	1,9595	1,9345	2,4286	0,778	0,507	Anlamlı farklılık yoktur
İş Güvencesi	4,2773	4,3240	4,1845	4,5714	0,820	0,483	Anlamlı farklılık yoktur
Verimlilik Genel	3,7792	3,7989	3,7771	3,9143	0,369	0,775	Anlamlı farklılık yoktur

*Ön Lisans (n:107), Lisans (n:214), Yüksek Lisans (n:56), Doktora (n:7); p<0,05

Tablo 29'a göre, tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik gibi değişkenler eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermemektedir. **H_{20} hipotezi kabul reddedilmiştir.**

Tur programları ve mesleki işbirlikleri ve eğitim durumu arasında anlamlı farklılık yoktur. $p(0,718)$ hesaplanmıştır. Eğitim durumu tur programları ve mesleki işbirlikleri üzerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucuna göre eğitim durumu tur programları ve mesleki iş birlikleri ile anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermemektedir. Grubun uyumu ve mesleki olanaklar ile eğitim durumu arasında anlamlı farklılık yoktur. $P(0,653)$ hesaplanmıştır. Eğitim durumu grubun uyumu ve mesleki olanaklar üzerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucuna göre de anlamlı farklılık göstermemektedir. İş verimliliği ve eğitim durumu arasında anlamlı farklılık yoktur. $P(0,755)$ hesaplanmıştır. Eğitim durumu iş verimliliği üzerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucuna göre de anlamlı farklılık göstermemektedir. Grup ve rehber talepleri ile eğitim durumu arasında anlamlı farklılık yoktur. $p(0,507)$ hesaplanmıştır. Eğitim durumu grup ve rehber talepleri üzerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucuna göre de anlamlı farklılık göstermemektedir. İş güvencesi ve eğitim durumu arasında anlamlı farklılık yoktur. $p(0,483)$ hesaplanmıştır. Eğitim durumu iş güvencesi üzerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucuna göre de anlamlı farklılık göstermemektedir. Genel verimlilik ve eğitim durumu arasında anlamlı farklılık yoktur. $p(0,775)$ hesaplanmıştır. Eğitim durumu genel verimlilik üzerinde anlamlı farklılık göstermemektedir. TUKEY Testi sonucuna göre de anlamlı farklılık göstermemektedir.

Tablo 30'da katılımcıların mesleki tecrübe yılına göre ifadelere yönelik algı farkları gösterilmiştir.

Tablo 30. Katılımcıların mesleki tecrübe yılına göre ifadelere yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *					F	P**	Farklılık Olan Gruplar
	1 Yıldan Az	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16 Yıl ve Üzeri			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,0476	4,5714	4,4360	4,4327	4,6336	5,660	0,000	-1 ile 1-5 yıl, 6-10 yıl, 11-15 yıl ve +16 yıl arasında anlamlı farklılık vardır
Grup Uyumu ve Mesleki Olanaklar	3,7333	4,4038	4,4951	4,4215	4,5724	7,821	0,000	-1 ile 1-5 yıl, 6-10 yıl, 11-15 yıl ve +16 yıl arasında anlamlı farklılık vardır
İş Verimliliği	3,8571	3,8833	3,7119	3,7000	4,0431	2,368	0,052	Anlamlı farklılık yoktur
Grup ve Rehber Talepleri	2,8730	1,9429	1,8415	2,0718	2,1609	6,447	0,000	-1 ile 1-5 yıl, 6-10 yıl, 11-15 yıl arasında anlamlı farklılık vardır
İş Güvencesi	3,4603	4,3333	4,3984	4,2718	4,2299	7,684	0,000	-1 ile 1-5 yıl, 6-10 yıl, 11-15 yıl ve +16 yıl arasında anlamlı farklılık vardır
Verimlilik Genel	3,5943	3,8270	3,7766	3,7796	3,9280	3,013	0,018	-1 ve +16 yıl arasında anlamlı farklılık vardır

*1 Yıldan Az (n:21), 1-5 Yıl (n:105), 6-10 Yıl (n:164), 11-15 Yıl (n:65), 16 Yıl ve Üzeri (n:29); ** p<0,05

Tablo 30'a göre, tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik gibi değişkenler meslekteki tecrübe yılına göre farklılık göstermektedir. H_{21} hipotezi kabul edilmiştir.

Tur programları ve mesleki işbirlikleri, meslekteki tecrübe yılına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 1 yıldan az ve 1-5 yıl, 1 yıldan az ve 6-10 yıl, 1 yıldan az ve 11-15 yıl, 1 yıldan az ve 16 yıl ve üzeri meslekteki tecrübe yılları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 16 yıl ve üzeri tur programları ve mesleki işbirliği değeri en yüksektir. 1 yıldan az mesleki tecrübenin değeri en düşüktür. Grubun

uyumu ve mesleki olanaklar, meslekteki tecrübe yılına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 1 yıldan az ve 1-5 yıl, 1 yıldan az ve 6-10 yıl, 1 yıldan az ve 11-15 yıl, 1 yıldan az ve 16 yıl ve üzeri meslekteki tecrübe yılları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 16 yıl ve üzeri grubun uyumu ve mesleki olanaklar değeri en yüksektir. 1 yıldan az mesleki tecrübenin değeri en düşüktür. İş verimliliği değışkeni meslekteki tecrübe yılına göre anlamlı farklılık göstermemektedir. p değeri 0,05'ten büyüktür $p(0,052)$. Mesleki tecrübe yılları arasında iş verimliliği anlamlı farklılık göstermemektedir. Bu yüzden istatistiksel olarak önemli değildir. Grup ve rehber talepleri, meslekteki tecrübe yılına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 1 yıldan az ve 1-5 yıl, 1 yıldan az ve 6-10 yıl, 1 yıldan az ve 11-15 yıl meslekteki tecrübe yılları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 6-10 yıl grup ve rehber talepleri değeri en yüksektir. İş güvencesi, meslekteki tecrübe yılına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda 1 yıldan az ve 1-5 yıl, 1 yıldan az ve 6-10 yıl, 1 yıldan az ve 11-15 yıl, 1 yıldan az ve 16 yıl ve üzeri meslekteki tecrübe yılları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 6-10 yıl iş güvencesi değeri en yüksektir. Genel verimlilik, meslekteki tecrübe yılına göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda yıldan az ve 16 yıl ve üzeri meslekteki tecrübe yılları anlamlı olarak birbirinden farklılık göstermektedir. 16 yıl ve üzeri genel verimlilik değeri en yüksektir. 1 yıldan az mesleki tecrübenin değeri en düşüktür.

Tablo 31'de katılımcıların yabancı dil bilgisine göre ifadelerle yönelik algı farkları gösterilmiştir.

Tablo 31. Katılımcuların yabancı dil bilgisine göre ifadelere yönelik algı farkları

Değişkenler	Gruplar *					F	P**	Farklılık Olan Gruplar
	İngilizce	Almanca	Arapça	Rusça	Diğer			
Tur Programları ve Mesleki İşbirlikleri	4,5056	4,6921	3,8409	4,2000	4,2432	17,667	0,000	Anlamlı farklılık vardır
Grup Uyumu ve Mesleki Olanaları	4,4386	4,7293	3,7182	4,0700	4,2486	16,387	0,000	Anlamlı farklılık vardır
İş Verimliliği	3,8868	4,0457	3,3068	3,4375	3,1149	20,409	0,000	Anlamlı farklılık vardır
Grup ve Rehber Talepleri	1,9970	1,5854	3,0606	2,2667	2,0450	12,841	0,000	Anlamlı farklılık vardır
İş Güvencesi	4,2436	4,6707	3,8485	4,1167	4,1351	8,404	0,000	Anlamlı farklılık vardır
Verimlilik Genel	3,8143	3,9446	3,5550	3,6182	3,5574	12,731	0,000	Anlamlı farklılık vardır

*İngilizce (n:223), Almanca (n:82), Arapça (n:22), Rusça (n:20), Diğer (n:37); **
p<0,05

Tablo 31'e göre, tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik gibi değişkenler yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. **H₂₂ hipotezi kabul edilmiştir.**

Tur programları ve mesleki işbirlikleri, yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda İngilizcenin Almanca, Arapça ve diğer ile; Almancanın İngilizce, Arapça, Rusça ve diğer ile; Arapçanın İngilizce, Almanca ve diğer ile; Rusçanın Almanca ile; Diğer dillerin İngilizce, Almanca ve Arapça ile aralarında anlamlı olarak birbirinden farklılık görülmektedir. Grubun uyumu ve mesleki olanaklar, yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda İngilizcenin Almanca ve Arapça ile; Almancanın İngilizce, Arapça, Rusça ve diğer ile;

Arapçanın İngilizce, Almanca ve diğer ile; Rusçanın Almanca ile; Diğer dillerin İngilizce, Almanca ve Arapça ile aralarında anlamlı olarak birbirinden farklılık görülmektedir. İş verimliliği değişkeni yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda İngilizcenin Arapça, Rusça ve diğer ile; Almancanın Arapça, Rusça ve diğer ile; Arapçanın İngilizce, Almanca ile; Rusçanın İngilizce ve Almanca ile; Diğer dillerin İngilizce ve Almanca ile aralarında anlamlı olarak birbirinden farklılık görülmektedir. Grup ve rehber talepleri değişkeni yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda İngilizcenin Almanca ve Arapça ile; Almancanın İngilizce, Arapça ve Rusça ile; Arapçanın İngilizce, Almanca, Rusça ve diğer ile; Rusçanın Almanca ve Arapça ile; Diğer dillerin Arapça ile aralarında anlamlı olarak birbirinden farklılık görülmektedir. İş güvencesi, yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda İngilizcenin Almanca ile; Almancanın İngilizce, Arapça, Rusça ve diğer ile; Arapçanın Almanca ile; Rusçanın Almanca ile; Diğer dillerin Almanca ile aralarında anlamlı olarak birbirinden farklılık görülmektedir. Genel verimlilik, yabancı dile göre anlamlı farklılık göstermektedir. TUKEY Testi sonucunda İngilizcenin Almanca, Arapça ve diğer ile; Almancanın İngilizce, Arapça, Rusça ve diğer ile; Arapçanın İngilizce ve Almanca ile; Rusçanın Almanca ile; Diğer dillerin İngilizce ve Almanca ile aralarında anlamlı olarak birbirinden farklılık görülmektedir.

Tablo 32'de araştırma hipotezlerinin sonuçları toplu bir şekilde gösterilmiştir.

Tablo 32. Araştırma hipotezlerinin sonuçları

Hipotez No	Hipotezler	Sonuç
1	H₁ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin bağlı olarak çalıştıkları tur programları ve mesleki işbirlikleri ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
2	H₂ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin grubun uyumu ve mesleki olanakları ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
3	H₃ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin iş verimlilikleri ile verimlilik değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
4	H₄ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin grup ve rehber talepleri ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
5	H₅ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist iş güvencesi ile verimlilikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.	KABUL
6	H₆ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklarını istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
7	H₇ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin iş verimlilikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklarını istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
8	H₈ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, iş verimliliklerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
9	H₉ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin gruba uyumu ve mesleki olanakları, iş verimliliklerini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
10	H₁₀ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, grup ve rehber taleplerini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL

Hipotez No	Hipotezler	Sonuç
11	H ₁₁ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin gruba uyumu ve mesleki olanakları, grup ve rehber taleplerini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
12	H ₁₂ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin tur programları ve mesleki işbirlikleri, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
13	H ₁₃ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin gruba uyumu ve mesleki olanakları, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
14	H ₁₄ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin iş verimlilikleri, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
15	H ₁₅ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin grup ve rehber talepleri, iş güvencesini istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	KABUL
16	H ₁₆ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin cinsiyetleri ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	RED
17	H ₁₇ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin medeni durumları ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	RED
18	H ₁₈ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin çalışma şekli ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	RED
19	H ₁₉ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin yaşları ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
20	H ₂₀ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin eğitim durumu ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	RED
21	H ₂₁ : GARO ve ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin mesleki tecrübe yılı ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL
22	H ₂₂ : ŞURO'ya kayıtlı olarak hizmet veren bölgesel profesyonel turist rehberlerinin anlaştığı yabancı dil becerisi ile verimlilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.	KABUL

Tablo 32'ye göre, araştırma hipotezlerinin 4'ünün desteklenmediği, 18'inin ise desteklendiği görülmüştür. Katılımcıların demografik- tanıtıcı özelliklerin cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve çalışma şeklinin verimliliği etkilemediği görülmüş ve H_{16} , H_{17} , H_{18} ve H_{20} hipotezleri reddedilmiştir. H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_6 , H_7 , H_8 , H_9 , H_{10} , H_{11} , H_{12} , H_{13} , H_{14} , H_{15} , H_{19} , H_{21} ve H_{22} hipotezleri kabul edilmiştir. Farklı destinasyon bölgesinde konuya ilişkin yapılacak araştırmaların farklı sonuçlar verebileceği düşünülmektedir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu bölümde, sonucun ardından tartışma ve önerilere yer verilmiştir.

6.1. Sonuç

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar şunlardır:

Turist rehberlerinin verimliliğini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla PTR verimlilik algı ölçeği kullanılmıştır. PTR verimlilik algı ölçeği 5 alt boyut olarak incelenmiştir. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği yapıp, keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Ardından doğrulayıcı faktör analizi yapılarak ölçeğin geçerliliği ve güveninirliği kabul edilmiştir. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi kabul ölçütlerine göre, veri değerlerinin kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmüştür. Araştırmanın PTR verimlilik algı ölçeği alt boyutları; tur programları ve mesleki işbirlikleri, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup ve rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik olarak oluşturulmuştur.

Araştırmadaki bulgulardan hareketle, profesyonel turist rehberlerinin verimlilik düzeyinin; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, mesleki tecrübe yılı, yabancı dil bilgisi ve çalışma şekli gibi faktörlerden etkilendiği tespit edilmiştir. Araştırmada katılımcıların %79,4'ü erkeklerden oluşurken %20,6 kadınlardan oluşmaktadır. Bu durumun GARO ve ŞURO' ya kayıtlı rehberlerin çoğunluğunun erkeklerden oluşmasına bağlı olduğu söylenebilir. Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezlerin analiz sonuçları incelenmiştir. Profesyonel turist rehberlerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, çalışma şekli, yabancı dil bilgisi gibi demografik değişkenleri verimliliklerini olumlu olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadaki PTR verimlilik algısı ölçeği alt boyutları cinsiyete göre değerlendirildiğinde, grubun uyumu ve mesleki olanaklar ile iş güvencesi alt boyutlarında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Erkek turist rehberlerin kadın turist rehberlere göre grubun uyumu-mesleki olanaklara ve iş güvencesine daha olumlu olduğu görülmektedir. Diğer dört alt boyutta istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür.

Profesyonel turist rehberlerinin verimlilikleri medeni duruma göre değerlendirildiğinde, sadece iş verimliliği alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Bekar turist rehberlerin evli turist rehberlerine göre iş verimliliklerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Diğer alt boyutlarda medeni duruma göre farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Çalışma şekline göre ise sadece grup ve rehber talepleri alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Serbest olarak çalışmanın grup-rehber taleplerinde acenteye bağlı olarak çalışmaya göre daha olumlu olduğu görülmüştür. Diğer alt boyutlar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Profesyonel turist rehberlerinin verimlilikleri yaşa göre bakıldığında, tur programları ve mesleki işbirliğinde 18-28 yaş grubunun daha olumlu olduğu görülmüştür. Grubun uyumu ve mesleki olanakların 18-28 yaş grubunda daha fazla olduğu görülmüştür. İş verimliliğinin 18-28 yaş grubunda daha fazla olduğu görülmüştür. Grup ve rehber talepleri alt boyutunda anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. İş güvencesi alt boyutunda anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Genel verimlilik alt boyutunu incelendiğinde 18-28 yaş grubunun genel verimliliğinin daha fazla olduğu görülmüştür.

Profesyonel turist rehberlerinin verimlilikleri, eğitim durumuna göre incelendiğinde, eğitim durumu ile verimlilik arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Profesyonel turist rehberlerinin verimlilikleri meslekteki tecrübe yılına göre PTR verimlilik ölçeği alt boyutlarını incelendiğinde, tur programları ve mesleki işbirliğinin 16 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanlarda daha fazla olduğu görülmüştür. Grup uyumu ve mesleki olanakların 16 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanlarda daha fazla olduğu görülmüştür. İş verimliliği ile tecrübe arasında farklılık olmadığı görülmüştür. Grup ve rehber taleplerinin 1 yıldan az tecrübesi olanlarda daha fazla olduğu görülmüştür. İş güvencesinin 6-10 yıllık tecrübeye sahip olanlarda daha fazla olduğu görülmüştür. Genel verimliliğin 16 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanlarda daha fazla olduğu görülmüştür.

Profesyonel turist rehberlerinin verimlilikleri yabancı dil bilgisine göre PTR verimlilik ölçeği alt boyutlarını incelendiğinde, tur programları ve mesleki işbirliğinin Almanca bilenlerde daha fazla olduğu görülmüştür. Grup uyumu ve mesleki olanakların Almanca bilenlerde daha fazla olduğu görülmüştür. İş verimliliğinin Almanca bilenlerde daha fazla olduğu görülmüştür. Grup ve rehber taleplerinin Arapça bilenlerde daha fazla olduğu görülmüştür. İş güvencesinin Almanca bilenlerde daha fazla olduğu görülmüştür. Genel verimliliğin Almanca bilenlerde daha fazla olduğu görülmüştür.

Profesyonel turist rehberlerinin verimliliklerini demografik özellikleri ve tanıtıcı bilgileri etkilemektedir. Araştırmadaki ölçeğin değişkenlerinde yapılan korelasyon analizi verilerine göre, genel verimlilik faktörünün grup ve rehber talepleri faktörü ile negatif yönlü anlamlı bir ilişkisi olduğu; genel verimlilik faktörünün ise diğer faktörler ile arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Dolayısıyla grup-rehber talepleri arttıkça verimlilik düşmekte ya da tam tersi şekilde grup-rehber talepleri azaldıkça verimlilik artmaktadır. Diğer değişkenler arttıkça verimlilik artmakta, dolayısıyla profesyonel turist rehberliği mesleğinin garantili bir gelecek sağlaması, turist rehberi- acente uyumu, bölgenin turizme hazır olması, turistlerin eğitim ve kültür seviyeleri, turist grubunun turdan memnun kalması, turist grubunun tura katılma niyetleri ile turist grubunun uyumunun sağlanması ve beraber hareket edilmesi arttıkça verimlilik artmaktadır. Diğer yönden profesyonel turist rehberliği mesleğinin kısa süreli ve düzensiz olması, toplumda hak ettiği konumda bulunmaması, tur programlarının bölgeyi bilmeyen kişiler tarafından hazırlanması, arttıkça verimlilik azalmaktadır.

İlgili literatür incelendiğinde, turist rehberlerinin liderlik eğilimleri ve rolleri (Acar,2014; Asmadili, 2018); öğrencilerin turist rehberliği kariyerine karşı olan algıları (Aloudat, 2017); turist rehberliğinin olaylara ve sorunlara karşı profesyonelliği ile mesleki yeterliliği (Ap ve Wong, 2001; Kayf, 2020; Kara ve Demir, 2021); turist rehberlerinin örgütsel siniz ve iş tatmini ilişkisi ile iş verimliliği (Aybar ve Saldamlı, 2016; Arslan, 2016; Lin ve vd., 2017; Antonio ve Uula, 2022; Sarı,2022); rehberlerin iş-yaşam doyumu, kişilik özellikleri ve iş stresi (İrigüler ve Güler; Pelit ve Karakulak, 2019; Ayaz, 2019; Devci, 2020; Aydın, 2021); turist rehberlerinin performanslarının çeşitli açılardan incelenmesi (Tolga ve Atay, 2016; Çetinkaya ve Öter, 2016; Gürsoy, 2019; Avcı,2020; Syakier ve Hanafiah, 2021; Şenbahar, 2021; Kapa ve vd., 2022; Arslan ve Tanrısevdi, 2022; Çapar ve Atçı, 2023; Koçoğlu ve Kalem, 2023); turist rehberlerinin kültürel değerlere ve ülke imajına katkısı üzerine (Güzel, 2007; Aslan ve Çokal, 2016) bir çok araştırma

yapıldığı görülmüştür. Fakat GARO ve ŞURO'ya kayıtlı profesyonel turist rehberlerinin verimliliğini etkileyen faktörler üzerine çok fazla araştırma bulunamamıştır.

6.2. Tartışma

Araştırmada PTR verimlilik algısı ölçüm aracı ölçeğinden elde edilen verilere göre, demografik ve tanıtıcı özelliklerin profesyonel turist rehberlerinin verimliliği üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Verimlilik ölçeği sonuçları, cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde, anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla kadın ve erkeklerin verimlilik algılarında farklılık bulunamamıştır. Verimlilik ölçeği medeni duruma göre incelendiğinde, anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla evli ve bekarların verimlilik algılarında farklılık bulunamamıştır. Araştırmanın bu iki hipotezini Sarı (2022)'nin araştırması desteklemektedir. Bunun yanı sıra, verimlilik ölçeği yaş değişkenine göre incelendiğinde, anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Yaş değişkeninin; tur programları ve mesleki işbirliği, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği ve genel verimlilik alt boyutlarında ortaya çıktığı, bu alt boyutlarda, rehberin yaşının genç olmasının verimlilik üzerinde daha olumlu etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Sarı (2022) ve Ayaz (2019)'un yapmış oldukları araştırmalarda da benzer sonuçların elde edildiği görülmektedir.

Araştırmadaki verimlilik ölçeği çalışma şekline göre incelendiğinde, anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla acenteye bağlı şekilde ya da serbest şekilde çalışan rehberlerin verimlilik algılarında farklılık bulunamamıştır. Arslan (2016)'nin araştırmasında da bu araştırma ile benzer sonuçların elde edildiği görülmektedir.

Araştırmada incelenen verimlilik ölçeğinin eğitim durumundaki verilerine göre, anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Bu noktada verimlilik ölçeği mesleki tecrübe değişkenine göre incelendiğinde, anlamlı farklılık olduğu; mesleki tecrübe değişkeninin; tur programları ve mesleki işbirliği, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, grup-rehber talepleri, iş güvencesi ve genel verimlilik alt boyutlarında ortaya çıktığı görülmüştür. Erkol (2019)'un rehberlerin performansına yönelik araştırmasında da, bu araştırma ile benzer sonuçlar elde edildiği görülmüştür. Buradan hareketle, profesyonel turist rehberlerinin mesleki tecrübe yılı arttıkça verimliliğinin arttığı düşünülmektedir. Verimlilik ölçeği yabancı dil değişkenine göre incelendiğinde, anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Araştırmadaki yabancı dil değişkeninin; tur programları ve mesleki işbirliği, grubun uyumu ve mesleki olanaklar, iş verimliliği, grup-rehber talepleri, iş güvencesi ve genel

verimlilik alt boyutlarında ortaya çıktığı görülmüştür. Araştırmada elde edilen bu sonuçlar ile (Aybar ve Saldamlı, 2016; Arslan, 2016; Lin vd., 2017; Antonio ve Uula, 2022; Sarı,2022)'nin yaptıkları çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Yapılan benzer araştırmalardaki sonuçlar bu yönüyle de birbirini desteklemektedir.

6.3. Öneriler

Araştırmanın GARO ve ŞURO rehberler odasında yapılması, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin turizm faaliyetlerinin tanıtımı için önemlidir. Aynı zamanda turizm sektörü içerisinde bulunan paydaşlardan birisi olan profesyonel turist rehberlerin verimliliklerinin ölçülmesi önemli bir konuyu oluşturmaktadır. Öncelikle bu konuda Türkiye'deki turist rehberlerinin verimliliklerinin ölçülmesi ile ilgili araştırmaların çeşitlendirilmesi önerilebilir.

Profesyonel turist rehberleri; bölgenin kalkınması, şehir-imajının geliştirilmesi ve aynı zamanda destinasyonun tanıtımı açısından öncülük etmektedir. Profesyonel turist rehberleri, bölgenin tarihi yapısı ve bölgenin tarihi geçmişi hakkında bilgiye sahip olmasının yanı sıra yöresel ve bölgesel yiyeceklerin ortaya çıkış hikayelerini ve yöre insanının giyiniş tarzını misafirlere aktarmaktadır. Bu noktada ilgili kurumlara ve ileride yapılacak araştırmalara yönelik bazı öneriler sunulmaktadır;

- İlgili kurumlar tarafından profesyonel turist rehberlerine verilen eğitimlerle kriz yönetimi, ilk yardım, kişilerde öz farkındalığın geliştirilmesi sağlanabilir.
- Kültür elçisi olarak kabul edilen profesyonel turist rehberlerinin, üstlendikleri rollerle birlikte doğal ve kültürel çevrenin korumasında, insanların farkındalık kazanmalarında ve aynı zamanda sahip olunan kültürel ve doğal güzelliklerin gelecek nesillere aktarılmasında etkili olduklarının bilincinin artması için çeşitli konferanslar ve seminerler düzenlenebilir. Bu noktada, TUREB ve diğer üye odalar ile entegrasyon sağlanabilir.
- Profesyonel turist rehberleri için genel kültür, destinasyonun coğrafi bilgisi gibi eğitim olanakları sağlanarak bilgili ve bilinçli profesyonel turist rehberleri yetişmesi sağlanabilir. Bu sayede rehberler turizm sektöründe daha aktif olabilir.
- Profesyonel turist rehberlerinin verimlilik düzeylerinin yüksek olmasında seyahat acentelerinin büyük sorumluluğu bulunmaktadır. Acenteler iş tatminlerini arttırıcı ödüllendirme, tatil, komisyon, önemli günlerde mesaj, küçük hediyeler gibi uygulama ve stratejiler yapabilir.

Bunlara ek olarak acente çalışanları ile birlikte iş dışında kalan zamanlarda etkinlikler düzenleyebilir.

- Farklı coğrafi bölgeler ve örneklem kitlesinde de benzer çalışmalar yapılarak sonuçlar karşılaştırılabilir. Gelecekteki araştırmalara öneri olarak da; turist rehberliği, tarih, sanat tarihi gibi turizm rehberliğiyle yakından ilişki içerisinde olan bölümlerden mezun kişilerin, turist rehberlerinin verimliliklerinin ölçülmesi araştırılabilir. Verimlilik konusu farklı sektörlerde ve alanlarda farklı sonuçlar verebilir.
- Profesyonel turist rehberlerinin tur esnasında sergiledikleri tüm davranışlar turistlere örnek olduğu için önemlidir. Acenteye bağlı olarak çalışan rehberler acenteyi temsil etmekte ve gösterdikleri iş performansları onları rakiplerinden ayıran önemli unsur olarak hem acenteyi hem de kendilerini etkilemektedir. Dolayısıyla profesyonel turist rehberlerinin iş doyumlarının artırılmasının, iş verimliliğini arttıracığı düşünülmektedir. Bu nedenle ilerideki bilimsel çalışmalar farklı sektörlerde yoğunlaşabilir.

❖ Araştırmanın evreninden hareketle; erkek profesyonel turist rehberi sayısının kadın turist rehber sayısından fazla olmasından dolayı ek bir öneri daha sunulabilir. Profesyonel kadın rehberlerin bu mesleği yapabilmeleri için politika yapıcıları tarafından uygun koşulların sağlanması, kadın rehberlerin teşvik edilmesi, çalışma saatleri ve iş yaşam kalitesinin düzenlenmesi, kadın rehber sayısında artış sağlanabilmesi açısından öngörülebilir.

Kaynakça

- Abta, (2024). abta.com. ABTA Travel with Confidence: <https://www.abta.com/> adresinden alındı.
- Acar, V. (2014). Profesyonel Turist Rehberlerinin Liderlik Yönelimleri: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Aydın, s. 1-106.
- Ahipaşaoğlu, S., ve Arıkan, İ. (2005). Seyahat Endüstrisi İşletmeleri (2. Baskı). Gazi Kitapevi, Ankara.
- Ahipaşaoğlu, H. (2006). Turizmde Rehberlik (2. Baskı), Gazi Kitapevi, Ankara.
- Ahipaşaoğlu, H. S. (2001). Turizmde Rehberlik, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akbulut, P. (2010). Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları, İdeal Kültür Yayıncılık, İstanbul.
- Akdeniz, H. A., ve Durmaz, F. (1998). Verimliliğin Genel Performans Üzerindeki Yansımalarının Uygulanması. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 85-99.
- Akın, A. (2018). El Sanatlarının Turizme Etkisi: Gaziantep Örneği. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 241-263.
- Akıncı, Z. (2002). Turizm Sektöründe İşgören İş Tatminini Etkileyen Faktörler : Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1-25.
- Akşit Aşık, N. (2010). Çalışanların İş Doyumunu Etkileyen Bireysel ve Örgütsel Faktörler ile Sonuçlarına İlişkin Kavramsal Bir Değerlendirme. Türk İdare Dergisi, 31-51.
- Akyıldız, H., ve Karabıçak, M. (2002). Verimlilik ve Ücret İlişkisinin Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 57-76.
- Alaciddinoğlu, F., ve Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 50-66.

- Aloudat, A. S. (2017). Undergraduate Students' Perceptions of a Tour-Guiding Career. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 333-344.
- Altunışık, R., Coşkun, R. ve Yıldırım, E. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Andaç, P. (2013). Turizm Hukuku, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Andrade, E. (2014). Business Hostel: A New Opportunity for The Hostel Industry. Master's Thesis, Nova School of Business and Economics Lisbon.
- Antonio, M. S., ve Uula, M. M. (2022). Measuring The Productivity of Tourism Sector in Indonesia. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 1-11.
- Ap, J., ve Wong, K. K. F. (2001). Case Study On Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems. *Tourism Management*, 551-563.
- Ar, H. (2015). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rolü. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir, 1-120.
- Arıca, R., ve Kodaş, D. (2020). Seyahat Acentacılığı Teknolojik Değişimin Seyahat Acentalarına Yansımaları. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Arıca, R. (2017). Seyahat Acentalarında Müşterilerin Üretime Katılım Davranışının Algılanan Hizmet Çıktılarına Etkisi. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 1-206.
- Arslan, A. (2016). Örgütsel Sinizm Ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Aydın Turist Rehberleri Odası'na Kayıtlı Olan Profesyonel Turist Rehberleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Aydın. 1-134.
- Arslan, A., ve Tanrısevdi, A. (2022). Turist Rehberlerinin Mesleki Performansının Turistlerin Memnuniyetine Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 237-257.
- Arta. (2024). artatravel.org. ARTA Association of Retail Travel Agents : ARTA - History & Vision (artatravel.org) adresinden alındı
- Aslan, Z., ve Çokal, Z. (2016). Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algulamaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 53-69.
- Asmadili, M. (2018). Turist Rehberlerinin Liderlik Rollerine İlişkin Bakış Açılarının Belirlenmesi: Eskişehir Örneği. Detay Yayıncılık, Ankara.
- N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, H. Ulusoy Yıldırım. Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar. Detay Yayıncılık.
- Asta. (2024). asta.org. ASTA The American Society of Travel Advisors: <https://www.asta.org/> adresinden alındı.
- Aswathappa, K. (2010). Organizational Behavior. Himalaya Publishing House. Mumbai, 177-179.

- Aşan, Ö., ve Erenler, E. (2008). İş Tatmini ve Yaşam Tatmini İlişkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 203-216.
- Avcı, E. (2020). Turist Rehberlerinin Paket Tur Performansı Üzerine Bir Değerlendirme. II. Ulusal Turizm Rehberliği Kongresi. Aydın/Kuşadası: Detay Yayıncılık.
- Ayaz, N. (2019). İş Stresi ve İş Stresiyle Başetme: Turist Rehberleri Üzerine bir Çalışma. Doktora Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İzmir, 1-13.
- Aybar, S., ve Saldamlı, A. (2016). Otel İşletmelerinde Öğrenen Örgüt Yapısı ve Verimlilik İlişkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 371-390.
- Aydın, G. (2021). Turist Rehberlerinin İş Yaşam Kalitesi ve İşe Yabancılaşma Eğilimlerinin Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir, 1-99.
- Aydın, O. (2020). Tükenmişlik ve Duygusal Emek İlişkisi: Akdeniz Bölgesinde Görev Yapan Turist Rehberleri Üzerine bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Gaziantep, 1-147.
- Aydoğdu, H. (2019). Şanlıurfa Tarihi Kent Merkezinde Koruma-Geliştirme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Gaziantep, 1-126.
- Bakan, İ., Taşlıyan, M., Taş, F., ve Aka, N. (2014). Örgüt Depresyonu ve İş Tatmini Arasındaki İlişki; Bir Üniversitedeki Akademisyenler Üzerinde Alan Araştırması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 296-315.
- Bayrak, S. S. (2011). Türkiye İmalat Sanayinde Bölgesel Öğrenme ve Verimlilik İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı Mersin, 1-124.
- Bayram, G. E. (2019). Turist Rehberlerinde Duygusal Zekâ, Motivasyon, Performans İlişkisi, Turizm Akademik Dergisi, 6 (2), 43-59.
- Bhattacharjee, A. (2021). Social Science Research: Principles, Methods and Practices. USA: USA: University of South Florida Tampa, 1-150.
- Blazquez-Resino, J. J., Molina, A., ve Esteban-Talaya, A. (2015). Service-Dominant Logic in Tourism: The Way to Loyalty. Current Issues in Tourism, 700-719.
- Brito, M. (2012). Cultural Tourists Requests from their Tourist Guides. International Journal of Management Cases, 266-282.

- Bulutistan. (2021). Bulutistan.com. <https://bulutistan.com/blog/regresyon/#RegresyonNedir>: https://bulutistan.com/blog/regresyon/#Regresyon_Nedir adresinden alındı.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları El Kitabı. Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Cavlak, H. (2021). Etkinlik, Etkililik, Verimlilik, Kârlılık, Performans: Kavramsal Bir Çerçeve Ve Karşılaştırma. *Journal Of Research İn Business*: 6 (1), 99-126.
- Chang, K.C. (2014). Examining the Effect of Tour Guide Performance, Tourist Trust, Tourist Satisfaction, and Flow Experience on Tourists' Shopping Behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 219-247.
- Charles, S. M. (1997). A Production Function Approach to Productivity Analysis in Services: The Case Of Tourism Activities in Selected Caribbean Countries. Doctoral Thesis University Of Surrey (United Kingdom), 1-430.
- Chikuta, O., Kabote, F., ve Chikanya, N. (2017). Tour Guides Experiences With Tourists With Disabilities. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 130-139.
- Coğrafya.gen.tr. (2024). Şanlıurfa İklim ve Bitki Örtüsü. [coğrafya.gen.tr: https://www.cografya.gen.tr/tr/sanliurfa/iklim.html](https://www.cografya.gen.tr/tr/sanliurfa/iklim.html) adresinden alındı.
- Cohen, E. H., Ifergan, M., ve Cohen, E. (2002). A New Paradigm in Guiding: The Madrich as a Role Model. *Annals of Tourism Research*, 919-932.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role. *Annals of Tourism Research*, 378-398.
- Collins, V. R. (2000). *Becoming a Tour Guide: The Principles of Guiding and Site Interpretation*. London and New York: Continuum, 1-157.
- Coşkun, R., Altunışık, R., ve Yıldırım, E. (2019). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı (10. Baskı). Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Cribbin, J. J. (1972). *Effective Managerial Leadership*. New York: American Management Association, 1-264.
- Curtin, S. (2010). Managing the Wildlife Tourism Experience: The Importance of Tour Leaders. *International Journal of Tourism Research*, 219-236.
- Çapar, G., ve Atçı, D. (2023). The Effect of Interpretation Performance of Tour Guides on Memorable Tour Experiences and Behavioural Intentions. *Journal of Eurasia Tourism Research*, 1-14.
- Çelen, Ö., Teke, A., ve Cihangiroğlu, N. (2013). Örgütsel Bağlılığın İş Tatmini Üzerine Etkisi: Gülhane Askeri Tıp Fakültesi Eğitim Hastanesinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 399-410.

- Çelik, M., ve Aksoy, M. (2017). Şanlıurfa'da Özel Günlerde Yapılan Yemeklere Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 136-144.
- Çetinkaya, M., ve Öter, M. Z. (2016). Role of Tour Guides on Tourist Satisfaction Level in Guided Tours and Impact on Re-Visiting Intention: a Research in Istanbul. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 40-54.
- Ayyıldız, Ç. S. (2022). Turist Rehberlerinin İş Ve Yaşam Doyumunun Mesleki Bağlılık Düzeylerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı. Mersin, 1-116.
- Çimen, M., ve Şahin, İ. (2000). Bir Kurumda Çalışan Sağlık Personelinin İş Doyumu Düzeyinin Belirlenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 53-67.
- Çimrin, H. (1995). Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si (3. Baskı). Akdeniz Kitabevi, 1-99.
- Çitçi, A. E. (2009). İlkçağdan Günümüze Gaziantep Tarihi. Damla Matbaası, Gaziantep, 1-90.
- Çıtır, I. Ö., ve Kavi, E. (2010). Algılanan Örgütsel Güven ile İş Güvencesi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 229-244.
- Çokal, Z. (2015). Bir Kültür Elçisi Olarak Profesyonel Turist Rehberinin Turistlere Aktarılan Kültürel Değerlere Katkısına Yönelik Turist Algılamaları: Kapadokya Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Nevşehir, 1-104.
- Çolakoğlu, M., ve Gökben, A. (2017). Türkiye'de Eğitim Fakültelerinde FeTeMM (STEM) Çalışmaları. *Journal of Research in Informal Environments*, 46-69.
- Çolakoğlu, Y. Y. (2007). Seyahat Acentaları Yönetimi. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Davis, K. (1988). İşletmede İnsan Davranışı Örgütsel Davranış Çeviren Kemal Tosun. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları. İstanbul.
- De Jorge J., ve Suarez, C. (2013). Productivity, Efficiency and its Determinant Factors in Hotels. *The Service Industries Journal*, 354-372.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (1998). Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, s. 189-196.
- Demir, D. (2017). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü İlkeler ve Yönetim (2. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Demir, M. (2017). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü İlkeler ve Yönetim. Detay Yayıncılık, Ankara.

- Demir, Ö. (2021). Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizmde Dijitalleşmeye ve Robotlaşmaya Bakış Açısı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Demiray, S. (2018). Psikolojik Güçlendirme ile İş Doymu Arasındaki İlişki. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Denizli, 1-110.
- Denizer, D. (1995). Otel İşletmeciliği. Anatolia Yayıncılık, Ankara.
- Derinalp, G. (2022). Turist Rehberi Adaylarının Kişilik Özellikleri ile Çevreci Turum ve Davranışlarının Belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Mersin, 1-76.
- Deveci, B. (2020). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İş Doymu ve Yaşam Doymuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine bir Araştırma. Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Balıkesir, 1-257.
- Dinçer, F., ve Kızılırmak, İ. (1998). Turizm Çeşitlendirmesi Kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Sorunları ve Çözüm Önerileri. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 22-39.
- Doğanay, P., ve Zaman, P. (2019). Türkiye Turizm Coğrafyası. Pegem Akademi, Ankara.
- Dokunmazer, G. (1997). Konaklama İşletmelerinde Verimlilik. Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Bursa, 1-117.
- Doswell, R. (1979). Further Case Studies in Tourism University of Strathclyde. London: 5. Tourism Services and Tourist Guides by Thierry Quintric Lamothe, 1-153.
- Dönmez, Y. F. (2013). Çalışanlarda İş Doymu ve Örgütsel Bağlılık: Diyarbakır Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul, 15-20.
- Durmuş, B., Yurtkoru, S., ve Çinko, M. (2013). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi (5. Baskı). Beta Basım Yayın, 1-215.
- Durukan, K. (2017). İş Doymunu Etkileyen Faktörler: Denizli Devlet Hastanesi Çalışanları Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı İstanbul, 1-104.
- Düz, B. (2023). What Might They Ask? Tourists' Questions Directed to Tour Guides Due to Their Information-Giver Role. Journal of Tourism Leisure and Hospitality, 42-52.
- ECTAA. (2024). cetaa.org/en. ECTAA The European Travel Agents and Tour Operators Associations: <https://www.ctaa.org/en/about-us> adresinden alındı.

- EFCO ve HPA. (2024). <https://www.efcohp.eu/>. EFCO&HPA European Federation of Campingsite Organisations and Holiday Park Associations: <https://www.efcohp.eu/> adresinden alındı.
- Erdoğan, Ş. (2013). Örgüt İklimi ile Çalışanların Motivasyonu ve İş Tatmini Arasındaki İlişkiler Özel Bir Hastanede Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İzmir, 1-124.
- Eroğluer, K. (2011). Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Kuramsal Bir İnceleme. Ege Akademik Bakış, 121-136.
- Eser, S., Şahin, S., ve Çakıcı, A. C. (2021). Turist Rehberliği (2. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara.
- ETOA. (2024). etoa.org. ETOA European Tourism Association: <https://www.etoa.org/> adresinden alındı.
- GARO. (2024). GARO Gaziantep Bölgesi Turist Rehberleri Odası. garo.org.tr: <https://garo.org.tr/home/mevzuat-2/yonetmelik/> adresinden alındı.
- Gaziantep Büyükşehir Belediyesi. (2024). Gaziantep Büyükşehir Belediyesi. <https://www.gaziantep.bel.tr/:https://www.gaziantep.bel.tr/tr/gaziantepi-kesfet/gaziantep-hakinda> adresinden alındı.
- Gec, C. Y., Choy, D. J. L., ve Makens, J. C. (1997). The Travel Industry (3. Edition). International Thomson Publishing, Canada.
- George, D., ve Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step : a Simple Guide and Reference, 11.0 Update. Boston: Allyn and Bacon: Internet Archive, 1-357.
- Geva, A., ve Goldman, A. (1991). Satisfaction Measurement in Guided Tours. Annals of Tourism Research, 177-185.
- Green, R., ve Jones, D. (2010). Practices, Needs and Attitudes of Bird-watching Tourists in Australia. Environmental Science, 1-60.
- Greenhaus, J., Parasuraman, S., ve Wormley, W. (1990). Effects of Race on Organizational Experiences, Job Performance Evaluations, and Career Outcomes. Academy of Management Journal, 64-86.
- Gronroos, C. (1978). A Service-Orientated Approach to Marketing of Services. European Journal of Marketing, 588-601.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gürsoy, H. (2019). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel Gelişimi ve Mesleki Donanımı Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Balıkesir, 1-106.
- Güven, M. Ü. (2020). Kahramanmaraş Botanik Expo Organizasyonunun Şehre Olan Etkisinin Turizm Sektör Paydaşlarınınca Değerlendirilmesi. Yüksek

- Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Gaziantep, 1-189.
- Güzel, Ö., Altıntaş, V., ve Şahin, İ. (2017). Turist Rehberliği Araştırmaları Öngörüler ve Uygulamalar. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Güzel, F. Ö. (2007). Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Balıkesir, 1-168.
- Hacıoğlu, P. (2006). Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü (6. Baskı). Nobel Akademik Yayıncılık, 1-280.
- Heung, V. (2008). Tur Liderlerinin Hizmet kalitesinin Acentanın İtibarına ve Müşterilerin Ağızdan Ağıza İletişimine Etkileri. Tatil Pazarlama Dergisi, 305-315.
- Holloway, J. C. (1992). Travel and Tourism: In Business Now S. London: Macmillan Education Ltd., 1-76.
- Hoş, C., ve Oksay, A. (2015). Hemşirelerde Örgütsel Bağlılık İle İş Tatmini İlişkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1-24.
- Howard, J., Thwaites, R., ve Smith, B. (2001). Investigating the Roles of the Indigenous Tour Guide. Journal of Tourism Studies, 32-39.
- Hu, W. (2007). Tour Guides and Sustainable Development: the Case of Hainan, China. Geography and Environmental Management, 1-213.
- Hu, W., ve Wall, G. (2011). Tour Guide Management in Hainan, China: Problems, Implications, and Solutions. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 1-15.
- Huang, S., Hsu, C. H. C., ve Chan, A. (2009). Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: a Study of the Package Tours in Shanghai. Journal of Hospitality & Tourism Research, 3-33.
- IATA. (2024). iata.org. IATA The International Air Transport Association: <https://www.iata.org/en/about/> adresinden alındı.
- İçöz, P. (2014). Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi (8. Baskı). Turhan Kitabevi, Ankara.
- IHRA. (2024). ih-ra.org. IHRA International Hotel & Restaurant Association: <https://www.ih-ra.org/> adresinden alındı.
- İrigüler, F. ve Güler, M. (2016). Emotional Labor of Tourist Guides: How Does It Affect Their Job Satisfaction and Burnout Levels? Journal of Yasar University, 113-123.
- İslamoğlu, A. H., ve Alnıaçık, Ü. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (4. Baskı). Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul.

- İşcan, Ö. F., ve Sayın, U. (2010). Örgütsel Adalet, İş Tatmini ve Örgütsel Güven Arasındaki İlişki. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 195-216.
- İşcan, Ö. F., ve Timuroğlu, M. K. (2007). Örgüt Kültürünün İş tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 119-135.
- Iverson, R. D., ve Maguire, C. (2000). The Relationship Between Job and Life Satisfaction: Evidence from a Remote Mining Community. Human Relations, 807-839.
- Kayf, J. (2020). Challenges Facing Tour Guide Profession and Their Impacts on the Egyptian Guides Performance. JAAUTH, 113-130.
- Kahraman, N., ve Türkay, O. (2014). Turizm ve Çevre. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kapa, M.G., Crom, E.P., ve Hermann, U.P. (2022). An Exploration Of Tourist Guides' Competencies To Create Memorable Tourist Experiences. GeoJournal of Tourism and Geosites, 44(4), 1350-1358.
- Kara, S., ve Demir, M. (2021). Profesyonel Turist Rehberlerinin Davranış ve Mesleki Yeterliliklerinin Tur Kalitesine Etkisi. Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 1-35.
- Kara, O. (2014). İş Gücü Verimliliği ile İmalat Sektörü Büyüme Hızı Arasındaki İlişki. Route Educational and Social Science Journal, 11-25.
- Karagöz, D., ve Gürge, M. (2021). Turist Rehberliği Bilgisinin Sistematik Analizi. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 2522-2541.
- Karaman, D. (2018). Demografik Özelliklerin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Eğitim Sektöründe Bir Uygulama. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 65-78.
- Kasavana, M., ve Cahill, J. (1992). Managing Computers in the Hospitality Industry. USA: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1-331.
- Kayar, Y. (2012). Üretim ve Verimlilik Temel Esaslar ve Uygulama. Ekin Basım Yayın, Bursa.
- Kemboi, T. H., ve Jairus, K. N. (2018). Tour Guiding Performance Attributes and Tourist Satisfaction: Evidence from North Rift Tourist Region, Kenya. Journal of Hotel Management and Tourism Research, 8-23.
- Kervankıran, İ. (2011). Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi. Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Afyonkarahisar, 1-327.

- Koç, D. E. (2022). Turist Rehberi Başarımının Unutulmaz Turizm Deneyimleri ve Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerine Etkisi. Doktora Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sakarya, 1-157.
- Koçoğlu, C. M. (2015). Akademik Personelin İş Tatmin Düzeylerinin Ölçülmesi. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 16-35.
- Koçoğlu, C. M., ve Yıldırım Kalem, M. (2023). Turist Rehberi Performansının Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Uzak Doğulu Turistler Üzerinde Bir Uygulama. Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty, 10(2), 858-881.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2022). Genel Turizm: İlkeler - Kavramlar . Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, M. (2021). Bilimsel Araştırma Tasarım Yazım Ve Yayımlar Teknikleri. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Köroğlu, Ö., ve Güzel, Ö. (2023). Kavramdan Uygulamaya: Turist Rehberliği Mesleği (2. Baskı). Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Köroğlu, Ö. (2011). İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla İlişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı. Balıkesir, 1-357.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rollerini Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 91-112.
- Köz, S. (2020). Rehber Akademisyenlerin Rehberlikten Akademiye Geçme Motivasyonları ve İş Doyumu. Yüksek Lisans Tezi. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Kastamonu, 1-140.
- KTB. (2024). Kültür ve Turizm Bakanlığı. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://ktb.gov.tr> adresinden alındı.
- Kurtuluş, H. U. (2023). Türkiye’de Turizm ve İhracat İlişkisi (2002-2021). Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı Konya, 1-56.
- Kuşlivan, S., ve Çeşmeci, N. (2002). Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması. Turizm Eğitimi. Turizm Eğitimi: Konferans-Workshop. Ankara: Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 235-242.
- Leclerc, D., ve Martin, J. N. (2004). Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists’ Perceptions. International Journal of Intercultural Relations, 181-200.

- Lew, A., Hall, C., ve Timothy, D. (2008). *World Geography of Travel and Tourism A Regional Approach*. UK: Butterworth-Heinemann, 1-363.
- Lin, Y. C., Lin, M. L., ve Chen, Y. C, (2017). How Tour Guides Professional Competencies Influence on Service Quality of Tour Guiding and Tourist Satisfaction: An Exploratory Research. *International Journal of Human Resource Studies*, 1-19.
- Locke, E. (1976). The Nature And Causes Of Job Satisfaction. In M. D. Dunnett (Ed.), *Handbook Of Industrial And Organizational Psychology*, 1279-1350.
- Lovrentjev, S. (2015). Education of Tourist Guides: Case of Croatia. *Procedia Economics and Finance*, 555-562.
- Lundberg, D. E. (1974). *The Tourist Business*. Boston: Cahners Publishing Inc., 1-276.
- Luşak, H. S. (2023). Turist Rehberlerinin Performanslarına Yönelik Şikayetler: Paket Tur Tüketicileri Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Balıkesir, 1-89.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., ve Chang, R. C. Y. (2011). Critical Issues Affecting The Service Quality and Professionalism of The Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 1442-1452.
- Mengü, C. (2018). *Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri Modern Sentez (1. Baskı)*. Detay Yayıncılık, İstanbul.
- Met, Ö., ve Erdem, B. (2006). Konaklama İşletmelerinde Verimliliğin Ölçülmesi ve Verimliliği Etkileyen Etkenlerin Analizi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 53-73.
- Min, J. (2012). A Short-Form Measure for Assessment of Emotional Intelligence for Tour Guides: Development and Evaluation. *Tourism Management*, 155-167.
- Min, J. (2013). The Relationships Between Emotional Intelligence, Job Stress and Quality of Life Among Tour Guides. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1170-1190.
- Mısırlı, D. (2018). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mitchell, G. (2005). *How to Start a Tour Guiding Business: A "how-to" Manual for the Thousands of People Who Discover the World of Travel as a Career*. Electronic & Database Publishing, 1-272.
- Motroi, A. (2017). Verimlilik Ölçümü ve Veri Zarflama Yöntemi ile Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara, 1-106.

- Nergiz, E., ve Yılmaz, F. (2016). Çalışanların İş Tatmininin Performanslarına Etkisi: Atatürk Havalimanı Gümrüksüz Satış İşletmesi Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 50-79.
- Nguyen, M., ve Tran, M. (2019). The Impacts of Tour Guide Performance on Outbound Tourist's Perceived Trusts, Satisfaction and Word-of-Mouth Intention. *International Journal of Latest Engineering and Management Research*, 8-22.
- O'Cass, A., ve Sok, P. (2015). An Exploratory Study Into Managing Value Creation in Tourism Service Firms: Understanding Value Creation Phases at the Intersection of the Tourism Service Firm and Their Customers. *Contribution to journal Tourism Management*, 186-200.
- Olca, A. (2010). *Alternatif Turizm*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Olca, A., Giritlioğlu, İ., ve Çıkmaz, E. (2014). Otel İşletmelerinde Çalışan Personelin İletişim Yeterlilik Düzeyi: Gaziantep Bölgesinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 385-403.
- Olca, A., ve Başer, M.Y. (2023). *Genel Turizm*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Ödemiş, B. (2020). İş Tatmini ve İşe Bağlılık Arasındaki İlişki: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalı. Balıkesir, s. 1-92.
- Özbaş, R. İ. ve Türkmen, S. (2023). Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişisel İmajlarının Belirlenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 335-354.
- Özdamar, K. (2016). Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme : Yapısal Eşitlik Modellemesi : IBM SPSS, IBM SPSS AMOS ve MINITAB Uygulamalı. Nisan Kitabevi, Eskişehir.
- Öztürk, Y., ve Alkış, H. (2011). Konaklama İşletmelerinde Çalışanların İş Tatmininin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 437-460.
- Padem, H., Göksu, A., ve Konaklı, Z. (2012). Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı. Sarajevo: International Burch University Yayınları.
- Page, S. (2007). *Tourism Management*. London: Butterworth-Heinemann.
- Parlak Kalkan, G. (2015). Gaziantep Adı Üzerine. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 5(9), 101-107.
- Pelit, E. ve Karakulak, A. (2019). Effects Of Tourist Guides' Personal Traits On Job Attitude And Job Satisfaction: A Study In Turkey, 4(1). 364-381.
- Peköz, M., ve Yarcan, Ş. (1997). *Seyahat İşletmeleri*. Boğaziçi Matbaası, İstanbul.

- Polat, D., ve Yıldız, B. (2013). Sağlık Çalışanlarında İş Doyumu ve Motivasyonu Etkileyen Faktörler: Gaziantep Cengiz Gökçek Doğum Hastanesi'nde Bir Uygulama . 7. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi, 61-75.
- Pond, K. L. (1993). *The Professional Guide: Dynamics Of Tour Guiding*. NewYork: Van Nostrand Reinhold, 1-274.
- Prokopenko, J. (1987). *Productivity Management: A Practical Handbook*. International Labour Organisation, 1-129.
- Rabotic, B. (2008). Tourist Guides as Cultural Heritage Interpreters: Belgrade Experience with Municipality-sponsored Guided Walks for Local Residents. *The Proceedings Book of the International Tourism Conference 'Cultural and Event Tourism*, 213-233.
- Ramsay, M. (2008). İşletme Verimliliği Ölçümü Ve Uluslararası İşgücü Verimliliği Robinson Elkitabı. MPM Yayınları, Ankara.
- Reisinger, Y., ve Steiner, C. (2006). Reconceptualizing Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism. *Current Issues in Tourism*, 481-498.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Robinson, P., Fallon, P., Cameron, H., ve Crotts, J. C. (2016). *Operations Management in the Travel Industry*, 2nd Edition. UK: Cabi, 1-342.
- Sağdıç, M., ve Demirkaya, H. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Kariyer Gelişim Planlarına İlişkin Yaklaşımları. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 233-247.
- Salazar, N. B. (2012). *Community-Based Cultural Tourism: Issues, Threats and Opportunities*. Research Gate, 9-22.
- Saldamlı, A. (2014). Otel İşletmelerinde Öğrenen Örgüt Yapısı ve Verimlilik İlişkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 191-210.
- Sarı, D. B. (2022). Profesyonel Turist Rehberlerinde Verimlilik: Ölçek Geliştirme Çalışması. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Antalya, 1-192.
- Sarı, G. (2010). Seyahat Acentelerinin İç Turizme Yönelik Uyguladıkları Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Tanıtımadaki Yeri ve Manavgat A Grubu Seyahat Acenteleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konya, 1-128.
- Saruhan, Ş. C. (1989). *Tercüman Rehberlik Mesleği Ders Notları*. İzmir.
- SHGM. (2024). <https://web.shgm.gov.tr>. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü: <https://web.shgm.gov.tr/tr/kurumsal/1--tarihce> adresinden alındı.
- Shidende, M. D., Kaijage, F.S., ve Möbs, S. (2019). Towards Enhancing Tour Guide Professionalism İn Tanzania Through a Tour Guide Portal. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 8 (4), 1-25.

- Sığırı, Ü., ve Basım, N. (2006). İş Görenlerin İş Doyumu ile Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Analizi: Kamu ve Özel Sektörde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 130-154.
- Snell, S., ve Carpenter, J. (1992). *Communications in Travel and Tourism: Practical Guide-Lines and Assignments for Students of Travel and Tourism*. London Sydney Auckland, Toronto: Hodder&Stoughton, 1-62.
- Soba, M. (2008). Esnek Üretim Sistemleri ve İşletmelerin Rekabet Gücüne Etkileri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 103-123.
- Stogdill, R. (1974). *Handbook of Leadership; a Survey of Theory and Research*. New York: Colliar McMillan Ltd.
- Sumanth, D. J. (1987). *Productivity Engineering and Management*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Suryana, M. (2022). A Systematic Literature Review of Tour Guide Performance. *Journal of Tourism Sustainability*.
- Sürücü, L., Harun, S., ve Maslakçı, A. (2023). SPSS, AMOS ve PROCESS Macro ile İlişkisel, Aracı / Düzenleyici ve Yapısal Eşitlik Modellemesi Uygulamalı Analizler. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Syakier, W. A., ve Hanafiah, M. H. (2021). Tour Guide Performance, Tourist Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study on Tours in Kuala Lumpur City. *Centre Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 597-614.
- Şahin, G. (2006). Atatürk Döneminde Batı'daki Olumsuz Türk ve Türkiye İmajını Düzeltme Çabaları ve Türk Seyyahin Cemiyeti'nin Bu Konudaki Çalışmaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (3), 137-160.
- Şahin, S. (2012). Turist rehberlerinin Kültürlerarası İletişim Yeterlilikleri: Alman, İngiliz Ve Rus Turistlerin Algılamaları. Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1-114.
- Şenbahar, Y. C. (2021). Performans Teorisi Bağlamında Profesyonel Turist Rehberliği. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İzmir, 1-130.
- Şimşek, F. (2007). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş (Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları). Ekinoks Yayınları, Ankara.
- ŞURO. (2024). Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası. [suro.org.tr: https://suro.org.tr/hakkimizda/](https://suro.org.tr/hakkimizda/) adresinden alındı.
- Tavşancıl, D. (2024). Ankara üniversitesi Açık Ders Malzemeleri. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgleclefindmkaj/https://acikders.ankara.edu.tr/> adresinden alındı.

- TCKTB. (2024). www.ktb.gov.tr. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://www.ktb.gov.tr/TR-96130/kurulus-ve-gorevler.html> adresinden alındı.
- TCDB. (2024). T.C. Dışişleri Bakanlığı: <https://www.mfa.gov.tr/vize-genel-bilgileri.tr.mfa> adresinden alındı.
- Tekin, A., ve Karaosmanoğlu, F. (1991). Turizm Hareketleri İçinde Seyahat Acentaları (1. Baskı). Adım Yayıncılık. Eğinli, T. A. (2009). Çalışanlara İş Doyumu: Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İş Doyumuna Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 35-52.
- Tetik, N. (2006). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi: Kuşadası Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Balıkesir, 1-204.
- Tezcan, E., ve Kusan, O. (2023). Rekreasyonda Güncel Konular ve Yeni Trendler (1. Baskı). Efe Akademi Yayınları, İstanbul.
- Tolga, Ö., ve Atay, L. (2016). Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Ziyaretçilerinin Profesyonel Turist Rehberlerinden Memnuniyetleri. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,6 (2). 572-591.
- Topçu, M., ve Ocak, M. (2012). Psikolojik Sermayenin Tükenmişlik Algısı Üzerine Etkisinde İş Tatmininin Aracılık Rolü: Türkiye ve Bosna-Hersek Sağlık Çalışanları Örneği. 20. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi. İzmir, 357-370.
- Tsaur, S. H., ve Teng, H.Y. (2017). Exploring Tour Guiding Styles: The Perspective Of Tour Leader Roles. Tourism Management, 438-448.
- TTYD. (2024). <https://ttyd.org.tr/>. TTYD TÜRKİYE TURİZM YATIRIMCILARI DERNEĞİ : <https://ttyd.org.tr/hakkimizda/> adresinden alındı.
- TUGEV. (2024). www.icvb.org.tr. Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı: <https://www.icvb.org.tr/tr/tugcv-tr/> adresinden alındı.
- TUREB. (2024). <https://www.tureb.org.tr/>. Turist Rehberleri Odaları Birliği: <https://www.tureb.org.tr/Sayfa?id=3> adresinden alındı.
- tureb.org. (2024). Turist Rehberleri Birliği. [tureb.org.tr: https://www.tureb.org.tr/RehberIstatistik](https://www.tureb.org.tr/RehberIstatistik) adresinden alındı.
- tursab.org. (2024). <https://www.tursab.org.tr/>. TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği:<https://www.tursab.org.tr/hakkimizda>adresinden alındı.
- TÜROB. (2024). <https://www.turob.com/tr>. Türkiye Otelciler Birliği: <https://www.turob.com/tr/hakkimizda/tuerob-hakkinda/> adresinden alındı.

- TÜROFED. (2024). <https://www.turofed.org.tr/>. TÜROFED Türkiye Otelciler Federasyonu: <https://www.turofed.org.tr/amac-ve-hedefler> adresinden alındı.
- TÜRSAB. (2019). TÜRSAB Akademi Biletleme İşlemleri Ticketing. İstanbul: TÜRSAB Akademi Müdürlüğü.
- Uçar, F. (2019). Türkiye'deki Bankaların Etkinlik Analizi Vza Ve Ahp Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Sivas, 1-141.
- UFTAA. (2024). uftaa.org. UFTAA Universal Federation of Travel Agents Association: <https://uftaa.org/> adresinden alındı.
- Ulama, Ş., ve Demirdelen, D. (2013). Demografik Değişkenlerin Kariyer Tatminine Etkileri: Antalya'da 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 65-89.
- UNWTO. (2024). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) / T.C. Dışişleri Bakanlığı (mfa.gov.tr): Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) / T.C. Dışişleri Bakanlığı (mfa.gov.tr) adresinden alındı.
- UNWTO. (2024). [unwto.org](https://www.unwto.org/). UNWTO Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü: <https://www.unwto.org/> adresinden alındı.
- Urfamız.com. (2024). Urfamız. [urfamiz.com: https://www.urfamiz.com/geleneksel-el-sanatları.html](https://www.urfamiz.com/geleneksel-el-sanatları.html) adresinden alındı.
- Uzunbacak, H. H. (2004). Türk Emniyet Teşkilatı'nın Amir Sınıfının Mesleki Durgunluk Döneminin Geciktirilmesine Yönelik Kariyer Planlaması. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, 1-163.
- Ünler, E., Kılıç, B., ve Çıray, J. C. (2014). İletişim İkliminin, İş Doyumu ve İşden Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi. *Öneri Dergisi*, 11(41), 237-250.
- Vaske, J. J., Beaman, J., ve Sponarski, C. C. (2017). Rethinking Internal Consistency in Cronbach's Alph. *Leisure Sciences*, 163-173.
- Wadkar, S. K., Singh, K., Chakravarty, R., ve Argade, S. (2016). Assessing the Reliability of Attitude Scale by Cronbach's Alpha. *Journal of Global Communication*, 113-117.
- Weiler, B., ve Black, R. (2014). *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. Channel View Publications, 1-223.
- Weiler, B., ve Black., R. (2015). *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. Channel View Publications, 1-223.
- Weiler, B., ve Ham, S. H. (2004). Perspectives and Thoughts on Tour Guiding. *Tourism and Hospitality in The 21st Century*, 255-264.

- Weiler, B., ve Yu, X. (2007). Dimensions of Cultural Mediation in Guiding Chinese Tour Groups: Implications for Interpretation. *Tourism Recreation Research*, 13-22.
- Weiss, H. M., ve Brief, A. P. (2002). Organizational Behavior: Affect in the Workplace. *Annual Review of Psychology*, 279-307.
- Wolfgang, G. (1982). *Handbuch für Studienreiseleiter. Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit*, 1-392.
- Wong, J.Y., ve Wang, C.H. (2009). The emotional labor of the tour leaders: An exploratory study. *Tourism Management*, 249-259.
- Yale, P. (1995). *The Business of Tour Operations*. Essex, England: Longman Scientific and Technical, 1-283.
- Yarcan, Ş., ve Çetin, G. (2017). The Professional Relationship Between Tour Guides and Tour Operators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-13.
- Yavuz, İ. (2003). Verimlilik ve Etkinlik Ölçümüne Yeni Yaklaşımlar ve İllere Göre İmalat Sanayiinde Etkinlik Karşılaştırmaları. MPM Yayınları, Ankara.
- Yazgan Serinkaya, E. (2017). Mutfak Kültürünün Gaziantep'in Geleneksel Konutlarında İncelenmesi . *Artium Araştırma Makalesi*, 27-41.
- Yenen, Ş. (2007). Turizm Sektöründe Profesyonel Turist Rehberliğinin Yeri ve Önemi. *Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları*, İstanbul.
- Yenen, Ş. (2002). Turizm Rehberliği Eğitiminde Niteliksel ve Niceliksel Planlamada Turizm Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve Meslek Kuruluşu Arasındaki İşbirliğinin Önemi. *İçinde Turizm Eğitimi Konferansı. Turizm Eğitimi Konferansı. (s. 257-273)*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayını.
- Yenihan, B. (2014). Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Arasındaki İlişki. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 170-178.
- Yenişar, U., Bak, E., ve Çapar, G. (2014). Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı ile Değerlendirilmesi. *Çağ üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 111-136.
- Yenişar, U., ve Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Çağ University Journal of Social Sciences*, 111-136.
- Yıldırım Kalem, M. (2021). Turist Rehberi Performansının Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati Üzerindeki Etkisi: Uzak Doğulu Turistler Üzerinde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Karabük*, 1-84.

- Yılmaz, Y. (2019). İşgücü Verimliliğini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bütüncül Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı İstanbul, 1-322.
- Yu, X., Weiler, B., ve Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal of Vacation Marketing*, 1-12.
- Yu, X., Weiler, B., ve Ham, S. (2004). Cultural Mediation in Guided Tour Experiences: a Case Study of Australian Guides of Chinese Tour Groups. *New Frontiers in Tourism Research*, 1-12.
- Yücel, H. (2021). İşletmelerde Başarı Ölçüm Teknikleri Ve Otomotiv Sektöründeki Bir İşletmeye Balanced Scorecard (Kurumsal Karne) Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, 1-105.
- Yükçü, S., ve Atağan, G. (2009). Etkinlik, Etkililik ve verimlilik Kavramlarının Yarattığı Karışıklık. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1-13.
- Yüksel, İ. (2005). İş-Aile Çatışmasının Kariyer Tatmini, İş Tatmini ve İş Davranışları İle İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 301-314.
- Zhang, H. Q., ve Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 81-91.

Ekler

Ek 1. Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı;

Bu araştırma, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programı kapsamında “ Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerinin çeşitli faktörler açısından tespit edilmesi: Gaziantep ve Şanlıurfa Örneği ” konulu bir yüksek lisans tez çalışması için bilgi toplama aracı olarak hazırlanmıştır.

Sizlerin vereceği cevaplar, yalnızca bilimsel amaçla kullanılacağından isim belirtmenize gerek yoktur. Vereceğiniz samimi cevaplar, araştırma sonuçlarının sağlıklı olması açısından önemlidir. Elde edilen veriler sadece akademik alanda kullanılacaktır. Katkılarınız ve bilime vermiş olduğunuz destek için gönülden teşekkürlerimizi sunarız.

Nurdane TAŞ Prof.

Dr. Atıncı OLCA Y

Gaziantep Üniversitesi

Gaziantep Üniversitesi

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Anabilim Dalı

BÖLÜM 1: DEMOGRAFİK VE TANITICI SORULAR

Lütfen size uygun olan seçeneği (X) işareti koyarak belirtiniz.

1. Cinsiyetiniz : Kadın Erkek
2. Medeni Durumunuz: Evli Bekar Diğer
3. Yaşınız : 18-28 29-39 40-50 51-61 62+
4. Eğitim Durumunuz: Önlisans Lisans Yüksek Lisans Doktora
5. Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Tecrübe Yılı:
 1 yıldan az 1-5 yıl 6-10 yıl 11-15 yıl 16 yıl ve üzeri
6. Yabancı Dil: İngilizce Almanca Arapça Rusça
 Diğer (belirtiniz).....
7. Profesyonel Turist Rehberliğinde Çalışma Şekli:
 Serbest Acenteye Bağlı

BÖLÜM 2: PTR VERİMLİLİK ALGISI ÖLÇÜM ARACI Açıklama: Aşağıda iş verimliliğine yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen iş ortamınızda yaşadıklarınızı ya da karşılaştıklarınızı düşünerek, size en uygun gelen seçeneği çarpı işareti (X) ile belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.Mesleğimde bağımsız çalışma imkânının olması iş verimliliğimi artırır.	①	②	③	④	⑤
2.Mesleğimin toplumda hak ettiği konumda bulunmaması iş verimliliğimi azaltır.	①	②	③	④	⑤
3.Mesleğimin garantili bir gelecek sağlamaması iş verimliliğimi olumsuz etkiler.	①	②	③	④	⑤
4.Mesleğim sahip olduğum yeteneklerle bir şeyler yapabileme şansı verir.	①	②	③	④	⑤
5.Mesleğimdeki çalışma koşullarının zorluğu iş verimliliğimi azaltır.	①	②	③	④	⑤
6.Turist rehberi-Acente uyumu iş verimliliğinde önemlidir.	①	②	③	④	⑤
7.Bölgenin turizme hazır olması iş verimliliğimi olumlu etkiler.	①	②	③	④	⑤
8.Mesleğimin kısa süreli ve düzensiz olması sebebiyle farklı arayışlar içindeyim.	①	②	③	④	⑤
9.Güvensiz ortamda mesleğime duyduğum sevgi ve isteğim azalmaktadır.	①	②	③	④	⑤
10.Grubun eğitim/kültür düzeyi iş verimliliğimi etkiler.	①	②	③	④	⑤
11.Grubun sosyo-ekonomik statüsü iş verimliliğimi etkiler.	①	②	③	④	⑤
12.Gruptakilerin tura katılma niyeti iş verimliliğimi etkiler.	①	②	③	④	⑤
13.Grubun homojen/heterojen olması iş verimliliğimi etkilemez.	①	②	③	④	⑤
14.Grupla uyumun sağlanması ve beraber hareket edilmesi iş verimliliğimi olumlu yönde etkiler.	①	②	③	④	⑤
15.Grubun hakimiyetini sağlarsam verimli bir turist rehberi olurum.	①	②	③	④	⑤
16.Grubun gereksinimlerini gideremezsem verimsiz bir turist rehberi olurum.	①	②	③	④	⑤
17.Grubun beklentilerini karşılasam verimli bir turist rehberi olurum.	①	②	③	④	⑤
18.Grubun turdan memnun kalması verimli turist rehberiyle olur.	①	②	③	④	⑤
19.Tur programlarının bölgeyi bilmeyen kişilerce hazırlanması iş verimliliğimi düşürür.	①	②	③	④	⑤

20.Turun satılabilmesi için çok sayıda yer ziyaretinin kısa süreye sıkıştırılmaya çalışılması iş verimliliğini etkilemez.	①	②	③	④	⑤
21.Acentenin tur programlarını hazırlarken bana danışması iş verimliliğini artırır.	①	②	③	④	⑤
22.Bilgiyle sektörde ön plana çıkılması sebebiyle meslektaşlarım arasında şeffaf bir bilgi paylaşımı bulunmamaktadır.	①	②	③	④	⑤
23.Meslektaşlarım arasında ortak paylaşım ve yardımlaşmanın yapılması iş verimliliğini artırır.	①	②	③	④	⑤
24.Mesleki birliktelik güven sağlar ve bu durum iş verimliliğini olumlu yönde etkiler.	①	②	③	④	⑤
25.Bağlı olduğum odada etkin bir iletişim ağı bulunması iş verimliliğini artırır.	①	②	③	④	⑤
26.Acentenin beklentilerini karşılayan turist rehberi verimlidir.	①	②	③	④	⑤

Ek 2. Etik Kurul Formu

T.C.
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU TOPLANTI TUTANAĞI

Toplantı No : 13
Toplantı Tarihi : 05.12.2023
Toplantı Saati : 11:00

Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu 05.12.2023 tarihinde toplanarak yapılan başvuruları değerlendirdi ve aşağıdaki kararları aldı:

- 42) Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 06.11.2023 tarih, 406443 sayılı ve "Etik Kurul Onayı (Nurdane TAŞ)" konulu yazısı incelenmiş olup Üniversitemiz Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Atıf OLCAY'ın Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde danışmanlığını yürüttüğü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nurdane TAŞ'ın "Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerinin Çeşitli Faktörler Açısından Tespit Edilmesi: Gaziantep ve Şanlıurfa Örneği" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasının Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'na değerlendirilmesi istenmektedir. Kurula yapılan başvuru; çalışmanın amacı, yöntemi, veri kaynakları ve veri toplama araçları açısından değerlendirilmiştir. Kurulumuza beyan edilen belgelere dayalı olarak yapılan incelemeler sonucunda başvuruya ilişkin etik aykırılık tespit edilmemiş olup adı geçen öğrencinin söz konusu yüksek lisans tezi çalışmasını yapabilmesinin uygun görülmesine;

Toplantıya katılanların oy birliğiyle karar verildi.

ASLI GİBİDİR
Prof. Dr. Nazım HASIRCI
Sosyal ve Beşeri Bilimler
Etik Kurulu Başkanı

Profesyonel Turist Rehberlerinin Verimliliklerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi

Nurdane Taş
Prof. Dr. Atınç Olcay
Doç. Dr. Esra Çıkmaz