146529

T.C.
ERCİYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE PAKET TURLARIN YÖNETİMİNDE TURİST REHBERLERİNİN FONKSİYONU: YÖNETSEL ROLLERİN TESPİTİ, SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Tezi Hazırlayan
Nihat ÇEŞMECİ
146529

Tezi Yöneten
Y. Doç. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA

İşletme Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Temmuz 2004
KAYSERİ

Bu çalışma, jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

20/08/2004

JÜRİ:

Üye : Prof. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN

Üye : Y. Doç. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA

Üye : Y. Doç. Dr. Kemal BİRDİR

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 25.08.2004 tarih ve ..18..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

..25/.08./2004...

Prof. Dr. Mustafa Yeşilmen

Enstitü Müdürü

Müdür ve İmza

TEŞEKKÜR

Tez süresince, tecrübesi ve fikirleriyle bana rehberlik eden, her konuda destek olan, ve sadece bu tezin şekillenmesinde değil, aynı zamanda bilimsel düşünme ve yazma becerilerimin de gelişmesinde büyük ölçüde katkıda bulunan tez danışman hocam Y. Doç. Dr. Kurtuluş Karamustafa'ya en içten teşekkürlerimi sunarım. Harcadığı emek için minnettarım.

Tez çalışmamın anket hazırlama sürecinde, vermiş oldukları fikir ve önerilerle sağlamış oldukları katkılardan dolayı hocalarım Prof. Dr. Asuman Akdoğan, Prof. Dr. M. Şükrü Akdoğan, Prof. Dr. Mahir Nakip ve Doç. Dr. Salih Kuşluvan'a teşekkürü borç bilirim. Tez hazırlama sürecinde manevi desteklerini her zaman hissettiğim hocalarım Y. Doç. Dr. Lütfi Buyruk ile Y. Doç. Dr. İbrahim İlhan'a ve Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ile Nevşehir Meslek Yüksekokul'undaki tüm meslektaşlarıma da teşekkür ederim.

Turist rehberleri oda ve derneklerinin yönetici ve çalışanlarına, ayrıca anketi dolduran turist rehberlerinin hepsine yardımları ve katkıları için teşekkür ederim.

Kızkardeşim Nigâr Çeşmeci'ye desteği, motivasyonu ve İstanbul'da uygulanan anketlerde yardımları için teşekkürler. Sevgili eşim Dilek Çeşmeci'ye, tez süresince yaptığı bütün fedakarlıklar için, anlayışı, sabrı, hoşgörüsü ve değişik bakış açısıyla yaptığı yorumlar için teşekkür ederim.

Okumayı, araştırmayı ve öğrenmeyi sevmemi sağlayan ve her zaman bu konularda beni teşvik ederek, ellerinden gelen her şeyi yapan, sevgili anneme ve babama minnettarım.

TÜRKİYE'DE PAKET TURLARIN YÖNETİMİNDE TURİST REHBERLERİNİN FONKSİYONU: YÖNETSEL ROLLERİN TESPİTİ, SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

ÖZET

Bu çalışmanın amacı: (a) turist rehberlerinin paket turların gerçekleşme aşamasındaki yönetsel fonksiyonlarına yönelik mevcut yazında tespit edilen eksiklikleri tamamlamaya yönelik katkıda bulunmak; (b) tur yönetiminde turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmek; ve (c) bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Bu bağlamda, öncelikle mevcut yazın taraması yapılarak yazındaki bilgiler doğrultusunda konu bütünsel olarak ele alınmış, daha sonra ise konuya yönelik birincil veri elde etmek amacıyla anket tekniği kullanılmıştır. Anketler, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Nevşehir illerinde Aralık 2003'te düzenlenen "Turist Rehberliği Hizmetiçi Eğitim Seminerleri"ne katılan turist rehberlerine uygulanmıştır.

Bu araştırmada, turist rehberlerinin yönetimin fonksiyonu olan *planlama*, *örgütleme*, *yöneltme ve etkileme*, *koordinasyon* ve *denetim* ile ilgili yaşadıkları yönetsel sorunlar ile bu sorunların olası sebepleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada, turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunların, turist rehberlerinin tecrübelerine, tura çıkma sıklıklarına, rehberlik hizmeti verdikleri turların sürelerine ve tura katılan kişi sayılarına göre birtakım farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Sonuç olarak, araştırma bulguları doğrultusunda, turist rehberliği eğitimi veren kurumlarda standart bir program uygulanmasının gerekliliği ile seyahat acentaları ve tur operatörlerine yönelik denetimlerin sıklaştırılmasının önemi vurgulanmıştır.

Anahtar Kavramlar: *turist rehberi*, *paket tur*, *yönetimin fonksiyonları*.

THE MANAGERIAL FUNCTIONS OF TOURIST GUIDES IN PACKAGE TOUR OPERATIONS IN TURKEY: DETERMINATION OF MANAGERIAL ROLES, PROBLEMS AND RECCOMENDATIONS

ABSTRACT

The aim of this study is: (a) to fill the gap in the existent literature in terms of the managerial functions of tourist guides within the operational stage of package tours; (b) to find out the managerial problems encountered by tourist guides during the tour operation; and (c) to make recommendations on those problems. In this context, first, the existent literature has been reviewed, and in the light of the existent literature the subject has been examined in an holistic way. Secondly, quantitative and qualitative data have been collected through the use of the questionnaires which have been applied to the tourist guides while they were attending to "The Training Courses for Tourist Guides" organized by The Ministry of Culture and Tourism in Ankara, Antalya, Istanbul, Izmir and Nevsehir provinces in December 2003.

The findings of this study reveals that tourist guides encounter some managerial problems in terms of management functions, such as *planning*, *organizing*, *directing*, *coordinating* and *controlling*. It is also found out that the managerial problems encountered by tourist guides differ by their experience, guiding frequency, tour durations and the number of tourists in the group. In conclusion, it is emphasized that there is a need for: (a) the standardization of training and education programs in tourist guiding educational institutions; and (b) the more stricter way of control on the operations of travel agencies and tour operators.

Key Words: *tourist guide*, *package tour*, *management functions*.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

TEŞEKKÜR.....i
ÖZET.....ii
ABSTRACT.....iii
İÇİNDEKİLER.....iv
TABLOLAR LİSTESİ.....x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....xiii
GİRİŞ..... 1

***Birinci Bölüm*:**
TEMEL KAVRAMLAR

1.1. PAKET TUR İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR..... 5
1.1.1. Paket Turun Tanımı..... 5
1.1.2. Paket Turların Tarihçesi..... 6
1.1.3. Paket Turların Özellikleri..... 8
1.1.4. Paket Turların Tercih Edilme Nedenleri (Sağladığı Avantajlar)..... 11
1.1.4.1. Az Zamanda Daha Çok Yer Görme ve Daha Çok Şey Yaşama İmkanı Sunması..... 11
1.1.4.2. Garanti, Rahatlık ve Kişisel Güvenlik Sunması..... 12
1.1.4.3. Bireysel Seyahate Göre Daha Ucuz Olup, Tur için Yapılacak Harcamaları Önceden Belirleme İmkanı Sunması..... 13
1.1.4.4. Öğrenme, Farklı İnsanlarla Tanışma, Yeni Dostluklar Kurma ve Paylaşma İmkanı Sunması..... 14
1.1.5. Paket Turlara Yöneltilen Eleştiriler (Oluşturduğu Dezavantajlar)..... 14
1.1.5.1. Paket Turun Hazırlanmasında Turistin Katkısının Bulunmaması 15
1.1.5.2. Paket Turlarda Esnekliğin Olmaması..... 15
1.1.5.3. Grupla Seyahatin Getirdiği Olumsuzluklar..... 16
1.1.6. Paket Turların Sınıflandırılması..... 17
1.1.6.1. Niteliklerine Göre Paket Turlar..... 17
1.1.6.1.1. Bağımsız Turlar (*Independent Tours*)..... 17
1.1.6.1.2. Gözetimli Turlar (*Hosted Tours*)..... 18
1.1.6.1.3. Eskortlu Turlar (*Conducted / Escorted Tours*)..... 19
1.1.6.1.3.1. Eşlikli Turlar..... 20
1.1.6.1.3.2. Rehberli Turlar..... 21

1.1.6.1.4. Özel Paket Turlar (*Special Formated Tours*) 21
1.1.6.2. Coğrafik Kapsamlarına Göre Paket Turlar 22
1.1.6.2.1. Yakın Mesafeli Paket Turlar (*Short Haul Tours*) 22
1.1.6.2.2. Uzak Mesafeli Paket Turlar (*Long Haul Tours*) 22
1.1.6.2.3. Tek Merkeze Yönelik Paket Turlar (*Minibreak / Shortbreak / Citybreak Tours, Resort Holidays*) 23
1.1.6.2.4. İki veya Daha Fazla Merkeze Yönelik Paket Turlar (*Two Center or Multi-Center Tours*) 23
1.1.6.3. Seyahatin Amacına Göre Düzenlenen Paket Turlar 24
1.1.6.3.1. Dinlenme ve Eğlenme Amaçlı Düzenlenen Turlar 25
1.1.6.3.2. Öğrenme ve Kültür Amaçlı Düzenlenen Turlar 25
1.1.6.3.3. Din ve Etnik Amaçlı Düzenlenen Turlar 25
1.1.6.3.4. Macera ve Spor Amaçlı Düzenlenen Turlar 26
1.1.6.3.5. Ekolojik Çevreyi Gezme ve Görmeye Yönelik Düzenlenen Turlar 27
1.1.6.3.6. Özel İlgi Turları 27
1.1.6.3.7. Özel İhtiyaçlılara Yönelik Düzenlenen Turlar 28
1.1.7. Paket Turların Oluşum Aşamaları 28
1.1.7.1. Tasarım Aşaması 30
1.1.7.1.1. Mevcut Durum Analizi 30
1.1.7.1.2. Ürün Dizaynı 30
1.1.7.1.3. Fiyatlandırma 34
1.1.7.1.4. Dağıtım 35
1.1.7.1.5. Tutundurma 35
1.1.7.2. Operasyon Aşaması 37
1.1.7.2.1. Turun Gerçekleşme Öncesi Operasyon Aşaması 38
1.1.7.2.2. Turun Gerçekleşme Aşaması 38
1.1.7.3. Denetim Aşaması 39
1.1.7.3.1. Paket Tur Analizi 39
1.1.7.3.2. Tur Operasyonunun Analizi 39
1.1.7.3.3. Operasyon Sonrası Tutundurma Faaliyetleri 40
1.2. YÖNETİM KAVRAMI, ÖZELLİKLERİ VE FONKSİYONLARI 41
1.2.1. Yönetimin Tanımı ve Özellikleri 41
1.2.2. Yönetimin Fonksiyonları 43
1.2.2.1. Planlama 44

1.2.2.1.1. Planlamanın Özellikleri 44
1.2.2.1.2. Planlamanın Aşamaları 45
1.2.2.2. Örgütleme 47
1.2.2.3. Yöneltme ve Etkileme 48
1.2.2.3.1. İletişimi Sağlamak 48
1.2.2.3.2. Grupiçi ve Gruplararası İlişkileri Yönlendirmek (Liderlik Etmek) 50
1.2.2.3.3. Bireyleri Motive Etmek 53
1.2.2.4. Koordinasyon (Eşgüdümleme) 54
1.2.2.5. Kontrol (Denetim) 55

İkinci Bölüm:

PAKET TURLARIN GERÇEKLEŞME AŞAMASINDA TUR YÖNETİMİ

2.1. PLANLAMA FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ 57
2.1.1. Turla İlgili Verilerin Toplanması 58
2.1.2. Günlük Zaman Kullanımının Planlanması 62
2.1.2.1. Ulaşım Süresini Etkileyen Faktörler 63
2.1.2.2. Tur Esnasında Yapılacak Olan Faaliyetlerin Sürelerini Etkileyen Faktörler 64
2.1.2.3. Zorunluluktan Kaynaklanan Zaman Kısıtlamaları 66
2.1.3. Tur Öncesinde Yapılan Diğer Hazırlıklar 67
2.2. ÖRGÜTLEME FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ 67
2.2.1. Turda Görev Alan Çalışanlar ve Bunların Görev, Yetki ve Sorumlulukları 68
2.2.1.1. Tur Lideri (Tur Yöneticisi) 68
2.2.1.2. Turist Rehberi 70
2.2.1.3. Araç Sürücüsü 73
2.2.2. Turist Rehberinin Yaptığı Örgütleme Amaçlı Bilgilendirme 74
2.3. YÖNELTME VE ETKİLEME FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ 78
2.3.1. Turist Gruplarının Özellikleri 78
2.3.2. Turist Rehberinin Yönelteme ve Etkileme Rolü 80
2.3.2.1. Turist Rehberinin Liderlik Alanındaki Rolleri 81

2.3.2.2. Turist Rehberinin Aracılık Alanındaki Rolleri 84
2.4. KOORDİNASYON FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ 87
2.4.1. Turist Rehberinin Ulaşım Sürecindeki Koordinasyon Rolü 87
2.4.2. Turist Rehberinin Konaklama İşletmelerindeki Koordinasyon Rolü 90
2.4.3. Turist Rehberinin Yeme ve İçme İşletmelerindeki Koordinasyon Rolü .. 91
2.4.4. Turist Rehberinin Müze, Örenyeri ve Diğer Turistik Çekicilik Ziyaretlerindeki Koordinasyon Rolü 92
2.5. KONTROL FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ .. 93

Üçüncü Bölüm:

TÜRKİYE'DE PAKET TURLARIN YÖNETİMİNDE TURİST REHBERLERİNİN YÖNETSEL ROL VE SORUNLARININ TESPİTİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 96
3.1.1. Birincil Veri Kaynakları ve Veri Toplama Tekniği 96
3.1.2. Evren ve Örnekleme Süreci 98
3.1.3. Anket Formlarının Oluşturulması 100
3.1.4. Araştırma Süreci 104
3.1.5. Verilerin Analizi 106
3.2. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ 106
3.2.1. Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular 107
3.2.1.1. Genel Demografik Özellikler 107
3.2.1.2. Çalışma Özellikleri ve Mesleki Deneyimler 109
3.2.2. Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Yönetsel Rol ve Sorunlarına İlişkin Bulgular 116
3.2.2.1. Turist Rehberlerinin Planlama Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar 116
3.2.2.1.1. Seyahat Acentası veya Tur Operatörünce Yapılan Genel Tur Planlama Sürecine Turist Rehberlerinin Katılımı 116
3.2.2.1.2. Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Gruptaki Turistlerin Kişisel Özellikleri Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri 118
3.2.2.1.3. Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Turun Ayrıntıları Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri 119

3.2.2.1.4. Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Hazırladıkları Günlük Zaman Planlamasında Dikkate Aldıkları Faktörler ve Önem Dereceleri 120

3.2.2.1.5. Turist Rehberlerinin Tur Öncesinde Planlama Yaparken Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyleri 121

3.2.2.2. Turist Rehberlerinin Örgütleme Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar 123

3.2.2.2.1 Tur Öncesinde Turistlerin Tur ile İlgili Ayrıntılı Olarak Bilgilendirilmesi 123

3.2.2.2.2 Tur Öncesinde Turistlere Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Konulara Göre Dağılımı . 124

3.2.2.2.3. Tur Öncesinde Tur Aracı Sürücüsüne (ve Varsa Muavine) Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Konulara Göre Dağılımı 127

3.2.2.2.4. Turist Rehberlerinin Tur Öncesinde Seyahat Acentalarından Tur Harcamaları için Aldıkları Avansın Kullanımına Yönelik Değerlendirmeleri 131

3.2.2.2.5. Turist Rehberlerinin Rutin Giderlerin Dışında Tur Esnasındaki Beklenmeyen Harcamalarının Seyahat Acentalarınca Karşılanma Durumu 132

3.2.2.2.6. Tur Sonrasında Belgelendirilen Harcamaların Turist Rehberlerince Seyahat Acentalarından Tahsil Edilip Edilmeme Durumu 133

3.2.2.3. Turist Rehberlerin Yöneltme ve Etkileme Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar 134

3.2.2.3.1. Turist Rehberlerinin Tura Katılan Turistler ile Sorun Yaşama Sıklıkları 135

3.2.2.3.2. Tur Esnasında Tura Katılan Bireylerin Kültürel Farklılıklarından Kaynaklanan Sorunlar 137

3.2.2.4. Turist Rehberlerin Koordinasyon Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar 138

3.2.2.4.1. Turist Rehberlerinin Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldıkları Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıkları 138

3.2.2.4.2. Turist Rehberlerinin Turu Oluşturan Farklı Hizmetleri Koordine Ederken Bazı Kurum, Kuruluş ve İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklıkları 141

3.2.2.5. Turist Rehberlerinin Kontrol Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar 143

3.2.2.5.1. Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Turist Tatmini ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimleri 144

3.2.2.5.2. Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Birlikte Çalışılan ve Hizmet Alınan Kişi ve/veya Kuruluşların Performansı ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimleri 144

3.2.2.5.3. Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenleri Karşılaştırmaları 145

3.2.2.5.4. Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenler Arasındaki Sapmaları Değerlendirmeleri 146

3.2.2.5.5. Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasını İsteme Eğilimleri 147

3.2.2.5.6. Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanma Durumunda, Seyahat Acentalarının Anket Sonuçları Hakkında Turist Rehberini Haberdar Etme Eğilimleri 149

3.2.2.6. Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve bu Sorunlara İlişkin Değerlendirmeleri 150

3.2.2.7. Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Sorunların Bilgi Eksikliğinden Kaynaklandığını Düşündükleri Alanlar 150

SONUÇ VE ÖNERİLER 153

KAYNAKÇA 163

EK-1: TURİST REHBERLERİNE UYGULANAN ANKET ÖRNEĞİ 171

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 2.1 Turist Rehberinin Temel İşlevleri ve Nitelikleri 73

Tablo 2.2 Turist Rehberi Rolünün Temel Bileşenleri 81

Tablo 3.1 Aralık 2003'de Turist Rehberlerine Yönelik Düzenlenmiş Olan Hizmet İçi Eğitim Seminerleri 104

Tablo 3.2 Anketlerin Dağıtıldığı Yerlere Göre Geri Dönüş Oranları 105

Tablo 3.3 Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Genel Demografik Özellikleri 108

Tablo 3.4 Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Rehberlik Yaptıkları Dillere Göre Dağılımı ve bu Dillerde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda Kayıtlı Olan Rehber Sayısı İçindeki Oranları 110

Tablo 3.5 Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Mesleki Deneyim ve Çalışma Biçimleri 112

Tablo 3.6 Seyahat Acentası veya Tur Operatörünce Yapılan Genel Tur Planlama Sürecine Turist Rehberlerinin Katılım Durumu 116

Tablo 3.7 Turist Rehberlerinin Tura Çıkma Sıklıkları ile Genel Tur Planlama Sürecine Katılma Sıklıklarının Karşılaştırılması 117

Tablo 3.8 Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Gruptaki Turistlerin Kişisel Özellikleri Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri 118

Tablo 3.9 Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Turun Ayrıntıları Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri 119

Tablo 3.10 Tur Öncesi Yapılan Günlük Zaman Kullanımına Yönelik Planlamada Dikkate Alınan Faktörlerin Önem Dereceleri 120

Tablo 3.11 Turist Rehberlerinin Tur Öncesinde Planlama Yaparken Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyleri 121

Tablo 3.12 Tura Başlamadan Önce Planlama Yaparken Bazı Konularda Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyinin, Fiilen Rehberlik Yapılan Süreye Göre Karşılaştırılması 123

Tablo 3.13 Tura Başlamadan Önce Turistlere (Otobüste veya Otelde) Tur Hakkında Ayrıntılı Bilgi Verip Vermemesi 124

Tablo 3.14 Tura Başlamadan Önce Turistlere Yönelik Yapılan Bilgilendirmede Konulara Göre Bilgilendirme Sıklığı 125

Tablo 3.15 Turist Rehberlerinin Turistleri Bilgilendirme Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Gruplardaki Kişi Sayısına Göre Karşılaştırması 126

Tablo 3.16 Tura Başlamadan Önce Turistlere Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması 127

Tablo 3.17 Tur Öncesinde Tur Aracı Sürücüsüne (ve Varsa Muavine) Yönelik Yapılan Bilgilendirmede Sıklıklarının Konulara Göre Dağılımı 128

Tablo 3.18 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Tur Aracının Sürücüsüne (ve Varsa Muavinine) Yönelik Bilgi Verme Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması 129

Tablo 3.19 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Tur Aracının Sürücüsünü (ve Varsa Muavinini) Bilgilendirme Sıklıklarının Turist Rehberlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması 130

Tablo 3.20 Tura Başlamadan Önce Seyahat Acentasından Alınan Avansının Tur Harcamaları için Yeterliliği 131

Tablo 3.21 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Seyahat Acentalarından Aldıkları Avansın Tur Harcamaları için Yeterliliğinin Turist Rehberlerinin Bir Yılda Ortalama Tura Çıkma Sıklıklarına Göre Karşılaştırılması 132

Tablo 3.22 Turist Rehberlerinin Rutin Giderlerin Dışında Tur Esnasındaki Beklenmeyen Harcamalarının Seyahat Acentalarınca Karşılanma Durumu 133

Tablo 3.23 Tur Sonrasında Rutin Harcamalar Dışında Yapılan Harcamaların Turist Rehberlerince Seyahat Acentalarından Tahsil Edilme Durumu 134

Tablo 3.24 Turist Rehberlerinin Tura Katılan Turistler ile Sorun Yaşama Sıklıkları 135

Tablo 3.25 Bazı Turist Rehberlerinin Tura Katılan Turistler ile Sorun Yaşama Sıklıklarının Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Turist Rehberliği Dışında Aktif Olarak İkinci Bir İşte Çalışıp Çalışmama Durumlarına Göre Karşılaştırılması 136

Tablo 3.26 Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldıkları Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıkları 139

Tablo 3.27 Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldığı Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Gruplardaki Kişi Sayısı Açısından Karşılaştırılması 140

Tablo 3.28 Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldığı Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıklarının, Turist Rehberlerinin Fiilen Turist Rehberliği Yaptıkları Sürelere Göre Karşılaştırılması 141

Tablo 3.29 Turist Rehberlerinin Turu Oluşturan Farklı Hizmetleri Koordine Ederken Bazı Kurum, Kuruluş ve İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklıkları 142

Tablo 3.30 Turist Rehberlerinin Turu Oluşturan Farklı Hizmetleri Koordine Ederken Bazi Kurum, Kuruluş ve İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklarının Turist Rehberlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması 143

Tablo 3.31 Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Turist Tatmini ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimi 144

Tablo 3.32 Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Birlikte Çalışılan ve Hizmet Alınan Kişi ve/veya Kuruluşların Performansı ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimleri 145

Tablo 3.33 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenleri Karşılaştırmaları 146

Tablo 3.34 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenler Arasındaki Sapmaları Değerlendirmeleri 147

Tablo 3.35 Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasını İsteme Eğilimleri 147

Tablo 3.36 Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasını İsteme Eğilimlerinin Rehberlik Hizmeti Verilen Turların Ortalama Süresi Açısından Karşılaştırılması 148

Tablo 3.37 Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanma Durumunda, Seyahat Acentalarının Anket Sonuçları Hakkında Turist Rehberini Haberdar Etme Eğilimleri 149

Tablo 3.38 Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Sorunların Bilgi Eksikliğinden Kaynaklandığını Düşündükleri Alanlar 151

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1 Paket Turların Oluşum Aşamaları 29

Şekil 1.2 Paket Turların Oluşum Süreci 40

GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı sonrası dünya turizm hareketlerindeki büyüme ve gelişmede paket turların katkısı yadsınamaz. Bunun temel nedeninin kitle turizmine olan talebin artması olduğu söylenebilir (Lickorish, Jenkins 2000, 23). Örneğin, 1992 yılında, yurtdışına çıkan İngiliz turistlerin yüzde 63'ü ve Japon turistlerin yüzde 57'si paket turları kullanmışlardır (Gee, Fayos-Sola 1999, 104-105). Türkiye'de ise, 1981 yılından 1997 yılına kadar paket turlarla gelen turist sayısının toplam gelen turist sayısı içindeki payının değerlendirildiği bir çalışmada (Karamustafa, Kuşluvan 2001, 17), toplam gelen turist sayısı ile paket turlarla gelen turist sayısı arasında doğru orantılı bir artış olduğu gözlenmektedir. Türkiye'ye paket turlarla gelen turist sayısının toplam turist sayısına oranının yaklaşık yüzde 60'lara ulaştığı görülmektedir (TÜRSAB 2003). Bu bağlamda, Türk turizm endüstrisinin gelişiminde paket turların oldukça önemli bir yeri olduğu söylenebilir.

Paket turlarla ilgili yapılmış olan akademik çalışmalarda daha ziyade turistlerin tatmin düzeyi ve tatmin düzeyini etkileyen faktörler üzerinde durulmuş (Whipple, Thach 1988; Quiroga 1990; Dun Ross, Iso-Ahola 1991; Wang, Hsieh, Huan 2000; Bowen 2001) ve turistlerin paket turlardaki davranış biçimleri incelenmiştir (Wong, Lau 2001). Yapılan bu çalışmaların sonuçlarına göre, paket turların turistler tarafından sıkça tercih edilmesinin en önemli nedenlerinden birisi, tur programında bulunan turistik çekim yerleri hakkında detaylı bilgiler vererek o yerlerin gezilebilmesini sağlayan bir turist rehberinin bulunmasıdır (Quiroga 1990; Dun Ross, Iso-Ahola 1991; Wang, Hsieh, Huan 2000). Turist rehberi ve verdiği hizmetler, turist tarafından, satın alınan turun bir bileşeni ve tur kalitesini önemli ölçüde belirleyen bir unsur olarak görülmekteyken, turu organize eden seyahat acentası veya tur operatörü açısından ise turist rehberi, bir temsilci ve en önemlisi, tur paketindeki hizmetlerin uyumlu bir şekilde verilebilmesini sağlayan ve turu yöneten bir yöneticidir (Ahipaşaoğlu 1996). Özellikle Türkiye'deki paket turlarda, tur liderlerinin nadiren görev almasından dolayı, ülkemizdeki turist rehberlerinin temel işlevi olan tanıtma ve bilgi verme kadar, tur yönetimi işlevleri de önem kazanmaktadır (Ahipaşaoğlu 2001; Tangüler 2002).

Turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmalarda ise, turist rehberlerinin bilgilendirme ve tanıtma görevleri ele alınmıştır (Yu, Weiler, Ham 2001; Dahles 2002). Türkiye'de turist

rehberlerine yönelik yapılan çalışmalarda ise, turist rehberinin görev ve sorumlulukları üzerinde durulmuş, turist rehberleri ile turistler ve seyahat acentası arasındaki ilişkiler ele alınmıştır (Bilge 1989; Yıldırım, Atay 1997; Polat 2001; Tangüler 2002). Ahipaşaoğlu (1996) turist rehberlerini seyahat işletmelerinde kalitenin önemli bir belirleyicisi olarak değerlendirmiştir. Türkiye'de turist rehberlerinin eğitimiyle ilgili bazı çalışmalar da bulunmaktadır (Akmel 1992; Yıldız, Kuşluvan, Şenyurt 1997; Değirmencioğlu 1998). Bütün bu çalışmalarda turist rehberlerinin yönetim rollerine yeterince değinilmemiş veya görgül verilere dayalı değerlendirmeler yapılmamış olup, turist rehberlerinin: (a) tur ayrıntılarını planlama; (b) farklı hizmet sağlayıcıları ve turistler arasında örgütleme ve koordinasyonu sağlama; (c) tura katılanları yöneltme ve etkileme; (d) sunulan hizmetleri denetleme ve (e) tur sonuçlarını değerlendirme gibi yönetsel fonksiyonları yeterince araştırılmamıştır.

Bu bağlamda, mevcut yazında varolan yukarıda belirtilen boşluğu doldurabilmeye yönelik bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Birincisi, belirtildiği üzere, mevcut yazında tespit edilen bilgi eksiklikliğini tamamlamaya yönelik katkıda bulunmaktır. Bu yönüyle, bu çalışmanın, turist rehberlerinin yönetsel görev ve sorumluluklarını belirleyerek, bu görev ve sorumlulukları yerine getirmeleri için yapmaları gereken işlemlerin ve izlemeleri gereken süreçlerin saptanması açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Çalışmanın ikinci amacı ise, tur yönetiminde turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri getirmektir. Bu bağlamda, bu çalışmanın: (a) turist rehberlerine daha verimli ve sistemli bir şekilde paket tur yönetebilmeleri açısından yol gösterici olacak ve (b) seyahat acentaları ve tur operatörlerinin tur yönetimiyle ilgili karşılaştıkları sorunlarda turist rehberleriyle işbirliği yapmalarına katkı sağlayacak birtakım bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın yöntemi iki ana başlıkta ele alınabilir: (a) literatür taraması ve (b) alanda bilgi toplamaya yönelik uygulama çalışması. Masa başı çalışma ile paket tur, yönetim, tur yönetimi ve turist rehberliği ile ilgili mevcut yazına ulaşılmış olup, bu yazın taranarak çalışmada kullanılacak olan ikincil veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Alanda bilgi toplamaya yönelik yapılan uygulama çalışmasıyla ise, çalışma için birincil veriler toplanmış ve toplanan bu veriler daha sonra analiz edilmiştir. Alan çalışmasında kullanılan yöntem ve teknikler çalışmanın üçüncü bölümünde detaylandırılmıştır.

Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan bazı temel kavramlar üzerinde durulmaktadır. Paket turun tanımı yapılarak, tarihçesi hakkında bilgi verilmekte, paket turların avantajları ve dezavantajları tartışılmakta, sınıflandırmaları yapılarak oluşum aşamalarından bahsedilmektedir. Buna ilaveten, çalışmanın temelini oluşturan, yönetim süreci üzerinde durularak, yönetimin beş temel fonksiyonu olan *planlama*, *örgütleme*, *yöneltme ve etkileme*, *koordinasyon* ve *kontrol* hakkında da bilgilendirme yapılmaktadır.

İkinci bölümde, paket turların operasyon (gerçekleşme) aşamasında turist rehberinin rolü, yönetimin temel fonksiyonları açısından incelenmektedir. Bu yapılırken, üzerinde durulan temel konular şunlardır: (a) planlama fonksiyonu açısından turist rehberinin rolü; (b) örgütleme fonksiyonu açısından turist rehberinin rolü; (c) yöneltme ve etkileme fonksiyonu açısından turist rehberinin rolü; (d) koordinasyon fonksiyonu açısından turist rehberinin rolü ve (e) denetleme fonksiyonu açısından turist rehberinin rolü.

Üçüncü ve son bölümün birinci kısmında, alan çalışmasında kullanılan yöntem ve teknikler ayrıntılı bir biçimde tanıtılmaktadır. Bu bölümde, araştırmanın görgül kısmının tasarımı ile araştırmada kullanılan birincil veri kaynakları, birincil verilerin toplanması ve bu verilerin analizinde kullanılan analiz tekniklerinden söz edilmektedir. Birincil veri toplama aracı olarak kullanılan anket formlarının tasarımı, örneklem çerçevesinin oluşturulması, örnek seçim tekniği, anket formlarının uygulanış şekli ile toplanan birincil verilerin analizinde kullanılan istatistiksel analiz teknikleri başlıca değinilen konular arasında yer almaktadır.

Üçüncü bölümün ikinci kısmında ise, birincil verilerin analiz edilmesi yoluyla elde edilen bulgular değerlendirilmekte ve yorumlanmaktadır. Öncelikle, ankete cevap veren turist rehberlerinin birtakım demografik özelliklerine yönelik bulgular tablolar halinde özetlenmektedir. Bu tablolara yönelik değerlendirmelerden sonra, turist rehberlerinin tur yönetiminde *planlama*, *örgütleme*, *yöneltme ve etkileme*, *koordinasyon* ve *kontrol* ile ilgili karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırma bulguları tablolar halinde sunularak, ilgili bulgular yorumlanmaktadır. Bütün bunlara ilaveten, turist rehberlerinin, tur yönetimi ile ilgili düşüncelerinin ve karşılaştıkları sorunların (bağımlı değişkenler) birtakım demografik ve mesleki özellikler (bağımsız değişkenler) açısından anlamlı bir farklılık

gösterip göstermediğini sınamak için uygulanmış olan testlerin sonuçları da yorumlanmaktadır.

Birinci Bölüm:

TEMEL KAVRAMLAR

1.1. PAKET TUR İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Paket turun nasıl bir turistik ürün olduğu, hangi özellikleri taşıdığı, hangi paket tur çeşitlerinin bulunduğu, tercih edilme ya da edilmeme sebeplerinin neler olduğu, hangi aşamalardan geçilerek ve nasıl üretildiği gibi sorulara verilecek cevapların, bir turistik ürün olan paket turun ve çalışmanın takip eden bölümlerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.1.1. Paket Turun Tanımı

İngiltere'de "*inclusive tour*", Fransa'da "*voyage à forfait*", Amerika'da ise "*package tour*" terimleriyle ifade edilen (Hacıoğlu 1989) paket tur, Sheldon ve Mak'a göre (1987, 13) "çeşitli turistik ürünlerin (konaklama, ulaşım, yeme-içme, animasyon v.b.) bir araya getirilmesiyle oluşturulan ve turistlere tek bir fiyattan, tek bir ürün olarak sunulan bileşimdir".

Benzer bir tanımlama da, 13 Haziran 1990 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu (şimdiki Avrupa Birliği) ülkelerinde, paket turların hukuksal çerçevesini çizmeye yönelik çıkartılan 90/314/EEC Sayılı "Paket Seyahat, Paket Tatil ve Paket Turları Düzenlemeye Yönelik Konsey Kararı"'nın ikinci maddesinde yapılmıştır. İlgili karara göre paket tur, önceden hazırlanmış olan, ulaşım, konaklama ve diğer turistik hizmetlerden oluşan ve tek bir fiyattan satışa sunulan bir bileşimdir (European Union 1990).

Yukarıdaki tanımlara çok yakın, ancak farklı bir bakış açısıyla ele alınmış olan diğer bir tanım ise, turizm pazarlamasında söz sahibi olan Victor T. C. Middleton tarafından yapılmıştır. Middletton (1988, 273)'a göre paket tur, "ulaştırma, konaklama, yeme-içme, destinasyondaki (turistik çekim merkezi/turizm mahalli) çekicilikler ve diğer hizmetlerden (seyahat sigortası gibi) en az ikisini kapsayan standart, tekrarlanabilir ve tek bir fiyattan pazarlanan bir bileşimdir".

Belirtilen bütün bu tanımların ortak özelliklerine bakıldığında, her paket turun kapsadığı turistik ürün sayısının ve bu ürünlerin kombinasyonunun farklılık gösterebileceği anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bir paket tur yalnızca konaklama ve ulaşım hizmetlerini kapsarken, bir diğeri, bunlara ilaveten, yeme-içme, eğlence hizmetleri ile çevre gezilerini (yöresel turları) ve verilecek bütün tipleri (bahşişleri) kapsayabilmektedir (Sheldon 1986).

Paket turlar, tur operatörü olarak adlandırılan turizm aracıları tarafından hazırlanırlar. Tur operatörleri öncelikle konaklama, ulaştırma, yeme-içme ve diğer ağırlama işletmeleriyle sözleşmeler imzalayarak tur paketini geliştirirler. Daha sonra ise, geliştirdikleri bu paketi seyahat acenteleri veya kendi satış birimleri aracılığı ile tüketicilere sunarlar (Shaw, Morris 2000). Bu konuyla ilgili detaylı açıklamalar paket turların oluşumu konusunda yapılacaktır. Paket turlarla ilgili giriş niteliğinde burada verilen tanımlayıcı bilgilerden sonra, paket turların genel bir tarihçesine değinmek yerinde olacaktır.

1.1.2. Paket Turların Tarihçesi

Seyahat kavramı oldukça eski bir kavram olmasına rağmen, farklı hizmetlerin bir araya getirilmesiyle oluşan "paket seyahat" kavramı oldukça yeni bir kavramdır (İçöz 1998). Paket tur olarak da bilinen paket seyahatlerin başlangıcı 19. yüzyılın ikinci çeyreğine dayanmaktadır. İlk paket turlar 1841 yılında Thomas Cook tarafından İngiltere'de satılmıştır. Bu turlar, ulaşımın demiryolu ile yapılması ve konaklamanın pakete dahil edilmemesi yönleriyle günümüz paket turlarından bir takım farklılıklar göstermektedir. Seyahat eden kişilere, Thomas Cook'un ödeme garantisi sağlayan ve Avrupa'nın farklı yerlerinde bulunan 1200 otelde geçerli olan kuponlar (*voucher*) verdiği bilinmektedir. Paket tur endüstrisindeki diğer önemli bir gelişme de 1920'lerde buharlı gemi paket

turlarının yaygınlaşmasıyla olmuştur (Sheldon 1986).

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, ilk defa motorlu araçlarla turlar düzenleyen tur operatörleri, günlük ve uzun süreli turlar düzenleyerek, paket turlara yeni boyutlar kazandırmışlardır (Middleton 1988).

Yirminci yüzyılın ilk yarısında, ulaşımın yeterince hızlı ve konforlu olmaması, ulaştırma maliyetlerinin yüksek olması, insanların rahatça seyahat edebilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgi akışını sağlayabilecek iletişim imkanlarının yetersiz olması ve tur operatörlerinin kar edebilecekleri turizm pazarlarının yeterli olmamasından dolayı, paket tur ile seyahatler kısmen sınırlı kalmıştır (Sheldon 1986). Ancak, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bir dizi faktör hem turizm pazarının, hem de paket turla seyahatin hızla genişlemesine sebep olmuştur. Bu faktörler genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Yale 2001): (a) insanların büyük bir bölümünün ekonomik ve sosyal refah düzeyinin iyileşmesi; (b) bir çok çalışanın ücretli izin kullanma hakkına kavuşması; (c) savaş sonrası, savaş uçağı fazlalığının fark edilip, seyahat amaçlı kullanıma tahsis edilmesi; (d) havacılıkta daha hızlı ve daha uzağa uçmayı sağlayan yeniliklerin oluşması; (e) savaş sonrası demokrasi ve eşitlik anlayışının yaygınlaşması; (f) eğitimin iyileşmesi; (g) tur operatörleri tarafından verilen hizmetlerin daha ucuz ve kaliteli bir şekilde bir araya getirilmesi (paketlenmesi); ve (h) dünyanın her yerinden görüntü sunabilen televizyonun ve diğer haberleşme araçlarının neredeyse her eve girmesi.

Bütün bu gelişmelere paralel olarak, 1950'lerden itibaren geliştirilen yeni uçak modelleri daha hızlı, daha konforlu, daha güvenli ve diğer ulaşım araçlarına göre daha ucuz hale gelmeye başlamıştır. Ulusal havayolu şirketlerinin tarifeli seferlerinin kar etmesinin yanı sıra, özel havacılık şirketlerinin oluşturmaya başladıkları *charter* (tarifesiz) seferleri de ilgi görmeye başlamıştır. Esasen, paket tur endüstrisi, bu özel havacılık şirketleriyle tur operatörlüğü alanında çalışan yatırımcıların işbirliğinden doğmuştur. 1950 yılında "*Horizon Holidays*" adlı İngiliz tur operatörü, Korsika'ya havayoluyla 300 kişiye deneme amaçlı paket tur organize etmiştir. Benzer tur organizasyonları daha sonraki yıl ve onu takip eden yıllarda da başarıyla sürdürülmüştür. Bir kaç yıl içerisinde bu operasyonun potansiyel karlılığı bir çok seyahat acentesinin tur operatörlüğüne başlamasına sebep olmuştur. 1960'larda ise, kitle turist pazarına hitap eden paket turlar Avrupa seyahat endüstrisinde giderek önem

kazanmaya başlamıştır (Holloway 1986). Bu bağlamada, havayolu ulaşımının uzun mesafeli seyahatlerde kullanılan paket turların gelişmesinde ve yaygınlaşmasında önemli rol oynadığı söylenebilir.

Uluslararası yönelimli paket turlara göre biraz daha geç ortaya çıkan ulusal yönelimli (iç turizme yönelik) paket turların üretimi de 1980'li yıllardan itibaren önemli bir artış göstermiştir. Bu konuda çok kesin veri olmamasına rağmen, İngiltere'de satılan yurt içi paket turların sayısı, yurt dışı paket turların sayısıyla neredeyse aynı düzeydedir. Ancak, satıştan elde edilen gelirlerde farklılıklar gözlenmektedir (Middleton 1988).

Paket tur endüstrisi günümüzde de büyümeye ve farklılaşmaya devam etmektedir. Bir çok tur operatörü geliştirdiği ve sattığı paket tur çeşitlerinde uzmanlaşmaya giderek, ihmal edilmiş pazarlara (*niche markets*) doğru yönelmekte ve hizmet verdikleri özel ilgi gruplarına göre macera turları, sosyal ve kültürel amaçlı turlar gibi bir çok farklı içerikli paket turlar geliştirmektedirler (Sheldon 1986).

1.1.3. Paket Turların Özellikleri

Paket turlar, farklı hizmetlerin bir araya getirilmesiyle oluşan turistik ürünler olduklarına göre, turistik ürün özellikleri taşırlar. Bu nedenle, paket turların özelliklerini daha iyi anlayabilmek için, öncelikle turistik ürünün özelliklerine değinmek yerinde olacaktır. Turistik ürünün temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Mill, Morrison 1985; Holloway 1986): (a) soyutluk; (b) bileşiklik; (c) ayrılmazlık; (d) bozulabilirlik ve (e) heterojenlik.

Soyutluk: Turistik ürünlerin satın alınmadan önce denenmesi, görülmesi veya dokunulması imkansızdır. Ürünü satın alan kişinin algılayışına göre hizmet kalitesi de farklılık gösterebilir. Paket turlar, daha ziyade tüketicinin satın alma anındaki fikirleridirler. Bundan dolayı tüketiciler, basılı, görsel ve işitsel tanıtım araçlarına (broşür ve tanıtım filmi gibi) çok fazla güvenmek zorundadırlar (Atherton 1994).

Bir turist, bir paket turu satın alırken, sadece hizmetlerden oluşan basit bir bileşim satın almamaktadır, bunların yanı sıra yabancı bir çevrenin geçici kullanım hakkını da satın almaktadır. Oradaki coğrafi özellikleri, antik kentleri, jeolojik oluşumları, kültürü ve kültürel mirası, misafirperverliği, atmosferi ve bütün diğer soyut değerleri ve

hizmetlerin kullanımını da satın alabilmektedir. Bir turun planlanması ve hayal edilmesi de, o tura çıkmak kadar eğlenceli olabilmektedir. Aynı zamanda tur sonrası turu hatırlamak veya çekilmiş olan fotoğraflara bakmak da turun bir parçası olabilmektedir. Bundan dolayı paket turun öncelikle psikolojik çekiciliğinin bulunduğu söylenebilir (Holloway 1986).

Bileşiklik: Turistik ürün, bir çok farklı ürünün bileşiminden oluşmaktadır: ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence, yerel ulaşım, çekicilikler, geziler gibi. Bu ürünlerden birinin satın alınması, bir diğerine olan ihtiyacı da beraberinde getirmektedir. Örneğin, ulaşım ürününe olan talepteki artış veya azalma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi ürünlere olan talebi de etkilemektedir.

Farklı turistik ürünlerin bir araya getirilmesi ve organize edilmesi bireyler için zaman ve para açısından maliyet oluşturmaktadır. Turist açısından turistik ürünün her bir öğesini ayrı ayrı satın almak satın almanın "işlem maliyetini" arttırır ve seyahat organizasyonunu zorlaştırır. Tur operatörleri bu farklı ürünleri sunan işletmelerden mal ve hizmet satın alarak, bunları bir araya getirmek suretiyle paket turları oluştururlar (Kuşluvan, Karamustafa 2002).

Bozulabilirlik: Turistik ürünlerin envanterinin yapılması veya stoklanması imkansızdır, çünkü üretildikleri anda tüketilirler. Satılmamış bir hizmet başka bir zaman satılamaz, kayıp bir fırsat olarak görülür. Örneğin, bir otel odası veya uçak koltuğu satılamadığında, ertesi gün satılmak üzere saklanamaz. Paket turlar da bu tür hizmetlerin bileşimi olduklarından, aynı özelliği taşımaktadırlar. Bundan dolayıdır ki, otellerin veya uçakların doldurulması için büyük çabalar harcanmakta; bu yüzden zaman zaman "son dakika indirimi" (*last minute sales*) adı altında dikkate değer indirimler uygulanmaktadır.

Ayrılmazlık: Turistik ürünün ayrılmazlık özelliği, üretim ve tüketimin eşzamanlı olmasını ve bu nedenle turistik ürünün üretildiği yerde tüketilme zorunluluğunu ifade eder.

Kişiler, seyahate çıktıklarında, seyahat ettikleri yerlerdeki hizmetlerden faydalanmak için bu hizmetlerin üretildiği yerlere gitmek zorundadırlar. Bu da, turizm aracılarına ve dolayısıyla paket turlara olan ihtiyacı arttırmaktadır. Kendi bulundukları çevreden başka

bir sosyo-kültürel ve ekonomik çevreye seyahat etme arzusunda olan kişi yada kişiler, kendilerini detaylı bilgilendirecek, kendi adlarına seyahat organizasyonunu gerçekleştirecek, işler kötü gittiğinde kendileri ile ilgilenecek organizatörlere ihtiyaç duymaktadırlar (Kuşluvan, Karamustafa 2002). Bu organizatörler paket turlar düzenleyerek, seyahat eden kişilere tüm hizmetleri bir arada sunmaktadırlar.

Heterojenlik: Turistik ürünler, zamana göre kalite ve standartlarında farklılık gösterebilirler ve farklı hizmetlerin bileşiminden oluştukları için çok karmaşıktırlar. Bundan dolayı, bir turistik ürünün kullanımı iki farklı kişi için farklılık gösterebileceği gibi, aynı kişi için farklı zamanlarda tekrar üretilen bir ürün dahi o kişi tarafından farklı algılanabilir. Turistik ürün çoğunlukla hizmetlerden oluştuğundan, hem üreticinin, hem de tüketicinin üretim ve tüketim esnasındaki ruh hali, üretimin standart hale getirilmesini güçleştirmektedir.

> Bir paket tur, hatta sadece uçakla yapılan bir yolculuk bile aynı standartlarda olmamaktadır. Ani bir sarsıntı güzel giden bir uçak yolculuğunu bir kabusa dönüştürebilir veya deniz kıyısındaki bir tatil uzun süren bir yağmurla mahvolabilir. Paket tur, farklı hizmetlerin bileşiminden oluşan bir ürün olduğu için standartlar oluşturmak zor olmaktadır. Otelde çok iyi bir oda ve çok iyi bir hizmet, kötü bir yemek sonrası kolayca unutulabilmekte veya muhteşem bir otelde kalınmış olunsa dahi, destinasyona olan yolculuk kötü geçmiş ise, bunu gölgeleyebilmektedir (Holloway 1986, 5).

Paket turların da birer turistik ürün olmaları nedeniyle, turistik ürünün yukarıda kısaca açıklanan beş temel özelliği, paket turların genel özelliklerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Yukarıda belirtilen özelliklere ilaveten, Enoch (1996), paket turların özellikleri ile ilgili şu tespitlerde bulunmaktadır:

a) Paket tur, farklı kültürlere sahip uzak mesafedeki bölgelere seyahat ederken, sınırlı zamanda daha fazla yeri en güvenli bir şekilde ziyaret edebilmenin rasyonel ve etkili bir yoludur.

b) Paket tur, kişisel seyahate kıyasla genellikle daha ucuzdur, çünkü tur organizatörü konaklamayı, yemekleri ve ulaşımı toptan satın aldığı için daha ucuza sunabilmektedir.

c) Tüketicilerin, satın aldıkları paket turun oluşumuna bir katkıları yoktur, onlar sadece daha önceden hazırlanmış olan ve seçmeleri için sunulan bir çok farklı seyahat planından birini seçmektedirler.

d) Paket tur esnek değildir, önceden belirlenmiş bir plana göre ve tamamen tahmin edilebilir bir şekilde sürmesi gerekmektedir. Turistler paketin güzergahını değiştiremez ve tur operatörü broşürde söz verilen her şeyi yerine getirmekle sorumludur.

Enoch'un belirttiği bu özellikler, aynı zamanda paket turların temel avantaj ve dezavantajlarını da içermektedir. Ancak bu avantaj ve dezavantajların daha ayrıntılı bir şekilde ele alınması yerinde olacaktır.

1.1.4. Paket Turların Tercih Edilme Nedenleri (Sağladığı Avantajlar)

Paket turların, tüketiciler tarafından tercih edilmelerinin birçok nedeni olabilir. Esasen, paket turların tüketicilerce tercih edilme nedenlerini anlayabilmek için, paket turların tüketicilere sağladığı avantajlara bakmak gerekir. Bu avantajlar, paket turların; (a) az zamanda daha çok yer görme ve daha çok şey yaşama imkanı sunması; (b) garanti, rahatlık ve kişisel güvenlik sunması; (c) bireysel seyahate göre daha ucuz olup, tur için yapılacak harcamaları önceden belirleme imkanı sunması; ve (d) öğrenme, farklı insanlarla tanışma, yeni dostluklar kurma ve paylaşma imkanı sunması olarak sıralanabilir (Sheldon, Mak 1987; Quiroga 1990; Mill 1990; Dunn Ross, Iso-Ahola 1991; Kuşluvan, Karamustafa 2002).

1.1.4.1. Az Zamanda Daha Çok Yer Görme ve Daha Çok Şey Yaşama İmkanı Sunması

Quiroga'nın (1990) yaptığı bir araştırmaya göre, paket turların tercih edilme sebeplerinden en önemlisinin, paket turla seyahat etmenin, daha çok turistik çekiciliği ayrıntılı olarak gezip görme imkanı sağladığıdır.

Tur operatörleri, işin uzmanı olarak, gezilip görülebilecek en iyi yerleri seçerek, bu yerleri gezmek için en uygun süreyi ayırmaktadırlar. Özellikle gruplara yönelik paket turlarda bir tur yöneticisinin veya turist rehberinin bulunması, tur programında bulunan yerler hakkında detaylı bilgiler verilmesini ve hiçbir aksaklık olmadan o yerlerin gezilebilmesini sağlamaktadır.

Genelde bir destinasyona ilk defa gidenler, oraya daha önceden gitmiş olan kişilere göre

daha fazla bilgi alma ihtiyacı duyarlar ve seyahatlerinde paket turu tercih ederler. Seyahatlerinde bir çok destinasyonu aynı anda gezmek veya bir destinasyondaki bir çok farklı çekiciliği görmek isteyenler ile tatil için zamanları sınırlı olan insanlar da seyahat etmek için genelde paket turları tercih etmektedirler (Sheldon, Mak 1987).

Paket turla seyahat eden kişi, araç sürme, haritadan yer arama ve yol takip etme, konaklama tesisi arama, havaalanı transfer ayrıntılarıyla uğraşma gibi bir çok sıkıcı ve zaman alıcı uğraştan kurtarılmaktadır. Bu tür ayrıntıların planlanması ve organizasyonu tur operatörü tarafından yapılmakta ve seyahat eden kişi gezerek eğlenerek veya dinlenerek zamanını en iyi şekilde değerlendirme şansına sahip olabilmektedir.

1.1.4.2. Garanti, Rahatlık ve Kişisel Güvenlik Sunması

Turistlerin kişisel özellikleri, büyük ölçüde onların seyahat şekillerini ve tercihlerini belirlemektedir. Plog'un turist psikolojisi üzerine yaptığı bir araştırma, bu konuda bazı ipuçları vermektedir. Plog (2001) birbirine zıt, iki temel turist tipi olduğunu ortaya koymaktadır: içe dönük olanlar (*psychocentrics/dependables*) ve dışa dönük olanlar (*allocentrics/venturers*). İçe dönük olan turist tipi seyahatlerinde daha ziyade tanıdık ve güvenli bir ortam arar, bilinmezliğe ve maceraya pek açık değildir ve seyahati boyunca birileri tarafından yönlendirilmeyi ve bilgilendirilmeyi tercih eder. Dışa dönük olan turist tipi ise, kendinden emin, macera ve yeni tecrübelere açık, bilinmeyen yabancı ortamlara kolay uyum sağlayan ve seyahatlerinde "kendi işini kendisi görmek isteyen" bir yapıya sahiptir.

Bu iki turist tipi çok uç örneklerdir. Holloway (1986)'in de söylediği gibi, pratikte turistler genelde bu iki tipin ortasında yer almaktadır (*midecentrics*). Ayrıca, kişilik zaman içinde değişken bir olgu olabilmektedir ve farklı ortamlarda veya farklı bir zamanda aynı insan farklı şekillerde davranabilmektedir. Ancak, Plog'un turist tiplemesinin, paket turların sunduğu rahatlığı ve güvenliği anlamak için uygun bir zemin hazırladığı söylenebilir.

Bağımsız olarak seyahat eden kişi ne kadar deneyimli olursa olsun, seyahati esnasında bazı aksaklıklar çıkabilmektedir. Örneğin, bazen bir uçuşun iptal edilmesi, bir uçakta yer bulamama, bir otelde kendi rezervasyon kaydı ile karşılaşamama gibi sürprizler her zaman mümkün olabilmektedir. Paket turlarla seyahat bu tür kaygıları devre dışı

bırakabilmektedir, çünkü tüm düzenlemeler tur operatörü tarafından önceden yapılmaktadır; ayrıca grup rezervasyonları münferit rezervasyonlara göre turistik hizmet üreticileri tarafından daha fazla benimsenmektedir (İçöz 1998).

Quiroga (1990)'nın yaptığı araştırmaya göre, paket turların ikinci sıradaki tercih edilme sebebi, paket turla seyahatin kişisel güvenlik sunması, üçüncü sıradaki tercih edilme sebebi ise rahatlık sunmasıdır. Araştırmada, paket turların kişisel güvenlik sunma avantajı, özellikle ileri yaşlarda olan turistler tarafından çok önemli bir tercih nedeni olarak görülmektedir.

Kişisel güvenlik kaygısı, tek başına seyahat eden kadınlar için de paket turları tercih etmelerinde önemli bir neden olabilmektedir (Sheldon, Mak 1987).

Bir çok insan geleneklerin farklı olduğu, dilini bilmediği ve nelerle karşılaşabileceğini tahmin edemediği bir yere gitmek istemeyebilir. Özellikle denizaşırı ülkelere ve az gelişmiş ülkelere bireysel olarak seyahat etmek belirsizliklerle dolu olabilmektedir (Karamustafa 1999).

Paket turların düzenleyicisi olarak bilinen tur operatörleri, turistlerin seyahatleri boyunca güvende olması için her türlü önlemi alırlar ve onların karşılaşabilecekleri bütün riskleri en aza indirmeye çalışırlar (Cavlek 2002).

1.1.4.3. Bireysel Seyahate Göre Daha Ucuz Olup, Tur için Yapılacak Harcamaları Önceden Belirleme İmkanı Sunması

Tur operatörleri sundukları paket turları hazırlarken, farklı hizmet ürünlerini büyük hacimlerde (toptan) satın alırlar; bu yolla aldıkları ürünlerde önemli miktarlarda fiyat indirimi elde ederler (İçöz 1998). Turistler bireysel olarak satın aldıkları hizmetlerde bu seviyede bir indirimden yararlanamazlar. Bu nedenle, paket turları cazip kılan en önemli sebeplerden birisi ekonomik olmalarıdır. ABD'de 1975 yılında yapılan bir araştırmaya göre paket turların tercih edilme sebeplerinden ilki rahatlık sunmaları, ikincisi ise ucuz olmalarıdır (Sheldon, Mak 1987).

Paket turların sabit bir fiyatla satılması, turiste önemli bir avantaj sağlar. Sabit tur fiyatı, turistin tur boyunca harcayacağı toplam harcama miktarını göstermese de, turda en çok harcama gerektiren ulaşım ve konaklama giderlerinin önceden tespit edilmesini sağlar.

Tatil bütçesini kötü yönetmesinden dolayı, turistin turun ortasında parasız kalma gibi bir endişesi olmamakta veya bu endişe çok azalmaktadır. Tur ücreti, tur öncesi ödendiğinden, tur esnasında sadece bazı yiyecek ve içecekler ile gezip görme ve alışveriş gibi isteğe bağlı faaliyetler için para ayırmak gerekmektedir (Mill 1990).

1.1.4.4. Öğrenme, Farklı İnsanlarla Tanışma, Yeni Dostluklar Kurma ve Paylaşma İmkanı Sunması

Bir çok insan paket turu, gideceği destinasyonu keşfetmek ve o yer hakkında bilgi edinmek için bir fırsat olarak görmektedir (Mill 1990). Gruplara yönelik olan paket turlarda gidilen bölgenin veya ülkenin kültürünü, tarihini, ekonomik ve sosyal yaşamını iyi bilen bir turist rehberinin bulunması ve bu konularda tur boyunca ayrıntılı bilgi vermesi, yeni şeyler öğrenmek isteyen turistler için oldukça cazip gelmektedir.

İnsanlar her zaman içinde bulundukları yaşam tarzlarından uzaklaşarak grup seyahatlerinden psikolojik fayda ve rahatlama beklerken, diğer yandan da başarabilme güdülerini tatmin edebilme, bilgi edinme ve araştırma yapma amacını taşımaktadırlar (Dunn Ross, Iso-Ahola 1991). Paket turlarda, turistleri tatmin eden ve paket turları tercih etmelerine sebep olan faktörlerin arasında, paket turla seyahatin yeni insanları tanıma fırsatı sunması ve grup içerisinde farklı heyecanları paylaşma ile yeni arkadaşlar edinme gibi imkanları sunması, önemli bir yer tutmaktadır (Quiroga 1990; Kuşluvan, Karamustafa 2002).

Gruplara yönelik paket turlar, aynı ilgi alanını paylaşan insanları bir araya getirerek kaynaştırmaktadır. Bu tür turlar, kış sporları, su sporları gibi fiziksel faaliyetlere yönelik olabilecekleri gibi, tiyatro, tarih veya bahçe düzenlemesi gibi bir takım faaliyetlerle de ilgili olabilir (Mill 1990).

1.1.5. Paket Turlara Yöneltilen Eleştiriler (Oluşturduğu Dezavantajlar)

Paket turlara yöneltilen eleştiriler, daha ziyade tüketiciye getirdikleri dezavantajlardan dolayıdır. Bu eleştiriler, aynı zamanda paket turların tercih edilmemesinin temel nedenleri olarak gösterilebilir. Bunlar: (a) paket turun hazırlanmasında turistin katkısının bulunmaması; (b) paket turlarda esnekliğin olmaması; ve (c) grupla seyahatin getirdiği olumsuzluklar olarak gruplandırılabilir (Mill 1990; Enoch 1996; Manchini

1996; Tucker 2001; Gibson, Yiannakis 2002).

1.1.5.1. Paket Turun Hazırlanmasında Turistin Katkısının Bulunmaması

Turistler, özellikle kitle turizmine yönelik olan ve önceden standart olarak hazırlanmış paket turlarda her zaman istedikleri kombinasyonu bulamayabilirler. Her turist istediği oteli, istediği ulaşım aracını, istediği zaman diliminde ve istediği süredeki paket turu bulamayabilir. Otel tercihini yapabilse dahi, ulaşım aracını tercih etme şansı olamayabilir. Ulaşım ve konaklama uygun olduğu zaman ise, yemek, gezilecek ve görülecek yerlerle ilgili seçenekler sınırlı olabilmektedir.

Bütün bunlara ilaveten, paket turun programı ve güzergahı hazırlanırken de, özellikle kitle turlarında, turistin hiçbir katkısı olmamaktadır. Gezilip görülecek çekicilikleri seçme şansı ve bu çekicilikleri gezerken, her birinde kullanacağı zamanı veya boş zamanını belirleme şansı bulunmamaktadır.

Bütün bunlardan ötürü, bazı kişiler paket tur satın almak yerine, seyahatlerini kendi kendilerine planlamaktan hoşlanabilmektedir (Manchini 1996). Örneğin, "bağımsız olarak seyahat eden turist" paket turları seçmeyerek, seyahat planını kendisi oluşturarak, bağımsız hareket etmeyi tercih edebilmektedir (Gibson, Yiannakis 2002).

1.1.5.2. Paket Turlarda Esnekliğin Olmaması

Paket tur, belli bir plan ve program çerçevesi dahilinde, hiç bir belirsizlik olmadan sürmek zorundadır. Turist, turun güzergahında veya programında herhangi bir değişiklik yapamaz, çünkü tur operatörü söz verdiği her şeyi, hiç bir değişiklik yapmadan belirli bir plana ve turun amacına uygun olarak yerine getirmekle yükümlüdür (Enoch 1996).

Bir çok turist ilgi duymadığı yerde daha az, çok ilgisini çeken yerde ise daha fazla kalmak ister. Gidilen destinasyonda nerede ne kadar kalınacağı, hangi yollardan geçilerek nerelere ulaşılacağı ve hangi zaman dilimleri içerisinde turistik çekiciliklerin ziyaret edileceği, önceden belirlenmiştir. Bazı faaliyetler önceden belirlenmiş olup, bunların yerine başka bir faaliyete katılmak da ekstra ücrete tabi olabilmektedir.

Turistlerin büyük bir kısmı, kendilerini bu tür katı ve değişmez bir yapı içine sokarak

sabitleyen ve çevreleriyle ilişki kurmalarını kısıtlayan paket turları tercih etmeyerek, seyahatlerini bağımsız olarak kendileri düzenlemektedirler (Tucker 2001).

1.1.5.3. Grupla Seyahatin Getirdiği Olumsuzluklar

Gruplara yönelik paket turlar genelde bir tur aracı vasıtası ile gerçekleşmektedir. Bu tur aracı otobüs veya başka bir toplu taşıma aracı olabilir; ancak günümüzde grup turlarının büyük bir bölümü otobüsle yapılmaktadır. Bireysel olarak seyahat eden turistler ise, çoğunlukla kendi araçlarını, kiralık araçları veya destinasyondaki toplu taşıma araçlarını kullanmaktadırlar.

Otobüsle seyahat bir çok insan tarafından hala yavaş, konforsuz, çok ucuz ve modası geçmiş olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra bazı turistler kontrolü otobüs sürücüsüne bırakma fikrinden hoşlanmamaktadır (Mill 1990). Otobüs seyahatinin diğer bir özelliği, yolcuların dış çevreden fiziksel ve psikolojik olarak izole edilmiş olmalarıdır. Turistlerin kapalı bir çevrede seyahat etmeleri onların yerli halkla ilişki kurmalarını kısıtlamaktadır. Bu kısıtlama turistlerin kendi kültürlerinden olan insanlarla birlikte uluslararası seyahatlere çıktıklarında daha da belirgin hale gelebilmektedir (Holloway 1981).

Bir çok insan için tatil kişisel özgürlük ve bağımsız hareket etmek anlamına gelmektedir. Ancak, grupla seyahat bunu kısıtlamaktadır (Mill 1990). Grupla seyahatin en dikkat çekici olumsuzluğu, gruptaki diğer bireylerle ilişkilerin nasıl olacağı konusundaki belirsizliklerden kaynaklanmaktadır. Bazı turistler bir gruba dahil olduklarında, o gruptaki insanlarla arkadaşlık etmeye zorlanıyorlar gibi hissedebilirler. Gruptaki insanların yaşları ve ilgi alanları belirsiz olduğundan, geçici bir sürede bir gruba dahil olmak, bir çok kişi için cazip olmayabilir.

Bütün bunların yanı sıra gezilecek yerdeki mekanın dar veya bir grubun gezmesi için elverişsiz olması, bazı büyük grupların bu alanları gezip görmesini engellemektedir. Bireysel olarak seyahat eden turistler bu tür yerlerde çok daha rahat davranabilmektedirler.

1.1.6. Paket Turların Sınıflandırılması

1980'li yıllardan itibaren, dünya genelinde turizm pazarındaki büyümeyle birlikte, turistlerin beklenti ve ihtiyaçları da değişerek daha karmaşık bir hale gelmiştir. Değişen, artan ve karmaşık hale gelen bu beklenti ve ihtiyaçlar karşısında, tur operatörleri her turiste ayrı ayrı hitap edebilecek farklı ürünler hazırlamaya başlamışlardır. Bunun için paket tur pazarı bölümlere ayrılarak, her bir pazar bölümüne değişik ürünler sunma yoluna gidilmiştir (Yale 2001). Örneğin, dinlenme ve eğlenme amacıyla seyahat edenlere, gezme, görme, tanıma ve öğrenme amacıyla seyahat edenlere, macera arayanlara, sporla ilgili faaliyetlerde bulunmak amacıyla seyahat edenler ile gençlere, yaşlılara, bekarlara, çiftlere ve ailelere yönelik, içerikleri birbirinden oldukça farklı olabilecek paket turlar sunulmaktadır. Ayrıca, paket turların içeriklerinin, paket turun süresine ve yararlanılan ulaşım aracına göre de farklılıklar gösterdiği söylenebilir; haftalık, iki haftalık ve aylık turlar ile gemi (*cruise*) turları ve tren turları gibi.

Paket turların sınıflandırılması bir çok farklı kritere göre yapılabilmektedir. Yapılan sınıflandırmalar arasında en fazla kullanılan ve en kapsamlı olanı, paket turların niteliklerine göre sınıflandırılmasıdır. Ancak, bu sınıflamanın dışında, paket turlar coğrafik kapsamlarına ve seyahat amaçlarına göre de sınıflandırılabilir. Bu üç sınıflandırmaya aşağıda kısaca değinilmektedir.

1.1.6.1. Niteliklerine Göre Paket Turlar

Niteliklerine göre turlar dört ana başlık altında incelenmektedir: (a) bağımsız turlar; (b) gözetimli turlar; (c) eşlikli turlar; ve d) özel paket turlar.

1.1.6.1.1. Bağımsız Turlar (*Independent Tours*)

Adından da anlaşılacağı gibi, bu turlarda turist herhangi bir gruba bağımlı olmadan seyahat etmektedir; ayrıca turu yöneten ve tatil deneyimini yönlendiren bir görevli de bulunmamaktadır.

Ailesiyle veya arkadaş grubuyla birlikte seyahatini planlayan turistler, tur operatöründen paket turun sadece bazı temel elemanlarını satın almaktadır. Bu elemanlar: konaklama ve ulaşım; ulaşım ve kiralık araç; konaklama ve kiralık araç gibi farklı şekillerde

birleştirilmiş küçük birer paket tur olarak turistlere sunulmaktadır.

Bağımsız turların en yaygın olanı, hava ulaşımı ve kiralık araçtan (*fly and drive*) oluşan hizmet paketleridir. Bu paketlere, turistin isteği üzerine konaklama veya başka bir hizmet de ilave edilebilir.

Tur operatörleri hava ulaşımı ve kiralık araçtan oluşan bağımsız turlarda sundukları hizmetlerde esnek olmayabilirler: genellikle tarihleri sabit uçuşların ve sınırlı kategorideki kiralık araçların rezervasyonunu yapmakta olup, konaklama ve diğer hizmetlerin talebiyle pek ilgilenmemektedirler. Bu hizmetler, turist tarafından pakete dahil edilmek isteniyorsa, perakendeci seyahat acentelerine yönlendirilmektedirler. Bağımsız turlarda otel rezervasyonu yapılsa dahi, turistin tüm gezisini kapsayacak şekilde olmayabilir; bazen otel rezervasyonlarının kısmi olarak yapılması ve aradaki rezervasyonsuz günlerde turistin kendi inisiyatifinde konaklama yapması tercih edilebilir (Ahipaşaoğlu 1997).

Bağımsız turların temel amacı, turistin, özgürlüğünün ve hareket serbestisinin kısıtlanmadan, tur operatörünün toptan satın alıp fiyat indirimi sağladığı ürünlerden, esnek bir yapı içinde yararlanabilmesini sağlamaktır (Nickerson 1996).

1.1.6.1.2. Gözetimli Turlar (*Hosted Tours*)

"*Hosted tours*" kavramı, İçöz (1998) tarafından "karşılayıcılı turlar" olarak Türkçe'ye çevrilmiş olsa da, aynı kavram Ahipaşaoğlu (2001) tarafından "gözetimli turlar" olarak alınmıştır. Bu çalışmada "gözetimli turlar" ifadesini kullanmanın daha uygun olacağı düşünülmektedir .

Gözetimli turlar bağımsız turlardan biraz daha farklıdır; gidilen turistik destinasyonda tatilleri süresince turistlere faaliyetlerini planlamada ve her türlü sorunlarını çözmelerinde yardımcı olacak bir görevli (*host/representative*) bulunmaktadır. Bu görevli, turisti gönderen tur operatörünün veya karşılayıcı seyahat acentesinin temsilcisidir ve genelde turistlerin konakladığı otellerde sürekli veya günün belirli saatlerinde bulunarak, paket turla seyahat eden turistlere seyahatleriyle ilgili yardımcı olur (Nickerson 1996).

Gözetimli turlar, kültürel etkinliklerden ziyade dinlenmeyi tercih eden turistlere yönelik

olarak hazırlanan turlardır. Genel olarak, belirli bir turistik noktaya gidilip, orada tatil tamamlanarak geri dönme esasına dayanır. Tatilin amacı daha ziyade deniz, kum ve güneşten yararlanmaktır; genellikle tur boyunca tek bir konaklama tesisinde kalınır (Ahipaşaoğlu 2001). Eğer tur birden fazla bölgeyi kapsıyorsa ve programda birden fazla konaklama tesisinde konaklamaya ihtiyaç duyulursa, gidilen her bir konaklama tesisinde farklı bir acente görevlisi bulunmaktadır (İçöz 1998).

Bağımsız turlarda olduğu gibi gözetimli turlarda da, turistler istedikleri konaklama tesisini seçme ve hareket tarihlerini belirleme şansına sahipler: tatilleri süresince turistler boş zamanlarını istedikleri gibi değerlendirebilmekte ve sunulan hizmetleri kendi belirledikleri zamanlarda, beğendikleri ve arzu ettikleri ölçüde satın alabilmektedirler.

Gözetimli turları bağımsız turlardan ayıran en belirgin özellik, turistlerin destinasyonda programlı bazı tur ve faaliyetlere katılma şanslarının olması ve tatilleri süresince her konuda danışabilecekleri bir görevlinin bulunmasıdır. Bu turlarda, kısmen bağımsız olarak hareket etmenin yanı sıra, önceden düzenlenmiş bir takım faaliyetlere katılabilme imkanının olması da, seyahat eden kişi ya da kişiler için oldukça ideal olabilir (İçöz 1998).

1.1.6.1.3. Eskortlu Turlar (*Conducted / Escorted Tours*)

"*Conducted*" ve "*Escorted*" terimlerinin her ikisi de eskortlu turu ifade etmektedir ve her ikisi de yabancı literatürde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu terimler Türkçe literatüre farklı şekillerde geçmiştir. Örneğin, Ahipaşaoğlu (1997, 2001) "yönetilen turlar" terimini kullanırken, İçöz (1998) "eskortlu turlar", Mısırlı (2002) ise "rehberli turlar" terimlerini kullanmaktadırlar. Bu çalışmada "eskortlu turlar" teriminin kullanılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Paket turdan söz ederken, insanların aklına ilk gelen tur tipi eskortlu tur tipidir. Eskortlu tur; gezip görme, yeme-içme, ulaşım ve konaklama bileşenlerinin tamamını planlı ve programlı şekilde kapsayan bir paket tur çeşididir. Eskortlu tura katılan turist grubu, turun başından sonuna kadar birlikte seyahat etmektedir (Nickerson 1996). Bu turlarda genelde birden fazla turistik destinasyona gidilmekte ve geziler daha ziyade otobüsle gerçekleşmektedir. Tur boyunca turistlere eşlik eden profesyonel bir görevli

bulunmaktadır. Bu görevli turistlerin memnun edilmesinden, güvenliklerinden ve turun gidişatından sorumludur.

Her günü, saati ve ayrıntısı önceden planlanmış olan bu turlar gidilen bir ülkede ya da yörede mümkün olduğunca çok tarihi ve turistik yeri görmeyi, yöre halkı ile günübirlik yaşamı bir ölçüde paylaşmayı, geleneksel hayat tarzını gözlemeyi ve öğrenmeyi hedefleyen kültürel ağırlıklı turlardır (Ahipaşaoğlu 2001).

Bir çok insan eskortlu turları rahatlığından dolayı tercih etmekte, çünkü turdaki her şey daha önceden tamamen ayarlanmıştır. Turun gidişatından sorumlu olan tur görevlisi, "*check-in*" (otele giriş) ve "*check-out*"(otelden ayrılış)'ları, sınır geçişlerini, yemekleri, toplu bilet alımlarını ve her türlü diğer formaliteyi tur boyunca halletmektedir (Nickerson 1996).

Bu turlarda grubun serbest zamanı oldukça sınırlıdır, çünkü program çok detaylıdır ve grup üyelerinin bu programa uymaları beklenir (Mısırlı 2002).

Eskortlu turlar kendi aralarında "eşlikli" ve "rehberli" turlar olmak üzere ikiye ayrılabilmektedir (Ahipaşaoğlu 2001).

1.1.6.1.3.1. Eşlikli Turlar

Eşlikli turlarda, turun başlangıç noktasından bitiş noktasına kadar seyahat acentesi veya tur operatörünün profesyonel bir görevlisi turist grubuna eşlik etmektedir. Bu görevli "tur yöneticisi" (*tour manager*) veya "tur lideri" (*tour leader*) olarak anılmaktadır. Eğer tur yurtdışı turu ise, tur yöneticisinin gidilen ülkenin lisanını, o ülkede gerekli prosedürleri ve izlenecek güzergahın özelliklerini iyi bilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte tur yöneticisi, havaalanlarında grubun "*check-in*" işlemlerini, gümrük ve pasaport işlemlerini de yerine getirmekle sorumludur.

Turun düzenleniş ve uygulanış biçimine göre destinasyon ülkede, eğer bir turist rehberi o ülkeye varıştan ayrılışa kadar sürekli olarak grupla seyahat eder ve ülke hakkında gerekli bilgilendirmeyi yaparsa, tur yöneticisine sadece gruba sunulan hizmetlerin aksamadan yürütülmesi ve yüksek standartlarda tutulmasını sağlamak ile denetlemek düşecektir. Eğer destinasyondaki yasal düzenlemeler tur yöneticisinin ülke hakkında bilgi vermesine müsaade ediyorsa, tur yöneticisi gerekli sosyo-kültürel ve genel

ekonomik bilgileri aktarır, uzmanlık gerektiren belirli ören yerlerinde ya da müzelerde ise, nokta rehberlik hizmetleri verebilecek uzman kişilerin gruba gerekli bilgileri sunması sağlanır (Ahipaşaoğlu 2001).

1.1.6.1.3.2. Rehberli Turlar

Rehberli tur, esas olarak turist kabul eden ülkede verilen bir hizmet türüdür. Turist grubunun destinasyon ülkeye ayak basmasından bu ülkeyi terk edinceye kadar geçecek süre içerisinde, destinasyon ülkenin vatandaşı olan bir turist rehberi, turistlere her konuda yardımcı olmaktadır. Rehberli turları eşlikli turlardan ayıran en önemli özellik, turist gönderen ülkedeki tur operatörü veya seyahat acentasını temsil eden bir kişinin turlarda bulunmayışıdır (Ahipaşaoğlu 2001).

İsrail, Mısır, Türkiye ve Avrupa Birliği'ne üye olmadan önce Yunanistan gibi bazı ülkelerde, ülkeyi tanıtma ve bilgi verme işlevinin tur yöneticisi tarafından üstlenilmesine yasal olarak izin verilmemektedir. Bu ülkelerde, turistlerin ülkeye varışlarından ayrılışlarına kadar, o ülkenin vatandaşı olan turist rehberleri turist grubuna eşlik etmektedirler. Bu durumda turist rehberi, yol gösterme ve bilgi verme görevlerinin yanı sıra, tur yöneticisinin görevleri olan tanıtma ve turu yönetme görevlerini de üstlenmiş olmaktadır. Turun başından sonuna kadar ülke vatandaşı olan turist rehberi eşliğinde gezilmesi gereken ülkelere, ard arda turlar (*back to back tours*) düzenleyen tur operatörleri ayrıca bir tur yöneticisi göndermeyerek, tur maliyetlerinden tasarruf etmektedirler. Karşılayıcı seyahat acentesi (*handling/incoming travel agency*) de tecrübeli ve güvenilir ise, tur sadece turist rehberi eşliğinde gerçekleşmektedir (Ahipaşaoğlu 1997).

1.1.6.1.4. Özel Paket Turlar (*Special Formated Tours*)

Yukarıda belirtilen üç temel tur biçimine ek olarak genellikle tüm bir kitleye hitap etmeyen, bazı özel kesimleri ilgilendiren tur şekilleri de vardır. Bunlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır (İçöz 1998):

a) Teşvikli turlar (*incentive tours*): Firmalara yöneliktir ve işletme çalışanlarını ya da firmaların bayilerini ödüllendirmek amacı ile düzenlenir.

b) Toplantı turları: Kongre, seminer, sempozyum, konferans gibi faaliyetlere katılacak olan gruplara yönelik olarak düzenlenir.

c) Özel ilgi turları: Üyelerinin ortak bir ilgiyi paylaştığı kulüpler, topluluklar ve örgütler için düzenlenir. Örneğin, opera, fotoğrafçılık, kuş izleme, kelebek avlama, avcılık gibi.

Özel paket turlarda bütün düzenlemeler isteğe göre yapılmaktadır. Kalıplaşmış değillerdir ve genelde bir kurum ile tur operatörü arasında yapılan anlaşmaya göre şekillenmektedirler. Bu tür turlara "*tailor-made*" (ısmarlama) turlar da denilmektedir.

1.1.6.2. Coğrafik Kapsamlarına Göre Paket Turlar

Paket turlar, gidilen turistik destinasyonun uzaklığına göre "yakın mesafeli" ve "uzak mesafeli" olarak ikiye ayrılırken; gidilen destinasyonda, ziyaret edilen turistik merkez sayısına göre de, "tek merkeze yönelik" ve "iki veya daha fazla merkeze yönelik" turlar olarak adlandırılılar.

1.1.6.2.1. Yakın Mesafeli Paket Turlar (*Short Haul Tours*)

Yakın mesafeli turlar, havayolu ile beş veya altı saatten daha az bir sürede ulaşılabilecek destinasyonlara düzenlenen turlardır. Bu turlara en güzel örnek, günümüzde Kuzey Avrupa ülkelerinde Akdeniz havzasındaki deniz-kum-güneş ağırlıklı hizmet sunan ülkelere düzenlenen paket turlar gösterilebilir. Bu nedenle, bu tür turların, deniz-kum-güneş türü tek bir çekiciliği içeren özellikte turlar olduğu söylenebilir. Diğer özellikleri ise şöyle sıralanabilir (İçöz, 1998): (a) havayolu ulaşımı olarak *charter* uçakları kullanılır; (b) genellikle bir veya iki hafta *sürelidir*; (c) tek bir ülke ve merkeze yöneliktir; ve (d) yoğun dönemleri yaz sezonudur, ancak kış turizmine dönük olan yakın mesafeli turlar da bulunmaktadır. Örneğin, Alpler yakın mesafeli kış paket turları için çok tercih edilen bir destinasyondur.

1.1.6.2.2. Uzak Mesafeli Paket Turlar (*Long Haul Tours*)

Uzak mesafeli paket turların tanımı yapılmamış olsa da, turizm endüstrisinde 3000 milden veya havayolu ile altı saat uçuş mesafesinden daha uzakta olan yerlere yönelik

olan paket turlar "uzak mesafeli" olarak nitelendirilmektedir (Bowen 2001).

Uzak mesafeli paket turlar, yakın mesafeli turlara göre daha yeni bir gelişimdir. Yakıt ikmali için durmadan, daha uzun mesafe uçabilen uçakların gelişmesi, bu tür turların ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Başlangıçta sadece tarifeli uçak seferlerinin kullanıldığı bu turlarda, 1990'ların başından itibaren *charter* seferleri de kullanılarak kitle turizmine hitap edilmeye başlanmıştır (Yale 2001). Bu turların başlıca özellikleri şöyle sıralanabilir (İçöz 1998): (a) süreleri diğer turlara göre daha uzundur; (b) birden fazla ülkeye ya da merkeze yöneliktir; ve (c) yoğun oldukları bir tatil dönemi yoktur.

1.1.6.2.3. Tek Merkeze Yönelik Paket Turlar (*Minibreak / Shortbreak / Citybreak Tours, Resort Holidays*)

Bu turlar genelde iki ile dört gece arasında yarım pansiyon konaklama içermekte olup,genellikle kültürel çekicilikleri fazla olan kentlere yönelik düzenlenmektedir. Örneğin, Amsterdam, İstanbul, Paris, Prag, Roma ve Viyana gibi Avrupa şehirleri en çok tercih edilenler arasındadır. Festivaller ve bazı diğer toplumsal etkinliklerin gerçekleştirildiği şehirler de bu tür paket turlar için ideal birer destinasyondur. "Münih Bira Festivali" ve "Rio Karnavalı" bunlara örnek olarak gösterilebilir (Yale 2001).

Tek merkeze yönelik turlarda amaç, gidilen yeri yakından tanımak ve oradaki bir takım faaliyetlere katılmaktır. Bu turların en yoğun olduğu zamanlar ise üç dört günlük tatilin olduğu bazı resmi veya dini bayramlardır.

Tek merkeze yönelik turların diğer tipik bir örneği ise sayfiye yerlerine düzenlenen paket turlardır (*resort holidays*). Bu turların süresi bir ile iki hafta arasında değişmekte ve daha önce "gözetimli" ve "yakın mesafeli" turlardan bahsederken de belirtildiği üzere, bu turların temel çekiciliğini deniz-kum-güneş üçlüsü oluşturmaktadır.

1.1.6.2.4. İki veya Daha Fazla Merkeze Yönelik Paket Turlar (*Two Center or Multi-Center Tours*)

Bu tür turlar, turistlere eskortlu turlara katılmaksızın tatillerini birden fazla yerde geçirme imkan vermektedir. Bazen bu turların birinci haftasında kültürel çekicilikler eskortlu turla gezilerek, ikinci haftasında ise bir sayfiye yerinde deniz, kum ve güneşten

yararlanılabilir. Farklı merkezler arasındaki transferler karayoluyla, demiryoluyla ya da havayoluyla olabilmektedir. Safari turları iki merkeze yönelik turlara iyi bir örnek teşkil etmektedir. Genelde Doğu Afrika ülkelerinde yapılan bu turlarda, safari sonrası belirli bir süre sahildeki bir otelde istirahat edilmektedir. Böylece turist heyecanlı bir macera yaşamış, bir çok yer görmüş ve bundan sonra da dinlenmiş olmaktadır. Uzakdoğu ve Avrupa ülkeleri de çok merkeze yönelik turlar için oldukça popüler destinasyonlardır (Yale 2001).

Aynı ülkede veya farklı ülkelerde, farklı şehirleri kapsayan bu turlarda en çok tercih edilen yerler başkentler ve kültürel çekiciliği olan büyük şehirlerdir. Örneğin, Fransa'da Paris, Lyon, Marsilya; İtalya'da Roma, Venedik, Floransa; İspanya'da Madrid ve Barselona; Çek Cumhuriyetinde Prag; Macaristan'da Budapeşte; Uzakdoğu'da Hong Kong, Singapur ve Bangkok gibi şehirlerdir.

İki turistik merkez arasındaki ulaşım bağlantılarının çok iyi yapılması gereken bu turlarda, tur operatörü detaylı bir araştırma yapmalıdır. Özellikle çok merkeze yönelik düzenlenen turlarda, tur güzergahında farklı birkaç ülke yer alıyorsa, turun yönetimi tecrübeli kişilerce gerçekleştirilmelidir.

1.1.6.3. Seyahatin Amacına Göre Düzenlenen Paket Turlar

Seyahat etme arzusunda olan kişi ya da kişilerin seyahate çıkma motivasyonları farklılık gösterirken, seyahat etmeleri için bir çok sebep bulunabilir. Diğer bir ifadeyle, her bir bireyi seyahat etmeye iten farklı güdüler vardır ve seyahat amacını belirleyen de bu güdülerdir. Bu güdüler dokuz temel grupta toplanabilir: sağlık; merak; spor; eğlence; din; iş ve eğitim; dost ve akraba ziyareti; köklerini araştırma ve prestij. Bir tura çıkarken bu güdülerden en az biri, bazen de bir kaçı birden etkili olabilmektedir (Hudman, Hawkins 1989).

Turizm endüstrisinin her sektöründe olduğu gibi, tur operatörleri de pazarı öncelikli olarak seyahat amacına göre bölümlendirirler (Middleton 1989). Bu nedenle farklı niteliklerdeki paket turlar ortaya çıkmaktadır.

1.1.6.3.1. Dinlenme ve Eğlenme Amaçlı Düzenlenen Turlar

Bu turların en önemli özelliği, katılanların amacının daha ziyade stresten ve monotonluktan kurtulmak, rahatlamak, hoşça vakit geçirmek, eğlenmek ve sağlık kazanmaktır. En yaygın olan dinlenme ve eğlenme amaçlı turlar, bol güneş alan ve güzel plajları olan sayfiye yerlerine yapılan turlardır. "*Cruise*" olarak adlandırılan ve büyük yolcu gemileriyle yapılan turlarda da deniz, güneş, eğlence ve biraz da romantizm vardır.

Bu tür tatil paketlerine spor faaliyetleri, alışveriş, çevre gezileri ve bunlar gibi bir çok rekreatif faaliyet de dahil edilebilmektedir, ancak temel amaç rahatlama ve dinlenmedir (İçöz 1998).

1.1.6.3.2. Öğrenme ve Kültür Amaçlı Düzenlenen Turlar

Bu turlar turistlere meraklarını giderme, yeni şeyler öğrenme, farklı kültürleri tanıma ve farklı deneyimler yaşama fırsatı sunmaktadır. Turlarda genelde bir turist rehberi bulunmakta ve turistlere gerekli açıklamaları yaparak bilgilendirmektedir. Müze ve sanat galerisi ziyaretleri, tiyatro, sinema ve folklor gösterileri gibi kültürel aktiviteler bu turların en belirgin özellikleridir. Tarih, arkeoloji ve coğrafya gibi alanlarda bilgilenmek isteyen turistler için de, bu tür turlar önemli birer araç olmaktadır. Antik kentler, savaş meydanları, arkeolojik kazılar, farklı jeolojik oluşumlar, flora ve fauna gibi çekicilikler bu turlar sayesinde görülebilmekte ve ayrıntılı bir şekilde incelenebilmektedir.

Eğitim amacıyla seyahat eden öğrencilerin oluşturduğu gruplarla yapılan turlar da bu türdendir (Mısırlı 2002); sınıflarda öğrenilen bilgilerin görerek zenginleştirilmesi amaçlanır (İçöz 1998).

1.1.6.3.3. Din ve Etnik Amaçlı Düzenlenen Turlar

Din de seyahat için önemli bir itici faktör olabilmektedir. İnanç turları sadece dini vecibelerin yerine getirilmesi için kutsal olan mekanların ziyareti (hac) ile sınırlı değildir. Hac turlarının yanı sıra, mimari önemi büyük dini yapıları ziyaret etmek, farklı dini mekanlarda ibadet etmek veya oralardaki dini törenlere katılmak da, inanç turlarında sıkça yer alan faaliyetlerdir. Bunların yanı sıra, kutsal kitaplarda yer alan

tarihi mekanların gezilmesi veya din adına önemli işler yapmış kişilerin yaşadıkları yerlerin ziyaret edilmesi de dini amaçlı düzenlenen turların programlarında yer almaktadır.

Etnik amaçlı düzenlenen turlarda ise, turistlerin asıl amacı atalarının yaşadığı yerleri görmek, köklerini araştırmak ve anavatanını gezip görmektir. Örneğin, geçen iki yüzyılda Avrupa ülkelerinden bir çok insan göçmen olarak ABD'ye gitmiştir. Bunların önemli bir bölümü geldikleri ülkeyi ve köklerini unutmayarak anavatanlarını ziyaret etmek istemektedirler. Bu konuda uzmanlaşmış ve etnik amaçlı özel turlar düzenleyen çok sayıda seyahat acentesi bulunmaktadır (Hudman, Hawkins 1989).

1.1.6.3.4. Macera ve Spor Amaçlı Düzenlenen Turlar

Macera turizmi, doğal veya egzotik ortamlarda yapılan, riskli olmasına karşın kontrol edilebilir tehlikelerin yanı sıra, kişisel meydan okuma ile, yeni bir deneyim kazanma ve keşfetmeye yönelik faaliyetleri içeren turizm türüne denilmektedir (Sung, Morrison, O'Leary 1996).

1970'li yıllardan itibaren, rafting, safari, dağcılık, balonla gezinti, *bungee jumping*, dağ bisikleti ve daha bir çok farklı türdeki macera turlarına, özellikle gençlerin ilgisi artmıştır. Artan talebi karşılamak ve farklı isteklere hitap edebilmek için tur operatörleri ve seyahat acenteleri turlarını çeşitlendirmeye ve bu tür faaliyetlerde uzmanlaşmaya başlamışlardır (Sung, Morrison, O'Leary 2000).

Macera turlarında tipik ulaşım aracı olarak, her türlü arazide ilerleyebilecek büyük kamyonlar veya jeep türü arazi araçları kullanılmakta, konaklama ise genelde kamplarda veya motellerde yapılmaktadır (Yale 2001).

Spor amaçlı düzenlenen turlar, paket turların ilk dönemlerinden beri oldukça popüler olmasıyla beraber, son dönemlerde giderek farklı bir görünüm almaya başlamıştır. Tatillerini aktif olarak geçirmek isteyenler için golf, tenis ve kayak türü sportif faaliyetleri içeren turların yanı sıra, organize bisiklet ve yürüme turları da düzenlenmektedir (İçöz 1998). Spor amaçlı düzenlenen turlarda uzmanlaşmış birçok tur operatörleri bulunmasına karşın, uzmanlaşmamış bir çok operatör de, golf ve dalış turları gibi belli başlı bazı spor turları düzenlemektedirler (Yale 2001).

1.1.6.3.5. Ekolojik Çevreyi Gezme ve Görmeye Yönelik Düzenlenen Turlar

Eko-turizm ile ilgili yapılan tanımlarda üç temel özellik dikkat çekmektedir: (a) eko-turizmde çekicilik, doğal bir ortam veya bu ortamda bulunan elemanlardır (örneğin bitki ve hayvanlar); (b) doğayla turistlerin karşılıklı etkileşiminin bir sonucu olarak öğrenme amaçlanırken; (c) ekonomik ve özellikle ekolojik sürdürülebilirlik ilke edinilmektedir (Weaver 2001).

Son 20 yıl içinde insanların doğal çevreye ve doğal hayata karşı daha duyarlı davranmaya başlamaları ve bu duyarlılıklarını tur tercihlerinde de göstermeleri ekolojik çevreyi gezme ve görmeye yönelik düzenlenen turların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu turlar katılımcılarına alışık olmadıkları ekolojik sistemleri ve vahşi yaşamı kendi doğal ortamlarında keşfetme ve gözleme olanağı tanır. Bununla birlikte ekolojik turlar doğa ve çevreye karşı insanların duyarlılığının artmasına da katkı sağlayabilir (İçöz 1998).

1.1.6.3.6. Özel İlgi Turları

Bu turlar gelecekte önemli pazar potansiyeli yaratabilecek tur şeklini oluşturmaktadır. Tur operatörleri ortak bir ilgiyi paylaşan gruplar için farklı turlar oluşturmaktadırlar. Çikolata severler için düzenlenen İsviçre turları, Çin'e düzenlenen kuş gözleme turları bunlara örnek olarak gösterilebilir (İçöz 1998). Kuzey Amerika, Avustralya ve Yeni Zelanda'nın bazı bölgeleri ve özellikle Fransa'nın *Champagne* Bölgesi ise, şarap turizmine ev sahipliği yapmaktadır (Charters, Ali-Knight 2002).

Özel ilgi turlarını diğer paket turlardan ayıran en büyük özellik, turu hazırlayan tur operatörlerinin dağıtım kanallarını pek fazla kullanmamasıdır. Turistler turları doğrudan tur operatörlerinden satın alırlar. Diğer bir özellik ise, bu turlarda mevsimselliğin olmamasıdır. Örneğin, pul veya oyuncak bebek koleksiyoncuları gibi hobi grupları mevsim ayrımı yapmaksızın seyahat etmektedirler (Sorensen 1993). Genelde bu turlara katılanların sayısı ilgi alanına bağlı olduğundan sınırlı kalabilmektedir ve pahalı turlardır.

1.1.6.3.7. Özel İhtiyaçlılara Yönelik Düzenlenen Turlar

Görme engelli, işitme engelli ve yürüme engelliler gibi, özel ihtiyaçları olan turistlere yönelik olan turlardır. Bu turlarda seyahat edilen araçlarda, ihtiyaç duyulan hizmetlerin verilebilmesi için gerekli araç gereçler ile konaklama yapılacak tesislerde özel düzenlemeler yapılmış ve her türlü kolaylıklar düşünülmüştür.

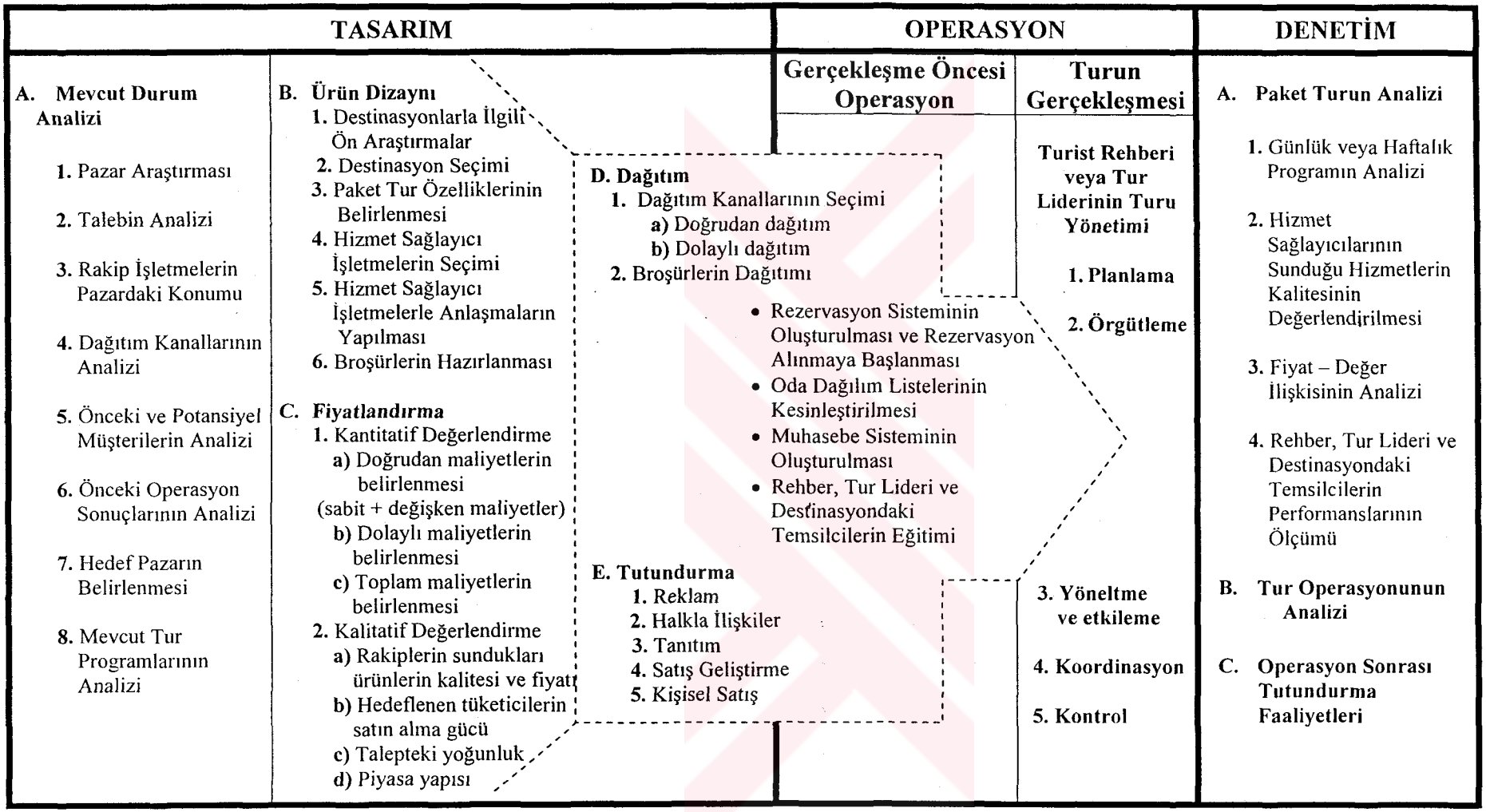
Bu turlar günümüzde çok yaygın olmasa da, gelecekte tur operatörleri bu pazarın daha da genişleyeceğini tahmin etmektedirler. Bir çok engelli insan sadece gezip görmekle kalmamakta, düzenlenmekte olan macera, spor ve ekolojik çevreyi görme ve gezmeye yönelik turlara da katılmaktadırlar (Ray, Ryder 2003). Bu tür faaliyetlere katılabilmeleri için engellilerin bir takım özel araç ve gereç ile kişisel yardıma ihtiyaç duymaları, tur operatörlerince dikkate alınmalıdır.

1.1.7. Paket Turların Oluşum Aşamaları

Daha önceden de tanımlandığı üzere paket tur, turistlerin seyahatlerinin başlangıcından bitimine kadar olan tüm hizmetleri kapsayabilir. Dolayısıyla bir paket tur çok değişik turistik hizmetlerin bir araya getirilmesiyle oluşmaktadır. Konaklama, ulaşım, alışveriş, çevre gezileri ve benzeri hizmetlerin bir araya getirilmesi uzun süre almaktadır, bu sebeple tur operatörleri ilk kez düzenleyecekleri turda, turun başlangıcından en az 18 ay önce, paket tur tasarım işlemlerine başlamaktadırlar (Hacıoğlu 1989).

Şekil 1.1'de de belirtildiği üzere, paket turun oluşumu üç temel aşamada değerlendirilebilir: (a) tasarım aşaması; (b) operasyon aşaması ve (c) denetim aşaması. Operasyon kendi içerisinde iki safhadan oluşmaktadır: birincisi, turun gerçekleşme öncesinde yapılan faaliyetler; ikincisi ise, turun gerçekleşme sürecinde yapılan faaliyetler.

Bu çalışmanın sonraki bölümlerinde, paket turların operasyon aşamasının gerçekleşme sürecindeki faaliyetlere daha ayrıntılı bir şekilde yer verilecektir. Ancak, bütün bu aşamalarla ilgili okuyucuyu bilgilendirmeye ve bu çalışmaya altyapı oluşturmaya yönelik değerlendirmeler yapılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.



Şekil 1.1. Paket Turların Oluşum Aşamaları (Mill, Morrison 1985; Kozak 1999'dan uyarlanmıştır)

Şekil 1.1'de görünen paket turların tasarım, operasyon ve denetim aşamaları aşağıda açıklanmıştır.

1.1.7.1. Tasarım Aşaması

Paket turların tasarım aşaması beş ana başlık altında incelenebilir (Mill, Morrison 1985; Hacıoğlu 1989; Kozak 1999). Bunlar sırasıyla: (a) mevcut durum analizi; (b) ürün dizaynı; (c) fiyatlandırma; (d) dağıtım ve (e) tutundurma.

1.1.7.1.1. Mevcut Durum Analizi

Paket turun tasarımına mevcut durum analizi ile başlanmaktadır. Mevcut durum analizinin ilk ve en önemli adımı pazar araştırmasıdır. Bu araştırma tur operatörü tarafından yapılabileceği gibi, bu konuda uzman başka bir kuruluşa da yaptırılabilir. Tur operatörü, araştırmanın sonuçlarını kullanarak ve gerekirse bazı ilave araştırmalar yaparak, turistik talep analizini, rakip işletmelerin pazardaki konumunu, dağıtım kanalları ile geçmiş ve potansiyel müşterilerinin analizini yapmaktadır. Bu sayede, elde edilen bilgilerle, rakiplerin politikaları ve mevcut turlara dahil edilen destinasyonlar hep birlikte değerlendirilerek, ne tür turların üretiminin kar getirici olacağına karar verilebilmektedir (Mill, Morrison 1985).

1.1.7.1.2. Ürün Dizaynı

Mevcut durum analizi tamamlandıktan sonra, oluşturulacak olan paket turun destinasyonu belirlenmekte ve bileşenlerinin biraraya getirilebilmesi için gerekli çalışmalara başlanmaktadır.

Destinasyonlarla ilgili ön araştırma yapılırken, tur güzergahı üzerinde ziyaret edilecek tüm yerler dahil varılacak bölgeye ait sistematik bilgiler toplanmalıdır. Yeni (hiç turlara açılmamış) destinasyonlar az olduğu için araştırma yapılırken hedef, keşfedilmemiş destinasyonlar bulmakla birlikte, mevcut olanların daha ilgi çekici hale getirilmesi ve yenilenmesi de olabilir (Kozak 1999). Bu bağlamda, tur operatörlerinin yeni bir turistik destinasyonu tur programlarına dahil ederken şu kriterleri dikkate aldıkları öngörülmektedir (Karamustafa, Kuşluvan 2001):

a) Turistik çekicilikler: Turistik destinasyonda var olan doğal çekicilikler (iklim, manzara, deniz, jeolojik oluşumlar, su kaynakları gibi); insan yapımı çekicilikler (önemli sanatsal ve mimari yapıtlar, eğlence parkları, alışveriş merkezleri, marinalar gibi); ve sosyo-kültürel çekicilikler (tarih, folklor, sanat, eğlence,önemli toplumsal etkinlikler gibi) turistik ürünün çekirdeğini oluşturmaktadır.

b) Turun maliyeti ve fiyatı: Tur operatörleri, birer ticari işletme olmalarından dolayı, bir destinasyonu tur kataloglarına ve broşürlerine dahil etmeye karar vermeden önce, düzenleyecekleri turun maliyetini ve bu turu satıp satamayacaklarını dikkate alırlar.

c) Destinasyonun ulaşılabilirliği: Destinasyonun ulaşılabilirliği, ulaşımın maliyeti ile kolaylığı ve ulaştırma araçlarının hızı ile ilgilidir. Bir destinasyon zaman ve maliyet açısından ne kadar kolay ulaşılabilir olursa, tur operatörleri için de o kadar çekici olur.

d) Turistik imkanlar, hizmetler ve bunların kalitesi: Turistlerin destinasyonda ulaştırma, konaklama, yeme-içme, alış-veriş, eğlence ve benzeri ihtiyaçlarının karşılanması gerekir. Bu ihtiyaçların karşılanmadığı veya bu hizmetlerle ilgili düşük kalitede hizmet veren işletmelerin bulunduğu destinasyonlara turistik talep sınırlı olacaktır. Bu nedenle de, bu destinasyonlar tur operatörlerince pek fazla tercih edilmeyecektir.

e) Destinasyonun ekonomik-sosyal-politik istikrarı ve güvenliği: Bir destinasyonun ekonomik, sosyal ve politik olarak istikrarsız olması, o destinasyona olan turistik talebi azaltabilmektedir, bu da tur operatörlerinin bu türden destinasyonları tercih etmemelerine neden olabilir.

f) Destinasyonun sağladığı bilgi: Tur operatörlerinin bir destinasyona tur düzenlemesini kolaylaştıran faktörlerden bir diğeri de, destinasyonla ilgili sahip oldukları bilgidir. Bu bilgi potansiyel turistleri bilgilendirmek ve tur programı hazırlamak için kullanılmaktadır. Destinasyondaki doğal ve insan yapısı çekicilikler, önemli sosyo-kültürel faaliyetler ile ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence ve altyapı imkanları hakkındaki bilgilerin tur operatörlerinin elinde bulunması, destinasyon seçimi ve tur düzenleme kararlarında etkili olabilecektir.

g) Destinasyondaki halkın misafirperverliği: Bir turistik destinasyonda yaşayan yerel halkın turistlere karşı olan tutum ve davranışları destinasyon seçimini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Bir destinasyondaki yerel halkın dostça olmayan tutum ve davranışları, tur operatörlerinin söz konusu destinasyonu seçmelerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

h) Destinasyondaki çevre kalitesi: Turistlerin bir destinasyona gitmelerinin asıl sebebi, orada var olan ve çevrenin bir parçası olan çekiciliklerdir. Turistik destinasyonlarda çevrenin bazı doğal ve insan yapımı öğeleri turistik çekicilikleri oluşturmaktadır. Doğal olarak insanlar çevre kalitesinin yüksek olduğu destinasyonları tercih etmektedirler. Özellikle son yıllarda hızla gelişen çevre bilinci bu tercihin oluşmasında en etkili faktörlerden biri haline gelmiştir. Bu tercihi dikkate alan tur operatörleri destinasyon seçiminde çevre kalitesine önem vermektedirler.

i) Destinasyonun imajı: Potansiyel turistlerin herhangi bir destinasyon hakkında sahip oldukları kanaatler ve intibaların toplamı olarak tanımlanabilen "destinasyon imajı", bir destinasyonun turistler tarafından tercih edilmesinde oldukça önemli rol oynamaktadır. Dolayısıyla, destinasyonun sahip olduğu imajın olumlu veya olumsuz olması, o destinasyonun tur operatörleri tarafından da tercih edilip edilmeyeceğini belirleyebilmektedir.

j) Diğer faktörler: Destinasyona olan genel turizm talebi, tur operatörlerinin destinasyondaki yatırımları ve geliştirdiği işbirlikleri, destinasyondaki örgüt ve işletmelerin tur operatörlerinin tanıtma çabalarına katkıları gibi faktörler de tur operatörlerinin destinasyon seçim kararlarını etkileyebilmektedir.

Tur düzenlenecek olan destinasyon belirlendikten sonra turun niteliğine ve tur programına karar verilmelidir. Hareket tarihleri, turun süresi, kullanılacak ulaşım araçları ve destinasyonda tura dahil edilecek konaklama tesisleri, ziyaret edilecek yerler ve diğer hizmetler gibi konularda daha ayrıntılı çalışmalar yapılmalıdır.

Eskortlu paket turlar hazırlanırken, bir günde kat edilecek mesafe, turistler için ayrılacak serbest zaman, alış veriş için ayrılacak zaman ve konaklama yapılacak yerin tespit edilmesi büyük önem arz etmektedir. Bir günde alınabilecek yol, genelde arazi yapısına ve yol kalitesine göre farklılık göstermektedir. Tur programın yoğunluğu en

uygun seviyede tutulmalı; turistleri en az yoracak sayıdaki ve nitelikteki ziyaret yerleri ile faaliyetler tur programına dahil edilmelidir (Mill 1990).

Bütün bu ön çalışmalar tamamlandıktan sonra, işbirliği için seçilen ve paket turun bileşenlerini oluşturacak hizmetleri üreten işletmelerle anlaşmalar yapılmalıdır. Türkiye'de seyahat acentaları ile konaklama tesisleri arasında yapılacak anlaşmalar 23.03.1983 Tarihli ve 17996 Sayılı Yönetmelikle belirlenmiştir. Bu yönetmelikte üç farklı anlaşma türünün yapılması öngörülmektedir (Kalkan 1995). Bunlar:

a) Bireysel müşteri anlaşmaları: Sayıları bir ile 10 arasında değişen müşterilerin, aynı konaklama tesisinden yararlanması, için yapılan anlaşmalardır.

b) Grup anlaşmaları: 11 ve daha fazla kişiden oluşan grupların aynı konaklama tesisinden yararlanabilmesi için yapılan anlaşmalardır.

c) Kontenjan anlaşmaları: Bu anlaşmalar, aynı konaklama tesisine ard arda düzenli olarak gelecek gruplar veya münferit müşterilerle ilgili olarak ya da odaların belirli bir dönem tahsisini gerektiren hallerde düzenlenirler. Kontenjan anlaşmalarının *garantili kontenjan anlaşması* ve *garantisiz kontenjan anlaşması* olmak üzere iki farklı türü vardır. Garantili kontenjan anlaşmalarında belirlenen oda kontenjanı kesin rezervasyonla kapatılmakta ve odalar satılsa da satılmasa da, oda ücretleri ödenmektedir. Garantisiz kontenjan anlaşmalarında ise, satış yapılan oranda konaklama tesisine rezervasyon verilmekte ve odalar fiilen satıldığı zaman ödeme yapılmaktadır. Garantisiz kontenjan anlaşmaları en yaygın anlaşma türüdür.

Turun başlangıç tarihinden yaklaşık 12-14 ay önce yapılan bu anlaşmalar çok detaylıdır ve genel olarak şu konuları kapsar (Kozak 1999): (a) ödeme koşulları ve kredi olanakları; (b) iptal kuralları; ve (c) oda ve isim listelerinin değişikliklerine yönelik kurallar.

Yurt dışına turlar organize eden tur operatörleri, destinasyon ülkede bir seyahat acentesi ile *incoming* sözleşmesi yaparak, ürünün en iyi şekilde üretilmesi ve tüketilmesine yardımcı olunmasını isteyebilirler. Böylece yerel acente, destinasyona ulaşım dışında, destinasyondaki tüm hizmet anlaşmalarının yapılmasından ve hizmetlerin verilmesinden sorumlu olabilir (Hacıoğlu 1989). Bu tür işbirliğine gidilmesi, herhangi bir problem

halinde müdahale kolaylığı ve sorumluluğun devri açısından tur operatörüne büyük avantaj sağlamaktadır (Ahipaşaoğlu 2001). Tur operatörlerinin yerel seyahat acentaları ile *incoming* sözleşmeleri yaparak işbirliğine gitmeleri, ancak çok merkezli turlar düzenlediklerinde olmaktadır. Örneğin, sayfiye yerlerine düzenlenen tek merkezli turlarda, büyük kitle turları düzenleyen tur operatörleri yerel seyahat acentalarının hizmetlerine pek başvurmamakta, destinasyonda kendi temsilcilerini bulundurarak birtakım yerel hizmetlerin yürütülmesini ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadırlar (Karamustafa 1999).

Konaklama ve ulaşım hizmetleri, paket tur fiyatının önemli bir kısmını oluşturduğundan, tur operatörleri konaklama ve havayolu işletmeleri gibi tedarikçilerle yakın ilişkiler geliştirerek ve hatta onlarla dikey olarak entegrasyona giderek, bu hizmetler üzerinde daha fazla kontrol sağlamayı amaçlamaktadırlar (Karamustafa 2000; Klemm, Parkinson 2001; Yale 2001; Medina-Munoz, Garcia-Falcon 2003).

1.1.7.1.3. Fiyatlandırma

Paket tur programı belirlendikten ve hizmet sağlayıcılarla sözleşmeler yapıldıktan sonra turun satış fiyatı oluşmaya başlamaktadır.

Öncelikle turun maliyeti hesaplanmaktadır. Tura katılan kişi sayısına bakılmaksızın yapılan harcamaların sabit maliyeti ve değişken maliyeti, kişi başına yapılan harcamalar dikkate alınarak belirlenir. Diğer bir ifadeyle *charter* ulaşımı, otobüs kiralama ve turist rehberi veya tur yöneticisi hizmetleri için yapılan harcamalar sabit maliyeti oluştururken; konaklama, yemekler ve müze giriş ücretleri gibi kişi başına yapılan harcamalar da turun değişken maliyetini oluşturmaktadır (Mill 1990).

Sabit ve değişken maliyetler doğrudan turla ilgili harcamalar olduğu için, bunlar doğrudan maliyeti oluşturmaktadır. Dolaylı olarak yapılan bazı harcamalar da vardır: örneğin, pazarlama harcamaları, çalışanlara ödenen ücretler ve bazı diğer genel üretim giderleri; bunlar ise dolaylı maliyeti oluşturmaktadır. Doğrudan ve dolaylı maliyetlerin toplamı turun toplam maliyetini oluşturur. Bu maliyete işletme karı ve perakendecilerin komisyonu da eklenince turun satış fiyatı ortaya çıkmaktadır. Bu süreç çok basit gibi görünse de, iyi eğitim almış kişilerin çok detaylı çalışmalarını ve tahmin yeteneğini gerektirmektedir (Nickerson 1996). Bunun sebebi ise, tur fiyatı belirlenirken kantitatif

değerlerin de ötesinde, bir takım kalitatif değerlerin de göz önünde bulundurma gerekliliğidir. Bu değerleri şöyle sıralayabiliriz (Middleton 1988): (a) rakiplerin sundukları ürünün kalitesi ve fiyatı; (b) hedef kitlenin satın alma güçleri; (c) talepteki yoğunluk ve (d) piyasanın yapısı.

Ürün dizaynı ve fiyatlandırma yapıldıktan sonra, sıra ürünün tüketiciyle buluşmasına gelir. Paket tur tasarımının son iki safhası, *dağıtım ve tutundurma*, hareket tarihinden yaklaşık 10-12 ay önce başlamaktadır. Bu safhalar turun başarısı için büyük önem arz etmektedir ve kapsamları tur operatörünün büyüklüğüne ve hedeflenen pazar bölümlerinin genişliğine bağlı olup, broşür dağıtımı, medya reklamları, kişisel satış ve dağıtım kanallarıyla ilişkileri gerekli kılmaktadırlar (Mill, Morrison 1985).

1.1.7.1.4. Dağıtım

Tur operatörlerinde pazarlamanın başarıya ulaşmasını etkileyen önemli faktörlerden birisi dağıtım kanallarının seçimidir. Broşür haline getirilen paket tur, dağıtım kanalları tarafından belirlenen satış noktasında tüketicilere sunulmaktadır. Son yıllarda Avrupa'daki bazı büyük tur operatörleri kendi ürünlerinin satışını arttırmak amacıyla turlarını kendi satış noktalarında tüketiciye sunmaktadırlar. Böylece paket turların üreticiden aracısız olarak tüketiciye ulaştırılması sağlanır ve tur operatörleri satışlarını etkin bir şekilde kontrol imkanına sahip olurlar (Hacıoğlu 1989).

Paket turların doğrudan dağıtımı, tur operatörlerinin çalışanları tarafından yürütülmektedir ve bu bazı küçük tur operatörleri için temel pazarlama stratejisi olabilmektedir. Büyük tur operatörleri ise satış temsilcileri kullanarak turlarını dağıtım kanallarına (perakendeci seyahat acentelerine) ulaştırmayı amaçlamaktadır (Poynter 1993). Her iki durumda da doğrudan satış yapılmakta ve bu yüz yüze görüşmeyle, telefonla ya da günümüzde Internet aracılığıyla gerçekleşebilmektedir.

1.1.7.1.5. Tutundurma

Paket tur soyut bir bileşik ürün olduğundan, tur operatörleri için broşürler en önemli pazarlama aracıdır. Tur operatörünün imaj oluşturmasına yardımcı olmakla birlikte, turistlere turlar hakkında bilgi vererek ve onlara "hayaller kurdurarak" turu satın almaya ikna etmektedir (Yale 2001).

Broşürlerde tur operatörünün ürünleri ve o ürünlerle ilgili bazı açıklama, fotoğraf ve diğer detayların yanı sıra, iptaller ve para iadeleri hakkında da bilgi verilmektedir. Broşürde verilen bilgilerin kesin olması gerekmektedir; eğer bazı sınırlamalar varsa bunlar açıklanmalı, çünkü broşür aynı zamanda bir belge niteliği taşımakta ve tur operatörünün yerine getirmekle yükümlü olduğu hizmetleri kapsamaktadır (Poynter 1993).

Sadece broşürlerde yeralan fotoğraflarla ve cümlelerle bir tatilin anlatılabilmesi oldukça zor olduğundan, 1980'lerde evlerde video cihazlarının yaygınlaşmasını fırsat bilerek, bazı tur operatörleri en popüler tur programlarını tanıtmak için video kasetler hazırlamaya başlamıştır. Günümüzde CD teknolojisi kullanılarak büyük miktarlarda bilgi ve fotoğraf bir diske yüklenebilir, bu da CD teknolojisinin geleneksel broşürün yerini alabilecek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Yale 2001).

Günümüzde broşürün yerini almaya başlayan diğer bazı pazarlama araçları da vardır; bunlar elektronik broşürlerdir (Internette yayınlanan *web* sayfaları ve televizyon yayınlarının *teletext* sayfaları). Broşür bir-kez basılıp dağıtıldıktan sonra işlevini yitirmekte, oysa acentanın Internetteki *web* sayfası veya *teletext* sayfası sürekli güncellenerek zenginleştirilebilmekte ve uzun süreli etki yaratma imkanı sunmaktadır. Özellikle Internet sayfalarına her türlü görsel ve işitsel materyallerin (*multimedya*) eklenebilmesi, elektronik broşürlerin daha fazla ve daha ayrıntılı bilgi içermesini sağlamaktadır.

Üretici ile tüketici arasındaki iletişimi sağlayacak olan başka bir pazarlama aracı da reklamlardır. Reklamların asıl amacı, tüketicilere evlerinde veya ürünlerin satıldığı yerlerden uzakta iken ulaşabilme ve onların satın alma davranışlarını etkileyebilecek mesajlar iletebilmektir (Middleton 1989). Tur operatörleri mesajlarını iletmek için çok çeşitli medya türleri kullanmaktadırlar: televizyon, radyo, günlük gazeteler, ticari basın, dergiler (turizm ve seyahat dergileri) gibi. Bunların arasından hangisi hedef kitleye daha fazla hitap ediyorsa ve hangisi mesajı daha etkin iletebiliyorsa o seçilmektedir. Genelde tek bir medya türü, büyük tur operatörlerinin hedef kitlesini tamamen kapsayamamaktadır, o zaman bir çok medya türünde aynı anda reklam verilmektedir (Middleton 1989). Özel ilgi turları konusunda uzmanlaşmış tur operatörleri ise, özel ilgi turlarının reklamlarını daha ziyade o ilgi alanına yönelik yayın yapan medya organlarına

yaptırmaktadırlar (Sorensen 1993).

Yüz yüze ya da telefonla iletişim çift yönlü, yani karşılıklı olan bir iletişim yöntemidir. Bir mesaj gönderilir ve hemen yanıt verilerek karşılığı alınır. Diğer iletişim yöntemlerinde ise mesaj verilir, fakat bundan sonraki aşamalar müşteriye bağlıdır (Kozak 1999). Bütün bunlardan dolayı kişisel satış en etkili satış yöntemi olarak bilinmektedir. Bir çok tur operatörü turistlere posta ile ulaşmaya çalışmaktadır. Turla ilgili tanıtım formları ve broşürler mevcut müşterilere veya tur alma ihtimali yüksek olan potansiyel müşterilere posta ile gönderilmektedir (Poynter 1993). Bütün bu geleneksel yöntemlerin yanı sıra, turizm endüstrisinin her alanında olduğu gibi, paket turların pazarlanmasında da bilgi teknolojileri geniş yer tutmaya başlamıştır.

Bilgisayar destekli rezervasyon sistemleri (*CRS-Computerised Reservation Systems*), global dağıtım sistemleri (*GDS-Global Distribution Systems*), Interaktif dijital televizyon (*IDTV-Interactive Digital Television*), mobil iletişim araçları (*GSM-Global System for Mobile Communication*) ve Internet (*WWW- World Wide Web*), sadece dağıtımda kolaylık getirmekle kalmamakta, bunun yanı sıra maliyet avantajı ve üretici ile tüketici arasında interaktif iletişim kurulmasını sağlamaktadır (Buhalis 1998; Buhalis, Licata 2002). Bunların arasından, özellikle Internet ile çok sayıda insana ulaşılabilmekte ve 365 gün, 24 saat boyunca tüketiciyle yakın temas kurulabilmektedir. Internet görsel ve işitsel materyallerin kullanımına imkan vererek, soyut olan turistik ürünün daha iyi tanıtılmasına ve üretici ile tüketici arasında sağlıklı iletişimin kurulabilmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Buhalis, Licata 2002).

Bir çok tur operatörü ve seyahat acentesinin, hem tanıtım (elektronik broşür) hem de online rezervasyon/satış amaçlarına yönelik olarak hazırlanmış *web* sayfaları bulunmaktadır. Bunun da ötesinde, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi, sadece sanal ortamda faaliyet gösteren, yeni sanal seyahat acenteleri ve tur operatörleri aracılığı ile de seyahatler organize edilebilmektedir (Karamustafa 2002).

1.1.7.2. Operasyon Aşaması

Tur operasyonu, hareket tarihinden yaklaşık altı ay önce başlamaktadır (Mill, Morrison 1985). Operasyon aşaması iki ayrı safhada ele alınabilir: (a) turun fiilen başlamasına kadar olan tüm işlemleri kapsayan turun gerçekleşme öncesi operasyon safhası; ve (b)

tura hareketten, tur dönüşüne kadar olan süreyi kapsayan, turun gerçekleşme safhası.

1.1.7.2.1. Turun Gerçekleşme Öncesi Operasyon Aşaması

Bu aşamada operasyon programını gösteren detaylı çizelgeler hazırlanmakta ve her turist hakkındaki bilgileri ve ödeme ayrıntılarını gösterebilecek bir rezervasyon sistemi kurulmaktadır. Her farklı destinasyon için, rezervasyon sistemi ile o destinasyonda yer hizmetlerini sunan karşılayıcı acente arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Rezervasyonlar genelde farklı perakendeci acentalardan veya tur operatörünün kendi satış biriminden gelmektedir; rezervasyonların teyit edilerek kaydedilmesi ve dosyalanması gerekmektedir (Mill, Morrison 1985). Bu evrede muhasebe sistemi de oluşturularak turlarla ilgili bütün girdi ve çıktılar kayıt altına alınmaktadır. Turistlerden alınan depozitolar, gerekirse hizmetleri sunan bağlantılı turizm işetmelerine ulaştırılmakta veya bazı diğer ön ödemeler yapılmaktadır. Eskortlu turlar düzenleyen tur operatörleri bu evrede oda dağılım listelerini kesinleştirmekte ve eğer turlarda tur lideri istihdam edeceklerse, onların tur öncesi eğitimlerine başlamaktadırlar. Başarılı bir tur öncesi çalışma, başarılı bir turu olası kılar. Rezervasyonlar, depozitoların ödenmesi, güzergahların kesinleştirilmesi ve diğer tüm konuların takibi ve incelenmesi önceden planlanarak ve güçlü bir iletişimle yapıldığında, tur operasyonu daha başarılı bir şekilde gerçekleşecektir (Kozak 1999).

1.1.7.2.2. Turun Gerçekleşme Aşaması

Bu aşamayı tur operatörü kendisi üstlenebilir veya yer hizmetleri sağlayan bir yerel acenta ile anlaşma yapılarak, o acentaya devredebilir. Her iki durumda da, eskortlu turlarda turist rehberi veya tur lideri, gözetimli turlarda ise, konaklama tesislerindeki tur operatörlerinin temsilcileri (*host/representative*) turun başarısında ve turistlerin memnun edilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Gözetimli veya tek merkeze yönelik turlarda, turun gerçekleşme safhası fazla karmaşık değildir. Turistler tek bir konaklama tesisinde tatillerinin sonuna kadar kalmakta ve zamanlarını istedikleri gibi değerlendirmektedirler. Transferler, bilgilendirme toplantıları ve günlük çevre gezileri dışında, programlı olarak ve grup halinde yapılan faaliyet bulunmamaktadır.

Eskortlu veya birden fazla merkeze yönelik turlarda ise, tur boyunca her gün farklı bir program takip edilmekte ve farklı otellerde konaklama yapılmaktadır. Buna ilaveten, turist grubu, gidilen her yerde ve gerçekleştirilen her faaliyette, turun başından sonuna kadar birliktedir. Bu özelliklerinden dolayı, eskortlu turların gerçekleşme evresi çok daha karmaşık olabilmektedir.

1.1.7.3. Denetim Aşaması

Tur gerçekleştikten sonra, *turun denetim aşaması* başlamaktadır. Bu aşamada iki temel analiz yapılmakta ve opersasyon sonrası tutundurma faaliyetleri yürütülmektedir. İlk analiz, *paket tur analizi* olarak adlandırılmakta ve ağırlıkla paket turun bileşenleri üzerinde durulmaktadır. İkinci analiz ise, *tur operasyonunun analizidir*. Bu analiz daha ziyade matematiksel hesaplamalardan ibarettir.

1.1.7.3.1. Paket Tur Analizi

Bu analizde amaç, bir tur ya da tur serisinin bazı etkenlere bağlı olarak nasıl gerçekleştirilmiş olduğunu tahlil etmektir. Bu etkenler genel olarak şunlardır: (a) paket turun günlük ya da haftalık programı; (b) paket tur bileşenlerini oluşturan hizmetlerin kalitesi; (c) paket turda fiyat-değer ilişkisi; (d) paket turun gerçekleştirilme evresinde kritik rol oynayan turist rehberi (tur lideri), veya tur operatörünün destinasyonda bulunan temsilcilerinin (varsa tur otobüsü sürücüsünün) performansları.

Bu analiz, turun gerçekleştirilmesine yönelik yapılan planlamanın tam olarak uygulanıp uygulanmadığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Analizin tamamlanması için gerekli olan iki önemli belge turist rehberinin günlük raporları ve müşteri değerlendirme formlarıdır. Turun turist rehberi açısından değerlendirilmesi ve müşteriler tarafından yorumlanması bu noktada büyük önem kazanmaktadır (Kozak 1999). Paket turların gerçekleşmesinden hemen sonra yapılan bu değerlendirmeler sonucunda, tur operatörü ürettiği yeni tur paketlerindeki olumsuz yönleri zaman geçirmeden giderebilmektedir.

1.1.7.3.2. Tur Operasyonunun Analizi

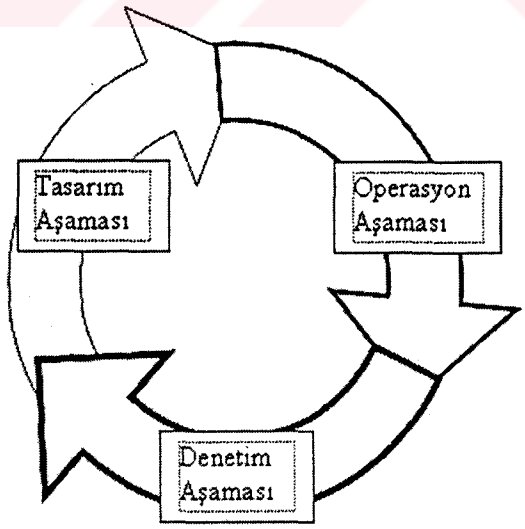
Bu analizle, farklı turlara katılan kişi sayıları ve o turlardan elde edilen gelir tespit edilmektedir. Böylece hangi turların daha fazla talep gördüğü ve hangi turların en çok

gelir getirdiği belirlenmektedir. Bunun yanı sıra, bütçe ile belirlenmiş hedefler ve gerçekleşen sonuçlar karşılaştırılmaktadır.

1.1.7.3.3. Operasyon Sonrası Tutundurma Faaliyetleri

Operasyon sonrası tutundurma faaliyetleri çok çeşitli şekillerde yürütülebilmektedir. Tura katılanlara "eve hoşgeldiniz" mektubu gönderilmesi veya tur dönüşü tur katılımcıları için bir "dönüş toplantısı/partisi" yapılması bunlara örnek gösterilebilir. Operasyon sonrası tutundurma faaliyetleri müşterilerden gelen değerlendirmeler ışığında yürütülmektedir. Turlarla ilgili olarak müşteri değerlendirme formlarında, sözlü ve yazılı bütün memnuniyet, dilek ve şikayetler ele alınarak, bunlara cevap verilmekte ve yeni satış için zemin oluşturulmaktadır.

Gerekli hallerde, sorun yaşamış müşterilere özel indirimler uygulanmakta ve tekrar tur satın aldıklarında onlarla daha fazla ilgilenilerek olumlu izlenimlerle dönmeleri sağlanmaktadır. Tur hakkında iyi değerlendirmelerde bulunan müşteriler de ihmal edilmemekte ve bu değerlendirmeleri bir avantaja dönüştürmek için varolan diğer turlar hakkında bilgi verilmektedir.



Şekil 1.2. Paket Turların Oluşum Süreci (Kozak 1999' dan uyarlanmıştır)

Şekil 1.2.'de de görüldüğü gibi, paket turların oluşum aşamaları olan: (a) tasarım aşaması; (b) operasyon aşaması; ve (c) denetim aşaması, birbirinden bağımsız olarak

algılanmamalıdır. Her aşamada alınan geribildirimler ile hazırlanan tur programında gerekli düzenlemeler yapılarak, ürüne dinamik bir yapı kazandırılmaktadır. Bu yönüyle paket tur oluşum sürecinin düz bir üretim hattından ziyade her aşamanın birbirini etkileyebileceği bir döngü olarak algılanması yerinde olacaktır.

1.2. YÖNETİM KAVRAMI, ÖZELLİKLERİ VE FONKSİYONLARI

1.2.1. Yönetimin Tanımı ve Özellikleri

Yönetim kavramı ile ilgili mevcut literatürde birçok tanım bulunmaktadır. Bu tanımlar, bilim adamlarının yaklaşımlarına göre farklılıklar göstermektedir. Ekonomistlere göre yönetim, toprak, sermaye ve işgücü ile birlikte üretim fonksiyonlarından birisidir. Yönetim bilimciler, yönetimin bir otorite sistemi olduğunu ifade ederler; bunlara göre örgüt, yöneten ve yönetilenler olmak üzere iki gruptan oluşur. Bu iki grup arasında ilişki otorite ilişkisidir. Toplumbilimciler ise, yönetimi, bir sınıf ve saygınlık sistemi olarak nitelendirirler. Yönetimle ilgilenen yalnızca bu disiplinler değildir. Psikoloji, hukuk, sosyal psikoloji ve muhasebe gibi sosyal bilimlerin çeşitli dalları yönetimi, ilgi alanlarının amacına uygun bir biçimde tanımlamaya çalışmışlardır. Bütün bu yaklaşımların ortak noktası, yönetimin, "diğer kişilerin çabaları aracılığıyla amaçların başarılması süreci " olduğu yönündedir (Can 1992, 32).

Koçel, yönetimin tanımlanmasında bir fikir birliği olmadığından söz etmekte, ancak, genelde görüş birliğine varılan tanımını "başkaları ile birlikte ve onlar vasıtasıyla amaçlara ulaşmaya çalışma" şeklinde yapmaktadır (2001, 11-16). Eren (2001) ise, yapılan bu tanımda yönetimin sadece beşeri bir süreç olarak görüldüğünü belirtmekte ve yönetimde insanların yanı sıra, mevcut olan tüm kaynakların da amaçlar doğrultusunda kullanılması gerektiğini ifade etmektedir. Eren (2001, 3)'e göre yönetim, "belirli bir takım amaçlara ulaşmak için, başta insanlar olmak üzere, parasal kaynakları, donanımı, demirbaşları, hammaddeleri, yardımcı malzemeleri ve zamanı birbirleriyle uyumlu, verimli ve etkin kullanabilecek kararlar alma ve uygulatma süreçlerinin toplamıdır".

Bu tanıma benzer tanımlar başka bir çok bilim adamı tarafından da yapılmıştır. Örneğin, Hampton, yönetimi, "belirli amaçlara ulaşmak için, kaynakların birleştirilmesi ve kullanımlarının yönlendirilmesi işi" olarak tanımlamaktadır (1982, 7). Kreitner'in

yaptığı tanım ise şöyledir, "yönetim değişen bir çevrede, başkaları ile birlikte ve onlar vasıtasıyla, belirli amaçlara ulaşmak için kullanılan bir süreçtir. Bu sürecin temelinde ise, sınırlı kaynakların etkili ve verimli kullanımı yatmaktadır" (1989, 9).

Bir çok düşünür, yönetimin tanımını süreç olma özelliğine dayandırmaktadır (Baransel 1979). Örneğin, Bartol ve Martin (1991, 6), yönetimi, "temel fonksiyonlar olan, planlama, örgütleme, yöneltme ve kontrol mekanizmaları aracılığıyla örgütsel amaçlara ulaşma süreci" olarak tanımlamaktadır.

Yukarıda verilen bütün bu tanımların birkaç ortak özelliği bulunmaktadır. Esasen, Eren' in çalışmasında da özetlendiği üzere bu tanımların ortak özellikleri yönetimin özellikleri şeklinde de algılanabilir (2001, 4).

a) Yönetimin olabilmesi için bir yönetici ve en azından da yönetilen insan grubunun olması gerekir. Bu yönüyle, yönetim beşeri kaynakların en etkin ve verimli bir şekilde kullanımını gerekli kılar.

b) Beşeri kaynaklardan azami faydayı elde edebilmek için örgüt içindeki her bireyin, bilgi, yetenek ve tecrübesi doğrultusunda en iyi yapabileceği işleri yapmasını ve işbölümü çerçevesinde uzmanlaşmasını hedefler.

c) Yönetim, eldeki mevcut beşeri kaynaklar dışındaki maddi kaynaklar ile zamanın da en fazla fayda sağlayacak şekilde kullanımını hedefler.

d) Yönetimde otorite kurulması esas olup, bu otorite ile yukarıda bahsedilen beşeri ve maddi kaynaklar arasındaki işbirliği ile zaman faktörü arasında optimum uyumun oluşturulması öngörülür.

e) Yönetimin, örgütün amaçlarına ulaşabilmesinde ve eldeki kaynaklar ile azami faydayı elde edilebilmesinde süreç özelliği ön plana çıkmaktadır. Süreç kavramının yönetim bilim ve teorisinde özel bir yeri vardır. Yönetim sürecinin bir takım işlevlere ayrılması, yönetim tahlillerini kolaylaştırıcı, yönetim bilgisini sistemleştirici yararlar sağlayan "kavramsal bir çatı" (*conceptual framework*) oluşturması açısından önemli görülmektedir (Baransel 1979).

f) Yönetimin süreç olma özelliğinin yanısıra, evrensel olma özelliği de vardır.

Yönetimin evrensellik özelliği, yönetim prensiplerinin her tür örgütte ve örgütlerin her kademesinde uygulanabilir olmasından ileri gelmektedir. İşletmelerde, öğrenci yurtlarında, dini kuruluşlarda, atletizm takımlarında, hastanelerde ve daha sayılamayacak kadar bir çok yerde, yönetimden söz edilebilmektedir. Yöneticilerin yaptığı işler doğal olarak bir örgütten diğerine göre farklılık gösterebilmektedir, çünkü her farklı örgütte farklı teknik bilgi ve beceriye ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak, unutulmamalıdır ki, bütün yöneticilerin benzer olarak gerçekleştirdikleri temel yönetim fonksiyonları; planlama, örgütleme, yöneltme, koordinasyon ve kontroldür (Certo 2000). Bu bağlamda, yönetimin fonksiyonlarının bilinmesinin önemi otaya çıkmaktadır.

1.2.2. Yönetimin Fonksiyonları

Yönetimin fonksiyonlarının neler olduğu ve bu fonksiyonların önem derecesi konusunda yönetim bilimciler arasında bir birliktelik yoktur (Can 1991). Bu bağlamda, yönetim işinin nasıl yapılması gerektiği ile ilgili olarak çeşitli teoriler geliştirilmiştir. "Bilimsel Yönetim Teorisi", "Yönetim Süreci Teorisi", "Davranışsal Teori", "Kantitatif Teori", "Sistem Teorisi", "Durumsallık Yaklaşımı" ve "Çağdaş Yaklaşımlar" bunların başlıcalarıdır (Koçel 2001).

"Yönetim Süreci Teorisi"nde, yönetim tahlilleri, yönetim sürecinin tümüne dayandırılırken, "Davranışsal Teori"de yürütme fonksiyonu üzerine yoğunlaşılmakta, "Kantitatif Teori"de ise, planlama ve kontrol fonksiyonları ön plandadır. 1960'lı yılların ortalarında gelişmeye başlayan "Sistem Teorisi"nde ve 1970'li yılların ortalarında gelişmeye başlayan "Durumsallık Yaklaşımı"nda, "Süreç Teorisin"de olduğu gibi, yönetim tahlilleri, yönetim sürecini oluşturan tüm fonksiyonlara dayandırılmaktadır (Baransel 1979).

Yönetimi bir süreç olarak gören ilk yönetim bilimcisi Henry Fayol'a göre yönetim süreci esas itibariyle; planlama, örgütleme, yöneltme, eşgüdüm (koordinasyon), ve denetim öğelerinden oluşmaktadır. Fayol'dan esinlenen Gulick ve Urwick ise yönetimin; planlama, örgütleme, personel alma, yönlendirme, eşgüdüm, denetim ve bütçe hazırlama aşamalarından oluştuğunu savunmuştur (Fişek 1975'in Gulick, Urwick 1937'den aktarması).

Bizim çalışmamızda, Fayol'un sıraladığı yönetim fonksiyonları benimsenerek, yönetim;

planlama, örgütleme, yöneltme ve etkileme, koordinasyon ve *denetim* işlevleriyle ele alınacaktır.

1.2.2.1. Planlama

Planlama, yönetim işinin birinci ve en önemli aşaması sayılmaktadır. "Klasik Yönetim Teorisi"nin önemli bir yaklaşımı olan "Yönetimde Süreç Yaklaşımı" görüşü, yönetim olayının planlama ile başlaması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu görüş günümüzde hala değerini korumaktadır. Koçel (2001)'in de belirttiği üzere "eğer nereye gitmek istediğinizi bilmiyorsanız, her yol sizin için makbuldür" ifadesi planlamanın yönetimdeki önemine işaret etmektedir.

"Amaçların ve bu amaçların elde edilmesi için gerekli olan faaliyetlerin belirlenmesi sürecine planlama adı verilir" (Can 1991, 67). Planlama, yapılacak faaliyetlerle ulaşılmak istenen durumu gerçekleştirmeye yöneliktir. Diğer bir deyimle, ulaşılmak istenen durum, yönetim dilinde amaç veya hedef olarak ifade edilmektedir. O halde, her planın mutlaka kapsadığı bir veya daha fazla amaç ya da hedefi olmalıdır (Eren 2001).

Plan, esasen, nereye ulaşılmak istendiğinin ve nelerin gerçekleştirilmesi gerektiğinin kararlaştırılmasıdır. Dolayısıyla, karar vermekle plan yapmak bir noktada birbiriyle ilintilidir. Planlar, birden fazla kararı içeren kararlar toplamıdır. Planlama ise planı ortaya çıkarmak için sarf edilen gayretler, sürecini ifade eder. Bu noktada, plan bir sonuç iken, planlama ise bir süreçtir. Bu süreçte, gelecekte gerçekleşecek herhangi bir konu ile ilgili olarak şu sorulara cevap aranmaktadır (Koçel 2001, 87-88): (a) Ne yapılmalıdır? (b) Ne zaman yapılmalıdır? (c) Nasıl yapılmalıdır? (d) Nerede yapılmalıdır? (e) Kim veya kimler tarafından yapılmalıdır? (f) Hangi maliyet ile yapılmalıdır? ve (g) Hangi sürede yapılmalıdır?

1.2.2.1.1. Planlamanın Özellikleri

Genel anlamda planlamanın üç temel özelliğinden bahsedilebilir: (a) süreç olma özelliği; (b) esnek olma özelliği; ve (c) zamanlamayı gerekli kılma özelliği.

Planlama bir Süreçtir: Planlama geleceğe dönük bir araştırma, düşünme, değerleme ve seçim (karar verme) sürecidir. Olayların geçmişteki gelişimi, eğilimi ve özellikleri

incelenerek, belirli varsayımlara (tahminlere) gidilmekte ve bu varsayımlar planlamada kullanılmaktadır. Yönetici, varsayımları değerlendirerek mevcut kaynakları hangi yönde kullanacağı kararını vermektedir. Verilen kararların toplamı ise planlamayı oluşturmaktadır (Koçel 2001).

Planlama Esnek Olmalıdır: Planlama geleceğe dönük varsayımlara dayandığı için bazı riskler taşımakta ve bu risklerin üstlenilmesi gerekmektedir. Riski en aza indirebilmek için planlama esnek olmalıdır. Planın uygulanması sırasında oluşacak beklenmedik durumlar ve yeni koşullara göre, gerekli değişiklikler yapılabilmelidir.

Planlama Zamanlamayı Gerektirir: Planlama harekete geçme hazırlığıdır. Bu hazırlık, ulaşılmak istenen durumların belirlenmesini, bunun için gerekli seçimlerin yapılmasını (kararların verilmesini) ve bu seçim sonucunda yapılacak işlerin zamanlamasını kapsar. Zamanlama unsuru planın çok önemli bir boyutudur ve planlanan her işin ne zaman gerçekleştirilmesi gerektiğini gösterir (Koçel 2001).

1.2.2.1.2. Planlamanın Aşamaları

Certo (2000)' ya göre planlama süreci altı aşamadan oluşmaktadır: (a) amaçların belirlenmesi; (b) amaçlara ulaştıracak alternatif yolların belirlenmesi; (c) her alternatif yolun dayandırılabileceği temel dayanak noktalarının oluşturulması; (d) amaçlara ulaşmak için en uygun alternatifin seçilmesi; (e) amaçlara ulaşmak için seçilen alternatifi kapsayan planların geliştirilmesi; ve (f) planların uygulamaya geçirilmesi.

Koçel (2001) ise, planlamanın dört aşamadan oluşan bir süreç olduğundan söz etmektedir. Koçel'e göre, planlama süreci öncelikle misyon belirleme ve vizyon oluşturma ile başlamalıdır. Esasen, işletme yönetiminde uzun vadeli ve stratejik nitelikli planlamada, misyon ve vizyonun oluşturulması çok önemlidir, ancak bu çalışmanın odağı dikkate alındığında, bu konuda ayrıntılı açıklamaya yer vermenin gereksiz olduğu kanaatindeyiz. Bu çalışmada, uzun vadeli ve stratejik planlamadan ziyade, kısa vadeli uygulamalı (operasyonel) planlamadan söz edilecektir. "Uygulamalı planlamada esas olan başlangıcı ve bitişi belli ve önceden tarif edilebilir işler topluluğunun birbiri ile ilişkilendirilmesi ve her iş ile ilgili olarak zaman ve kaynak tahminlerinin yapılmasıdır" (Koçel 2001, 98).

Koçel (2001)'e göre planlama sürecinin diğer üç aşaması ise; (a) amaç ve hedeflerin belirlenmesi; (b) amaçlara ulaştıracak alternatif yolların belirlenmesi; ve (c) alternatifler arasından seçim yapılmasıdır. Bu aşamalar, yukarıda belirtilen Certo'nun planlama süreci aşamaları ile de örtüşmektedir. Diğer taraftan, bir çok yönetim bilimciye göre ise, planlama süreci sadece iki temel aşamadan oluşmaktadır; (a) amaçların belirlenmesi ve (b) planların geliştirilmesi (Kreitner 1989; Bartol, Martin 1991; Eren 2001).

Amaç veya hedef belirlerken en önemli hususlar amaçların; (a) ölçülebilir olması; (b) yapılması gereken faaliyetlere işaret etmesi; ve (c) zaman boyutunun bulunmasıdır. Amaçlara ulaştıracak alternatif yolları belirlerken ise, yaratıcı olma, mevcut ve daha önce kullanılmış yollardan farklı ve az riskli yollar bulma gibi noktalar ön plana çıkmaktadır ki, bu da seçim yapmanın önemini ortaya koymaktadır. Seçim yapma ise, kaynakların nasıl ve ne şekilde kullanılacağının belirlenmesini gerekli kılar. Seçim yapma, aynı zamanda, belli bir yöne kanalize olma işidir (Koçel 2001).

Eren (2001), amaç belirlemenin ve planlamanın önemini şu şekilde açıklamaktadır:

a) Amaç ve planların bilinmesi belirsizliklerin ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir. Böylece yönetilenler, şimdi ve gelecekte nereye gideceklerinden, ne yapacaklarından emin olarak hareket edebilme olanağına kavuşmaktadırlar. Bu da, onların moral ve motivasyonunu olumlu yönde etkileyebilmektedir.

b) Amaçlar ve planlar faaliyetler için birer rehberdir. Yönetici ve yönetilenleri aydınlatır ve yol gösterir, stres ve sıkıntıları azaltır ve enerjinin faaliyetler üzerinde yoğunlaşmasını sağlayabilir.

c) Amaçlar ve planlar yöneticinin kararlarına temel teşkil etmektedir. Diğer bir ifade ile, yöneticinin ne yapması ve hangi görevi yerine getirmesi gerektiğini açıklamaktadır.

d) Amaçlar ve planlar aynı zamanda bir başarı standardıdır. Neyin, nasıl yapılması gerektiğini belirttikleri için yöneticinin başarısının değerlemede etkin bir araç olarak kullanılabilir.

1.2.2.2. Örgütleme

Örgütleme süreci, yapılacak işleri ve bu işleri yapmak için gerekli olan insan kaynaklarının ve maddi kaynakların en uygun şekilde seçilmesini ve işlevsel bir şekilde gruplandırılmasını gerekli kılmaktadır (Eren 2001). Örgütleme kavramını daha iyi anlayabilmek için, bu kavramın örgüt kavramıyla birlikte ele alınması yerinde olacaktır.

Can (1991, 97) örgütü "belirlenen amaçları başarmak için iki ya da daha fazla kişinin eşgüdümlenmiş biçimde çalıştıkları bir yapı" olarak tanımlamaktadır. Yine aynı yazara göre örgütleme ise, örgütlerin etkili olabilmesi için ellerinde bulundurdukları insan kaynaklarının, maddi kaynakların, fiziksel imkanların ve bunların işlevlerinin koordine edilmiş bir biçimde bir araya getirilme sürecidir.

Diğer bir tanıma göre ise, örgütleme, "planların başarıya ulaşabilmesi için, beşeri ve maddi kaynakların tahsis edilmesi ve düzenlenmesine yönelik olan yönetim fonksiyonudur" (Bartol, Martin 1991, 7).

Her üç tanımın ortak noktası, beşeri ve maddi kaynakların düzenlenmesi, gruplandırılması veya eşgüdümlenmiş bir biçimde bir araya getirilmesidir. Buradan yola çıkarak denebilir ki, örgütleme, "bir düzen veya düzenlemeyi ifade etmektedir". Örgütlemeyi; (a) iş ile iş; (b) iş ile insan; ve (c) insan ile insan arasındaki ilişkilerde düzen ve düzenlemeler olarak görmek mümkündür (Koçel 2001).

Örgütleme süreci ana hatlarıyla şunları kapsamaktadır (Can 1991): (a) başarılması gereken işlerin belirlenmesi (işlevler); (b) insan kaynaklarının değerlendirilmesi; (c) maddi kaynakların değerlendirilmesi; (d) işlevlerin, beşeri ve maddi kaynakların örgütsel bir yapı içinde sınıflandırılması (işlevlere ve bölümlere ayırma); (e) belli bir işi yapma yükümlülüğünün (sorumluluk) ve bu işi yapmak için gerekli kararları verme ve harekete geçme hakkının (yetki) saptanması.

Örgütleme süreci sonunda ortaya çıkan yapı *formal* (resmi/biçimsel) *örgüt yapısı*dır. Formal yapı önceden, bilinçli olarak ve belirli bir amaç doğrultusunda oluşturulan ilişkiler topluluğunu ifade etmektedir. *Informal* (gayriresmi/biçimsel olmayan) *örgüt yapısı* ise, kendiliğinden doğal olarak, bilinçli bir düzenleme sonucu olmadan, ortaya çıkan ilişkileri ifade etmektedir. Bir yöneticinin *informal* yapıyı görmemezlikten

gelmesi mümkün değildir. *Formal* yapının etkinliğini *informal* yapı önemli ölçüde etkileyebilmektedir (Koçel 2001).

1.2.2.3. Yöneltme ve Etkileme

Yöneltme ve etkileme, örgüt üyelerinin faaliyetlerini, örgüt amaçlarını gerçekleştirme doğrultusunda yönlendirmedir. Yöneltme ve etkileme, örgüt üyeleri üzerine birer insan olarak odaklaşmayı gerektirmektedir. Önderlik etme, güdüleme (motive etme), grupiçi ve gruplararası ilişkileri yönlendirme ve iletişimi sağlama, yöneltme ve etkileme işlevi çerçevesinde gerçekleştirilen temel faaliyetleridir (Certo 2000).

Bir çok kaynakta, yönetimin "yöneltme ve etkileme" fonksiyonu "liderlik etme" olarak geçmektedir (Hampton 1982; Kreitner 1989; Bartol, Martin 1991). Bunun nedeni, liderlik etmenin, örgüt amaçlarını gerçekleştirmek üzere, örgütteki insanların davranışlarını etkilemek olarak tanımlanmasından kaynaklanmaktadır. Can (1991, 148)'ın da belirttiği gibi:

> Yöneltme ya da etkileme, örgüt üyelerinin planlarla uyuşum içinde faaliyetlere girişmelerini uyarma çabalarını içerir. Bu uyarma, kişileri güdüleme ve onlara önderlik ederek, örgütte geliştirilecek örgüt iklimi ile örgütsel ve yönetsel gelişme yolları aracılığıyla sağlanabilir.

Örgütteki insanların davranışlarını etkilemenin (liderlik etmenin) yolu; (a) iletişimi sağlamaktan; (b) grupiçi ve gruplararası ilişkileri yönlendirmekten ve (c) bireyleri motive etmekten geçmektedir (Bartol, Martin 1991).

1.2.2.3.1. İletişimi Sağlamak

İletişim, en basit şekilde, "bireyler arasında bilgilerin paylaşılması süreci" olarak tanımlanmaktadır (Certo 2000, 307). İletişim, çok kullanılmasına ve basit görünmesine karşın, bünyesinde pek çok sorun taşıyan bir süreçtir. Bir mesaj alışverişi olarak da tanımlanan iletişim süreci olmadan, örgütlerin varlığı düşünülemez. Bütün yönetim faaliyetleri iletişim sürecinin etkin işlemesine dayanmaktadır. Yöneticinin verdiği bütün kararlar, ulaşılan sonuçlar ve gelişmeler örgütteki ilgili kişi ve gruplara iletilmedikçe fazla bir şey ifade etmezler (Koçel 2001).

Hampton (1982, 399) iletişimin örgüt için önemini şu şekilde ifade etmektedir:

> Bir organizmada kan dolaşımı ne ise, bir örgütte iletişim de o dur. Kan nasıl organizmadaki her hücreye oksijen sağlıyorsa, iletişim de örgütteki her gruba, her bireye bilgi sağlamaktadır. Hücreler oksijensiz kaldıklarında fonksiyonlarında bozulma olur ve daha sonra ölürler. Örgütlerde de bireylere gerekli bilgiler verilmezse, aksamalar baş göstermekte ve bu devam ederse, hem örgüt, hem de bireyler için ölümcül bir etkisizlikle sonuçlanabilmektedir.

İletişimden sözedebilmek için örgüt içindeki bireyler arasında karşılıklı olarak fikir, bilgi ve duygu alış verişini zorunlu kılan bir ilişkinin kurulması gerekmektedir. Bu ilişkinin nasıl olması gerektiği, bir üst organ tarafından önceden belirlenmiş ve gerekli kılınmışsa, buna biçimsel ilişki denmektedir. Dolayısıyla bu ilişkiden dolayı yapılan iletişim de *biçimsel (formal) iletişimdir*. Eğer bu ilişki herhangi bir zorunluluk olmadan, bir ihtiyaçtan dolayı (arkadaşlık gibi) ortaya çıkan bir ilişki ise, buna biçimsel olmayan ilişki ve bu ilişkiden dolayı yapılan iletişime de *biçimsel olmayan (informal) iletişim* denilmektedir (Eren 2001).

Bir iletişim süreci başlıca yedi unsurdan oluşmaktadır (Eren 2001; Kreitner 1989; Bartol, Martin 1991; Koçel 2001). Bunlar; (a) gönderici; (b) algı; (c) mesaj; (d) iletişim kanalı; (e) çevre koşulları; (f) alıcı; ve (g) geribildirim (*feedback*) olarak sıralanabilir.

Gönderici, iletişim sürecinin oluşabilmesi, için gerekli olan iki taraftan biridir. İletişim sürecinin ilk adımları gönderici tarafından atılmakta ve iletişimin başarısı da büyük ölçüde ona bağlı olmaktadır. *Algı*, hem gönderici hem de alıcı için söz konusu olan bir unsurdur. Bu unsur, kişilerin kendilerine çevreden ulaşan bilgi, duygu ve fikirlerin algılanma ve değerlendirilme biçimleriyle ilgilidir. *Mesaj*, göndericinin iletmek istediği bilgi, duygu veya fikrin fiziksel olarak kodlanmış halidir; kelimeler, yazılar, resimler, jest ve mimikler mesaja örnek gösterilebilir. *İletişim kanalı*, mesajın göndericiden alıcıya doğru giderken kullanılan ortamı ifade etmektedir. Bu ortam hava olabileceği gibi (yüz yüze iletişimde), bir telefon veya radyo da iletişim kanalı olarak kullanılabilmektedir. *Çevre koşulları*, mesajın iletişim kanalı içinden akışını etkileyen koşullardır. Bunlar, gürültü veya olumsuz hava koşulları gibi fiziksel etmenler olabileceği gibi, kötü bir örgüt iklimi gibi soyut etmenler de olabilmektedir. *Alıcı*, mesajı alan kişidir; farklı duyu organlarıyla mesajı taşıyan kodları algılayarak onları

kendine göre anlamlaştırmaktadır. *Geribildirim*, iletişim sürecinin son unsurudur. Bu unsur, alıcının göndericiye bir tür cevabıdır ve bu cevap sayesinde gönderici, mesajının doğru anlaşılıp anlaşılmadığından emin olabilmektedir.

Yöneticiler hem birer gönderici, hem de birer alıcı olarak, bir örgütün iletişim sürecinde en önemli konumdadırlar. Etkin bir iletişim için nelerin yapılması gerektiği ve iletişimi engelleyen hususların neler olduğu, yöneticiler tarafından iyi bilinmelidir.

1.2.2.3.2. Grupiçi ve Gruplararası İlişkileri Yönlendirmek (Liderlik Etmek)

Her örgüt esasında bir gruptur ve belirli bir amaç doğrultusunda kişilerin biraraya gelmesiyle oluşan sosyal bir varlıktır. Örgütlerin içerisinde çeşitli nedenlerle ortaya çıkan büyük veya küçük, etkili veya etkisiz, farklı özellikler taşıyan gruplar da bulunmaktadır (Koçel 2001). Bütün bu gruplar yaşama nitelikleri bakımından insanlara çok benzemektedirler. Bireyler gibi gruplar da yapıcı ve birleştirici nitelikleri olan fiziksel ve sosyal düzenlere sahip unsurlardır. Gruplarda da, bireylerde olduğu gibi yaşamlarını devam ettirme ve varlıklarını korumak için mücadele etmek önemlidir (Eren 1998). Bu özellikleri göz önünde bulundurulduğunda, grupların örgüt içinde ne kadar önemli bir yer tuttuğu daha iyi bir şekilde anlaşılmaktadır.

"Grup, birbirleriyle etkileşim halinde bulunan, psikolojik olarak birbirlerinin varlığından haberdar olan ve kendisini bir grup olarak algılayan küçük veya büyük birey topluluklarıdır" (Şimşek vd. 2001, 143). Bir başka tanıma göre ise, belirli bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen, birbirine bağımlı olan ve etkileşim içinde hareket eden iki veya daha fazla bireyden oluşmuş topluluğa grup denilmektedir (Robbins 1998).

Bu tanımlardan anlaşılacağı gibi, gruplarda bireylerin birbiriyle etkileşimde bulunabilmesi için ortak sorun, konu veya amaçlarının olması gerekmektedir. Bireylerin kendilerini bir grup olarak algılaması ve birbirine bağımlı olması için de birbirlerinin varlığından haberdar olmaları ve iletişim içerisinde olmaları gerekir. Grupların oluşabilmesi için birden fazla birey gerekmekte, ancak bir üst sınır bulunmamaktadır. Bu da, bir grubun sınırsız sayıda bireyden oluşabileceğini göstermektedir.

Bir gruba üye olmak ve o grupta kalmak, bireylere bazı görev ve sorumluluklar

yüklemektedir. Grup içinde çeşitli şekillerde hizmette bulunma, belirli bazı fonksiyonları yerine getirme ve grubun sorunlarını çözerek amaçlarına katkıda bulunma, gruptaki bireylerin sorumluluklarıdır. Bu görev ve sorumlulukların yanı sıra, grupta bireyler yalnızlıktan kurtulmakta, çabalarına daha güçlü ve moralleri yüksek olarak devam edebilmekte ve kişisel güvenlik kazanabilmektedirler (Eren 1998).

Gruplar özelliklerine, büyüklüklerine, amaç ve işlevlerine göre farklı yapılara sahiptirler. Çok çeşitli ayrımlar söz konusu olmakla birlikte, gruplar; biçimsel (*formal*) ve doğal (*informal*) gruplar olarak iki temel yapı içerisinde incelenmektedir (Sabuncuoğlu, Tüz 1995; Eren 1998; Usal, Kuşluvan 1998; Robbins 1998; Certo 2000).

"Amaçları açıkça belli olup bu amaçlara uygun olarak oluşmuş ve örgütlenmiş gruplar, *biçimsel gruplar* adını alırlar" (Usal, Kuşluvan 1998, 271). Bu grupları genellikle üyeleri dışındaki bir makam, belirli fonksiyonları yerine getirmek maksadıyla ve bilinçli bir şekilde oluşturmaktadır (Eren 1998). Doğal veya biçimsel olmayan gruplar genellikle biçimsel gruplar içerisinde, grup üyelerinin kişisel gereksinimlerini tatmin etmeye ve düşünsel, davranışsal ve daha çok duygusal beklentilerini karşılamaya yönelik olarak oluşan alt gruplardır. Biçimsel gruplarla aralarındaki en belirgin fark, grup içersindeki rollerin ve görevlerin önceden belirlenmiş olmamasıdır (Usal, Kuşluvan 1998).

Biçimsel veya doğal bir grup oluştuğunda, grup üyelerini birbirinden farklılaştıran ve aynı zamanda birbirine bağlayan bir yapı oluşmaktadır. Üyelerin yaş, tecrübe, uzmanlık, yetki, güç ve statü gibi özelliklerine bağlı olarak üyeler arasında bir farklılaşma meydana gelmektedir. Bu farklılaşma, gruptaki bireylerarası ilişkileri düzenlemektedir. Ayrıca, grup üyelerinin uymaları beklenen ve gruptaki herkes tarafından paylaşılan standartlar olarak bilinen, *grup normları* veya *ilkeleri* de grupiçi dayanışmayı sağlamakta ve grup üyeliğinin devamı için önemli bir ön koşul oluşturmaktadırlar (Koçel 2001).

Grupların oluşması ile birlikte önderlik olgusu da ortaya çıkmaktadır. Biçimsel gruplarda önder genelde atama ile geldiği için otoriteyi uzun süre elinde tutabilmektedir. Doğal gruplarda ise şartlara ve ihtiyaçlara göre önder çok sık değişebilmektedir. Yönetici, biçimsel bir grubun önderliğini yapmak durumunda olduğundan, doğal grupların önderlerini iyi tanıyabilmeli ve onların etkilerini kontrol altına alarak,

gerektiğinde örgüt amaçlarına ulaşmayı sağlamak için kullanabilmelidir.

Literatürde "önderlik" olarak da geçen liderlik kavramının tanımı bir çok farklı şekilde yapılmıştır. Örneğin, Certo (2000)'ya göre liderlik; belirli amaçları gerçekleştirmek için, diğer insanların davranışlarını yönlendirme sürecidir. Usal ve Kuşluvan (1998)' a göre ise, önderlik; insanları belli bir amaç veya amaçlar doğrultusunda bir araya getirme, onları bu amaç veya amaçlar yolunda inandırma ve bu yolda onları güdüleme becerisidir. Eren (1998, 342), önderlikle ilgili yapılmış olan bir çok tanımı inceleyerek ve sentezini yaparak, önderliği; "bir grup insanı belirli amaçlar etrafında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları harekete geçirme yetenek ve bilgilerinin toplamı" olarak tanımlamaktadır.

Yapılan bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere, önderlik veya liderlik bir insan grubu için geçerli olup, bu grubu belli amaçlar etrafında toplayabilen ve o amaçları gerçekleştirmek için harekete geçiren kişiye de önder veya lider denilmektedir.

Lider, grup üyesi olan, ancak örgütleme, planlama, ikna etme ve harekete geçirme yetenekleri olan kimsedir (Eren, 1998). Liderliğin oluşabilmesi için, bir kişinin resmi yetkilerle donatılması gerekmez. Hiçbir resmi yetkisi olmadığı halde, büyük bir grubu peşinden sürükleyebilen liderler olabileceği gibi, çok geniş yetkilere sahip olduğu halde bunu kullanamayan, dolayısıyla grubu peşinden sürükleyemeyen yöneticiler de olabilir (Şimşek vd., 2001). Buradan yola çıkarak "lider" ve "yönetici"in eş anlamlı kavramlar olmadığını ifade edebiliriz.

Yönetici, tanımlanan görev için atamayla ortaya çıkmakta, buna karşılık liderlik bir atama olgusunun dışında oluşmakta ve kişinin bağlı olduğu grup içinde, bazı özellikleri taşımasının sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Yöneticilik görevi olmayan liderler olabileceği gibi, liderlik niteliğine sahip olmayan yöneticiler de olabilir (Şimşek vd., 2001).

Grup etkinliği ve verimliliğinin söz konusu olduğu durumlarda ya da insan çabalarının birleştirilmesi ve koordine edilmesi gerektiğinde mutlaka liderlere ihtiyaç vardır. Sosyal ve bilimsel gelişmeler liderlik konusunda da bir çok teorinin ve uygulama biçiminin ortaya çıkmasını ve bu konudaki yazının zenginleşmesini sağlamıştır (Eren, 2001). Geliştirilmiş olan liderlik teorilerine ve sınıflandırmalarına, konu bütünlüğünü

bozmamak ve araştırma konusu açısından gereksiz ayrıntılara girmemek için bu çalışmada değinilmeyecektir.

1.2.2.3.3. Bireyleri Motive Etmek

Motivasyon veya güdüleme, "bir ya da birden fazla insanı, belirli bir yöne (gaye veya amaca) doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır" (Eren 2001, 492). Diğer yönden, güdüleme, örgütün ve bireylerin ihtiyaçlarını tatminle sonuçlandıracak bir ortam oluşturarak, bireyin harekete geçmesi için etkilenme ve isteklendirilme süreci olarak tanımlanmaktadır (Can 1991).

Görüldüğü üzere her iki tanımın da ortak noktası, güdülemenin "kişileri harekete geçirme" amacıyla yapılmasıdır. Kişileri "harekete geçiren ve hareketlerinin yönlerini belirleyen, onların düşünceleri, umutları, inançları, kısaca arzu, ihtiyaç ve korkularıdır" (Eren 2001, 492). Buradan yola çıkarak, kişileri güdülemenin, ancak onların arzu, ihtiyaç ve korkularını bilerek, özellikle arzu ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde tahmin ve tatmin ederek gerçekleşebileceği söylenebilir..

Güdülemenin iki önemli özelliği vardır: (a) güdüleme kişiseldir, birisini güdüleyen herhangi bir durum veya olay, başkasını güdülemeyebilmektedir ve (b) bir insanın güdülenmiş olup olmadığını anlamak, ancak o insanın davranışlarını inceleyerek mümkün olabilir (Koçel 2001).

Güdüleme oldukça çeşitli olan insan ihtiyaçlarını gidermeye yönelik bir süreç olduğuna göre, yöneticinin bu ihtiyaçları bilmesi, davranışları analiz edebilmesi ve bütün insanların benzer olmadıklarının bilincinde olması gerekir. Bunlara ilaveten, davranışları doğuran güçler de yönetici tarafından iyi bilinmelidir (Can 1991). İnsan davranışlarını doğuran güçler (güdüler) ve güdüleme konusunda, yöneticilerin kullanabileceği çeşitli teori ve modeller geliştirilmiştir. Bu teori ve modeller, yöneticilere, kişileri güdüleyen faktörleri belirlemek ve güdülemeyi sürdürmek konularında yardımcı olma iddiasındadır. Bazı modeller, kişisel (içsel) faktörlere ağırlık verirken, bazıları ise, teşviklere, yani kişilerin dışında olan (dışsal) faktörlere ağırlık vermektedir (Koçel 2001). Bu konular ilgili literatürde oldukça detaylı bir şekilde tartışılmıştır (Eroğlu 1998; Güney 2000).

1.2.2.4. Koordinasyon (Eşgüdümleme)

Koordinasyon fonksiyonu bir çok kaynakta, diğer yönetim fonksiyonları içinde ele alınıp incelenmektedir. Bunun nedeni, koordinasyonun bütün yönetim fonksiyonlarında yerine getirilmesi için gerekli bir faktör olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır (Efil 1994) çünkü, "eşgüdümleme, örgütsel amaçların elde edilmesinde farklılaştırılmış eylemlerin uyuşum içinde birleştirilmesi ve ayarlanması sürecidir" (Can 1997, 103). Diğer bir tanıma göre koordinasyon veya eşgüdümleme; faaliyetlerin aynı zamana denk getirilmesi, birbirini destekler biçimde ilişkilendirilmesi ve amaçları gerçekleştirecek şekilde birbirini tamamlamasını sağlamaktır (Efil 1994'ün Özalp 1985, 119'dan aktarması).

Her iki tanımdan da anlaşılacağı üzere, koordinasyon işlevinin temel özelliği; örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi için örgüt içindeki faaliyetlerin birbiriyle uyum içinde gerçekleştirilmesini sağlamasıdır.

Koordinasyon ayrıca, örgütteki farklı birimler arasındaki işbirliğinin kalitesini de ifade etmektedir. Eğer bu kalite yüksek düzeyde ise birimler arasındaki çatışma, anlaşmazlıklar ve amaca yönelememe gibi sorunlar azalacak, koordinasyon da o derece iyi sağlanmış olacaktır (Eren 2001).

> Koordinasyon, örgütte karışıklıkların önlenmesi, planda belirlenen ilke ve kuralların sapma olmaksızın uygulanması, bireylerarası ilişkilerin gelişmesi ve çeşitli sorunların çözümünde etkin bir fonksiyondur. Bu fonksiyonun yerine getirilmesinde yöneticilere büyük bir görev düşer. Bu açıdan yöneticilik koordinatörlük olarak tanımlanabilir (Efil 1994, 113).

Koordinasyon her şeyden önce iletişim, bilgi akışı ve işbirliğinin ürünüdür. Bu yüzden iletişimin önemi, özellikle örgüt üyeleri arasındaki bilgi akışını gerçekleştirmeye yönelik olduğundan dolayı, gözardı edilemez. Örgüt dışı elemanlarla ilişkilerde doğacak uyumsuzluk sorunlarının aşılabilmesi için gerekli olan temel araç, bilgi sistemleridir (Eren 2001). İyi bir iletişim düzeninin kurulması, koordinasyonu kolaylaştırdığı gibi örgüt üyelerinin görevlerini yerine getirmeleri için gerekli olan bilgi ihtiyacını da karşılayabilecektir.

Örgütlerde etkin bir koordinasyonu sağlamak için dikkat edilmesi gereken diğer konular

ise; (a) basit ve iyi çalışan bir örgüt yapısının kurulması; (b) plan ve programların uyumlaştırılması; ve (c) örgüt üyeleri arasındaki gönüllü koordinasyonun özendirilmesidir (Efil 1994). Buradan yola çıkarak denebilir ki, koordinasyon, planların ilk geliştirildiği andan itibaren düşünülmeli ve gerçekleştirilmelidir. Her örgüt üyesinin yetki ve sorumlulukları açıkça belirlenmeli ve üyeler arasındaki iletişim teşvik edilmelidir.

Örgütlerde koordinasyonun olmaması veya yetersiz olması, örgüt üyelerinde düşük moral ve isteksizlik gibi sonuçlara yol açabilmektedir (Can 1997). Bu durumda örgüt, amaçlarına ulaşmakta gecikmekte veya hiç ulaşamamaktadır. Bu nedenle, koordinasyon sürekli olmalı ve yönetim sürecinin her aşamasında yerine getirilmelidir.

1.2.2.5. Kontrol (Denetim)

Kontrol, belirlenen standart, plan ve amaçlara ulaşılıp ulaşılmadığını tespit etmek amacıyla sistematik olarak yapılan karşılaştırma ve düzeltme sürecidir (Certo 2000). Diğer bir tanıma göre ise, "erişilmesi arzulanan amaçlarla, başarı standartlarıyla ve planlarla belirlenmiş hususların, uygulamaya ilişkin örgütsel faaliyetlerle uyumlaştırılmasını sağlayan sistematik süreçler toplamıdır" (Eren 2001, 290).

Yapılan bu tanımlardan da anlaşılabileceği gibi, yönetim sürecinin planlama ve kontrol işlevleri arasında çok yakın bir ilişki vardır. Bir örgütün hangi amaçları, ne şekilde gerçekleştireceği planlama fonksiyonu tarafından belirlenirken, amaçlara ne derecede ulaşıldığı ve/veya nasıl daha iyi ulaşılabileceği kontrol fonksiyonu tarafından belirlenmektedir.

Kontrol süreci dört temel aşamadan oluşmaktadır (Efil 1994; Can 1997; Eren 2001): (a) amaç, plan ve politikalar ışığında standartların belirlenmesi; (b) fiili veya mevcut başarı durumunun ölçülüp belirlenmesi; (c) standartlarla erişilen fiili başarıların karşılaştırılması; ve (d) gerekli düzeltici tedbirlerin alınması.

Kontrolün anlam kazanabilmesi için örgütsel faaliyetlerin sonuçlarının belli bazı kıstaslara (ölçütlere) göre ele alınması gerekir. Bu kıstaslar *standart* olarak isimlendirilmektedir. Standartlar nicel olabileceği gibi, nitel de olabilir. Standart oluşturmanın zor veya imkansız olduğu durumlarda ise, amaçlar standartların yerini

alabilmektedir.

Fiili durumun belirlenmesi için farklı araçlardan yararlanılabilmektedir. Bu araçlar; kayıtlar, bütçeler, yönetim bilgi sistemleri veya örgüt faaliyetlerinin ayrıntılı dökümünü veren benzeri araçlardan oluşabilir. Fiili durumun saptanma aşaması iyi bir gözlem, analiz ve yorum gerektirmektedir.

Standartlarla fiili durumun karşılaştırılması sonucunda farklılıkların olup olmadığı, eğer varsa, bu farklılıkların nedenleri araştırılmaktadır. Belirlenen standartların üzerindeki başarıdan kaynaklanan herhangi bir farklılık varsa standartlar daha da yükseltilebilir. Eğer gerçekleştirilen başarı düzeyi standartlara göre daha düşükse, bunun nedenleri objektif bir şekilde incelenmelidir. Bu inceleme sonucunda, ne tür düzeltici tedbirler alınabileceği daha belirgin hale gelebilecektir.

Düzeltici tedbirlerin alınması aşamasında verilecek kararlar, kontrol sürecinin doruk noktasıdır (Can 1997). Yönetici sapmaların nedenlerini iyi tespit edebilmeli ve uygulayacağı tedbirlerin, o sapmaları düzeltebilecek etkin ve rasyonel tedbirler olmasına dikkat etmelidir. Düzeltici tedbirler, sapmalar meydana geldikten sonra uygulanabilir. Ancak, unutulmamalıdır ki, denetimin asıl amacı aksamalar olmadan gerekli tedbirlerin alınmasıdır (Efil 1994).

İkinci Bölüm:

PAKET TURLARIN GERÇEKLEŞME AŞAMASINDA TUR YÖNETİMİ

2.1. PLANLAMA FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ

Birinci bölümde de belirtildiği gibi, paket turların tasarım aşamasında, tur operatörleri destinasyonlarla ilgili ön araştırmalar yaparak, tur güzergahı üzerinde ziyaret edilecek tüm yerler dahil varılacak bölgeye ait sistematik bilgiler toplamaktadır. Toplanan bu bilgiler ışığında tur programı oluşturulmakta ve tur esnasında hizmet alınacak işletmelerle anlaşmalar yapılmaktadır.

Gözetimli turlarda, turistlerin bir turistik noktaya gidip tatillerini orada tamamlamaları öngörüldüğünden, tur programı hazırlama süreci çok karmaşık değildir. Ayrıca, bu turlarda turistler tatilleri süresince zamanlarını diledikleri gibi kullanmakta ve tur boyunca gerçekleştirecekleri faaliyetleri kendileri planlamaktadırlar. Tur operatörleri veya karşılayıcı seyahat acentaları, destinasyonda sadece bazı günlük geziler organize etmektedirler. Eskortlu turlarda ise, genelde birden fazla turistik noktaya gidilmekte ve her gün grup halinde farklı yerler gezilip görülmekte, farklı faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu sebeple, eskortlu turlarda gözetimli turlara göre daha ayrıntılı bir tur programına ihtiyaç duyulmaktadır. Tur programlarının turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilmesi ve kolay uygulanabilir olması için, destinasyon ülke veya bölgeyle ilgili bir çok farklı bilginin toplanması gerekmektedir.

Büyük tur operatörleri, hazırladıkları tur programlarının daha gerçekçi ve güncel olabilmesi için, planlama ve/veya satış bölümünden bir kaç çalışanını destinasyon ülke veya bölgeye göndererek, yerinde incelemeler yaptırmaktadır.

Yapılan bu incelemeler sonucunda, hem satılacak paket turun nitelikleri hakkında daha ayrıntılı bilgi edinilmekte, hem de grup boyutunda doğabilecek aksaklıklar son bir kez gözden geçirilmektedir (Ahipaşaoğlu 2001). Bütçesi kısıtlı olan veya küçük ölçekli tur operasyonu yapan bir çok tur operatörü ve seyahat acentası ise, tur programını destinasyonu iyi tanıyan turist rehberlerine yaptırmayı tercih etmektedir (Cross 1991).

Paket turların çekici ve satılabilir olması için, tur programlarındaki en ince ayrıntılar dahi dikkate alınmalıdır. Turist rehberleri, hem turistlerin talep ve tercihlerini hem de destinasyondaki turistik arzın özelliklerini iyi bildiklerinden, tur programlarının hazırlama aşamasında tur operatörlerinin en büyük yardımcılarıdır (Çimrin 1995).

Bu bilgilerden yola çıkarak, tur operatörlerince yapılan genel tur planlamasına turist rehberlerinin katkısının önemli boyutlarda olduğu söylenebilir. Turist rehberleri tur operatörlerince yapılan genel tur planlamasına katılsın veya katılmasın, her tur öncesinde mutlaka o turla ilgili bir planlama yapmalıdırlar. Bu planlama, üç alt bölümde ele alınabilir (Curran 1978; Cross 1991; Mancini 2001; Ahipaşaoğlu 2001): (a) turla ilgili verilerin toplanması; (b) günlük zaman kullanımının planlanması; ve (c) tur öncesinde yapılan diğer hazırlıklar. Turist rehberlerinin tur esnasındaki başarıları ve turun genel başarısı için, planlama ve ön hazırlığın önemi göz ardı edilemez. Planlama ve ön hazırlıklar ne kadar iyi yapılırsa, tur da o denli sorunsuz gerçekleşebilmektedir (Curran 1978).

2.1.1. Turla İlgili Verilerin Toplanması

Tur öncesi rehberin yaptığı planlamada ilk adım, o turla ilgili veri toplamaktır. Turist rehberi tura çıkmadan önce seyahat acentasından veya tur operatöründen, tur boyunca kullanacağı belgeleri (tur dosyası) ve hizmet alımlarında ya da diğer ödemelerde kullanacağı avansı alır. Tur dosyasında, tur esnasında turla ve turist grubuyla ilgili turist rehberinin ihtiyaç duyacağı bilgiler de bulunmalıdır. Bu bilgiler şöyle sıralanabilir (Curran 1978; Cross 1991; Ahipaşaoğlu 2001): (a) kalınacak konaklama işletmeleri hakkında bilgi; (b) yemek yenilecek yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi; (c) kullanılacak ulaşım aracı veya araçları hakkında bilgi; (d) gidilecek hediyelik eşya işletmeleri hakkında bilgi; (e) grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler hakkında bilgi; ve (f) gruptan erken ayrılacaklar hakkında bilgi.

Turist rehberinin gruptaki turistler hakkında edinmesi gereken bilgiler ise, şöyle sıralanabilir (Cross 1991): (a) yaşları; (b) eğitim düzeyleri; (c) cinsiyetleri; (d) ilgi alanları; (e) gelir düzeyleri; (f) milliyetleri; ve (g) geldikleri ülke veya ülkeler.

Bu bilgiler dışında turist grubu ile ilgili toplanabilecek her türlü bilgi de (turistlerin doğum tarihleri, varsa balayı çiftleri veya özel bir yıldönümü kutlayanlar v.b) planlama yaparken ve tur esnasında turist rehberine yararlı olabilmektedir. Turist rehberine verilen tur dosyasında ne tür belgelerin bulunduğu ve kullanım amaçları hakkında da burada kısaca bilgi vermek yerinde olacaktır (Cross 1991; Mancini 2001; Ahipaşaoğlu 2001).

Tur programı (tur broşürü): Günlük olarak ziyaret edilecek yerlerin ve yapılacak faaliyetlerin zaman ayrıntıları belirtilmeden hazırlanmış genel bir programdır. Bazen tur operatörü veya seyahat acentası ayrıntılı bir tur programı hazırlamayarak, tur programı hakkında bilgi veren tur broşürünü turist rehberine vermektedir. Tur boyunca gerçekleşecek faaliyetleri ve verilecek hizmetlerin niteliğini ve zamanlamasını belirten tur broşürü, turu düzenleyen kuruluşun taahhütlerini içermekte ve turistlerin verdikleri ücret karşılığında hangi mal ve hizmetleri satın aldıklarını göstermektedir. Turist rehberleri açısından ise, broşür ve özellikle içindeki tur programı, tura çıkmadan önce yapacakları planlama için temel dayanak noktası niteliği taşımaktadır. Turist rehberi için ayrıca hazırlanmış bir program olsun ya da olmasın, tur broşürünü mutlaka almalıdır ya da turistlere neler vaat edildiğini öğrenmelidir. Bunun sebebi, turistlere taahhüt edilen hizmetler ile gerçekleşen hizmetlerin arasında fark olup olmadığının turist rehberi tarafından kolayca belirlenebilmesi ve gerekli durumlarda turistlerin veya seyahat acentasının haklarının korunabilmesidir (Ahipaşaoğlu 1996; 2001).

Yolcu listesi: Tura katılanların isimlerinin alfabetik olarak yazılı olduğu bu listede, ayrıca, her bir kişinin (ailenin) adresi ve telefon numarası da yer almaktadır. Bu bilgilerin yanı sıra, listede turistlerin yaşları, meslekleri, VIP (*Very Important Person*) olup olmadıkları veya özel bir istekleri bulunup bulunmadığı gibi bilgiler de yer alabilir (Mancini 2001).

Toplama (katılma) listesi: Tura katılanlardan bazı kişiler farklı noktalardan ya da turun belli bir bölümü tamamlandıktan sonra gruba katılacaksa, bu amaçla oluşturulan listedir (Ahipaşaoğlu 2001). Bu liste çoğunlukla gözetimli turla gelen ve günlük ya da bir kaç

günlük bir çevre gezisi yapmak isteyen gruplar için hazırlanmaktadır. Örneğin, Antalya'ya gelen ve orada farklı otellerde tatil yapan turistler iki günlük Pamukkale turu satın aldıklarında, onlarla tura çıkacak olan turist rehberine toplama (*katılma*) listesi verilmektedir. Bu listede tura katılan kişinin ismi, alınacağı yer (otelden alınacaksa oda numarası) ve alınış saati yer almaktadır.

Oda dağılım listesi: Tur başlamadan önce oluşturulan bu liste, rezervasyon esnasında konaklama işletmelerine de gönderilmektedir. Listede tura katılan kişi isimleri, kalacakları oda tipi (tek kişilik, çift kişilik, üç kişilik gibi) ve özellikleri (deniz/dağ manzaralı, alt/üst kat gibi) yer almaktadır. Turist rehberi bu listeden konaklama yapılacak tesis sayısı kadar nüsha almalıdır. Konaklanılan her tesiste katılımcı isimlerinin karşısına kalacakları oda numarası kaydedilmelidir. Böylece "acil bir durumda müşteriye ulaşmak için resepsiyona danışarak zaman yitirilmesi" önlenecektir (Ahipaşaoğlu 2001, 162). Ayrıca, rehber bu listeyi katılımcıların bagaj sayısının kaydını tutmak için de kullanabilir (Mancini 2001).

Referans bilgileri (hizmet sağlayıcıları listesi): Tur boyunca hizmet alınacak konaklama tesislerinin, yiyecek-içecek, eğlence, hediyelik eşya, ulaşım ve varsa diğer hizmet sağlayıcı işletmelerinin adres, telefon ve ilgili diğer gerekli bilgilerin yer aldığı listedir (Ahipaşaoğlu 2001).

Teyit (konfirmasyon) formları dosyası: Bazı tur operatörleri turist rehberlerine hizmet sağlayıcı işletmelerle yaptığı rezervasyon ve teyit yazışmalarının birer nüshasını verebilmektedir. Bu belgeler çok sık kullanılmasa da, yanlış anlama veya tereddüt durumunda, turist rehberine tam olarak ne tür mal ve hizmetler için rezervasyon yapıldığını göstermektedir (Cross 1991; Ahipaşaoğlu 2001).

Günlük tur raporu: Bazı tur operatörleri bu raporu kalıplaşmış bir anket formu kullanarak alırken, bazıları sadece rehberin yazılı veya sözlü olarak görüşlerini almakla yetinmektedir (Mancini 2001). Bu raporda rehber, hizmet sağlayıcı işletmelerin hizmet kalitesi, planlanmış etkinliklerin işleyişi ve gün boyunca karşılaşılan sorunlar hakkında değerlendirmeler yapmaktadır. "Bir çok tur operatörü bu formların dönüşte toplu olarak verilmesiyle yetinirken, kimileri de her sabah bir önceki günün formunun merkeze fakslanmasını istemektedirler" (Ahipaşaoğlu 2001, 163).

Hizmet bonoları (voucher): Seyahat acentası ve tur operatörlerinin bir çoğu, sürekli hizmet aldığı işletmelerle, hizmet bonosuyla ödeme yapmak için, anlaşma yapmaktadırlar. Bu anlamda, tur öncesinde alınacak olan her hizmet için turist rehberine birer "*voucher*" verilmektedir. Hizmet bonolarında, hizmet alınacak işletmenin adı, nasıl bir hizmet alınacağı ve bu hizmetin miktarına (kaç kişilik olduğu) ilişkin bilgiler yer almaktadır. Ayrıca, beklenmedik durumlarda kullanılmak üzere, bir kaç tane boş "*voucher*" da turist rehberine verilebilir (Curran 1978). Hizmet bonosu ile ödeme yapılmayacak olan yerlerde, turist rehberi aldığı avansı kullanarak ödeme yapmakta ve bu harcamayı avans harcama raporuna kaydetmektedir.

Avans harcama raporu: Müze giriş ücretleri, otopark ücretleri, telefon masrafları, tip ve diğer bazı peşin ödeme gerektiren hallerde, seyahat acentası veya tur operatörü tarafından turist rehberine, ödeme yapabilmesi için belli bir miktar avans verilmektedir. Avans harcama raporu, turist rehberinin bu avansı nasıl ve nerelerde kullandığını göstermek için doldurulmaktadır. Raporda, yapılan her harcamanın zamanı, miktarı ve türü belirtilmekte ve alınan biletler, faturalar ve makbuzlar rapora eklenmektedir. Tur dönüşünde rapor, seyahat acentası veya tur operatörünün muhasebe departmanında değerlendirilerek avans kapatılır (Curran 1978; Ahipaşaoğlu 2001).

Tur değerlendirme formları (tur değerlendirme anketi): Tura katılanların memnuniyetini ölçmeye yönelik olan bu formlar, tur öncesinde turist rehberine verilmektedir. Tur öncesinde, seyahat acentası veya tur operatöründen katılımcı sayısı kadar form alan turist rehberi, turun son günü bu anketleri turistlere doldurtarak seyahat acentasına geri vermektedir. Bu formlar turun denetim aşamasında yapılacak olan analizler için temel bilgi kaynağı niteliğindedir (Kozak 1999) .

Çok sık kullanılan bu belgelerin yanı sıra, turist rehberlerine tur esnasında kullanmaları için başka belgeler de verilmektedir. Seyahat acentalarınca verilen diğer belgeler turun niteliğine ya da seyahat acentasının özellikleri ve çalışma prensiplerine bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, bazı seyahat acentaları acil durumlarda her bir turist için kime haber verileceği ve kimden bilgi alınabileceğini belirten "acil yardım formu" düzenlemektedirler (Ahipaşaoğlu 2001). "Olağanüstü durum (kaza) raporu" da turda bir kaza, hastalık, ölüm ve benzeri olaylar olması halinde düzenlenen bir rapordur. Bu rapor bazen matbu halde düzenlenerek, turist rehberine tur öncesi verilebilmektedir

(Mancini 2001).

Eğer tur boyunca sınır geçişleri yapılacaksa ya da gemi veya uçak yolculuğu varsa, bu tür durumlarda işlemlerin grup halinde ve daha hızlı yürütülebilmesi için seyahat işletmelerince *yolcu manifestoları* düzenlenerek (Ahipaşaoğlu 2001), tur öncesinde turist rehberine verilmektedir. Ayrıca, bazı seyahat acentaları turistlere dağıtılmak üzere, ücretsiz harita, eşantiyon ve gidilecek bölge ya da ülke ile ilgili broşürler de vermektedirler(Mancini 2001).

Bütün bu bilgi ve belgelerle tur avansını aldıktan sonra turist rehberi rehberlik hizmeti vereceği grup için detaylı bir tur planı hazırlamaya başlar. Bu plan, daha ziyade turist rehberinin yönetmiş olduğu önceki turlardaki tecrübelerine dayandırılsa da, her yeni tur planlamasında yeniden gözden geçirilmesi gereken noktalar ve araştırılması gereken konular olabilmektedir.

2.1.2. Günlük Zaman Kullanımının Planlanması

Tur operatörleri veya seyahat acentaları tarafından hazırlanan broşürlerde yer alan tur programları, ziyaret edilecek olan yerler, genel zaman planı ve konaklama tesislerine ilişkin bilgileri içermektedir. Ancak, ziyaret edilecek olan yerlere tam olarak ne zaman varılacağı, buraların ne kadar sürede gezileceği ve buralardan ne zaman hareket edileceği, nerelerde ihtiyaç veya fotoğraf molası verileceği gibi bilgiler broşürlerdeki genel tur programlarında yer almamaktadır. Bunun nedeni, "mevsime, iklim koşullarına, olası aksaklıklara, grubun ilgi ve eğilimlerine göre rehbere hareket esnekliği sağlamaktır" (Ahipaşaoğlu 2001, 178).

Turist rehberinin tur esnasında turun yönetimiyle ilgili hareket esnekliği olmasına karşın, bir turda zaman kısıtlıdır ve en iyi şekilde değerlendirilmesi gerekir. Ayrıca, turistlere bir gün boyunca neler yapacakları önceden ayrıntılı olarak bildirilmelidir. Bu bilgiler doğrultusunda turistler yapacakları faaliyetlere göre giysilerini hazırlarlar, yanlarına ihtiyaç duyacakları kadar para alırlar veya diğer bazı hazırlıklar yaparlar. Bunlara ilaveten, turist rehberi, gün boyunca neyi, nasıl ve ne zaman yapacağından emin olarak hareket edebilmek, kararlarını daha hızlı verebilmek ve tur sonrasında, yaptıklarıyla yapması gerekenleri karşılaştırabilmek için ayrıntılı bir yol göstericiye ihtiyaç duymaktadır. Bütün bunlar ayrıntılı planlamaya olan ihtiyacı arttırmakta ve

günlük zaman kullanımının planlanmasının, turist rehberinin ve turun başarısında önemli bir etken olarak görülmesine sebep olmaktadır.

Grupta bulunan turistlere bir gün boyunca sırasıyla neler yapacaklarının önceden bildirilebilmesi için turist rehberinin en geç bir gün önceden ertesi günün günlük zaman kullanımını planlamış olması gerekir. Bu, tek günlük turlar ve bir günden fazla süren turlar için aynı ölçüde gerekli olabilmektedir.

Daha önce de belirtildiği üzere, tur programı turist rehberinin yapacağı turun yönetim planlaması için temel dayanak noktasıdır. Ancak, tur programının yanı sıra, uygulanabilir bir günlük zaman kullanım planı hazırlayabilmek için bir çok ilave bilgiye ihtiyaç kaçınılmazdır. Bu bilgilerin bazılarına, turist rehberinin turun düzenlendiği güzergahtaki tecrübesi ve genel mesleki tecrübesine dayalı olarak ulaşmak zor olmayabilir. Turist rehberi, bazı bilgilere turu düzenleyen tur operatörü veya seyahat acentasından, bazılarına ise kendi araştırmaları sonucunda ulaşabilmektedir. Seyahat acentası veya tur operatörü tarafında verilmesi gereken bilgilerin neler olduğu daha önce belirtilmişti. Bu bilgiler ve turist rehberinin kendi tecrübeleri veya araştırmaları sonucunda elde ettiği bilgiler, günlük zaman kullanımını doğru bir şekilde planlayabilmek için önemli birer faktör olarak görülebilir. Günlük zaman kullanımı planlamasını etkileyen faktörler üç ana başlık altında açıklanabilir (Curran 1978; Ahipaşaoğlu 2001): (a) ulaşım süresini etkileyen faktörler; (b) tur esnasında yapılacak olan faaliyetlerin sürelerini etkileyen faktörler; ve (c) zorunluluktan kaynaklanan zaman kısıtlamaları.

2.1.2.1. Ulaşım Süresini Etkileyen Faktörler

Ulaşım sürelerini etkileyen faktörler genel olarak dört ana gruba ayrılabilmektedir (Ahipaşaoğlu 2001):

Gün boyunca kat edilecek toplam mesafe ve gezilip görülecek çekicilikler arasındaki mesafeler: Bu bilgiler gidilecek bölgenin haritalarından ya da mesafe gösteren başka bazı kaynaklardan (Internet siteleri veya bilgisayar programlarından) elde edilebilir.

Yol durumu: Kullanılacak olan yollardan daha önce hiç geçilmemiş veya uzun bir süre önce geçilmişse, yol durumu hakkında bilgi edinilmelidir. Virajlı veya bozuk yollarda

zaman kaybı da hesaplanarak ulaşım süresine eklenmelidir.

Hava şartları: Tur boyunca tur güzergahı üzerinde bulunan yerlerde hava şartlarının nasıl olacağı konusunda bilgi edinilmelidir. Yağmurlu, sisli veya karlı havalarda ulaşım sürelerinde önemli artışlar söz konusu olabilmektedir.

Tur aracının türü ve ortalama hızı: Ulaşım sürelerini doğru hesaplayabilmek için tur aracının ortalama hızı bilinmelidir. Küçük ve yeni bir aracın ortalama hızı genelde büyük bir araca göre daha yüksek olabilmektedir.

Bütün bu faktörler dikkate alınarak ulaşım için gerekli süreler hesaplanarak planlanabilir.

2.1.2.2. Tur Esnasında Yapılacak Olan Faaliyetlerin Sürelerini Etkileyen Faktörler

Tur esnasında yapılacak olan faaliyetlerin sürelerini etkileyen altı önemli faktör sıralanabilir(Cross 1991; Mancini 2001; Ahipaşaoğlu 2001):

Gruptaki kişilerin sayısı ve ortalama yaşları: Grupta bulunan kişi sayısı fazla olduğu zaman, mola süresi, ziyaret süresi veya yemek süresi biraz daha uzun tutulmalıdır, çünkü bu türden kalabalık bir grubun tur aracına inip binmesi bile zaman alabilmektedir. Aynı durum gruptakilerin ortalama yaşları yüksek olduğu zaman da söz konusu olabilmektedir. Yaşlı insanlar daha yavaş hareket ettiğinden sadece inip binmede değil, diğer faaliyetleri gerçekleştirmelerinde de süre uzayabilecektir (Ahipaşaoğlu 2001).

Gruptaki kişilerin alışkanlıkları ve kültürel özellikleri: Gruptaki kişilerin alışkanlıkları ve kültürel özellikleri geldikleri ülke veya milliyetleriyle doğrudan ilişkili olabilmektedir. Örneğin, ABD ve Kanada gibi ülkelerde öğle yemeği hızlı bir şekilde ve az çeşitle geçiştirilmektedir. Bu da, bu ülkelerden gelen gruplarda öğle yemeği için daha az bir süre ayrılabileceği anlamına gelmektedir. Farklı milliyetlere göre zamanlama kavramı ve zamanlamaya verilen önem de değişebilmektedir. Kuzey Avrupa, Japonya, Kanada ve ABD gibi ülkelerden gelen turistler verilen zamanlamalara uymaya çok dikkat etmektedirler, oysa Latin Amerika, Afrika ve Akdeniz ülkeleri insanları için zaman kavramı biraz daha esnek olabilmektedir (Mancini 2001). Bu ve benzeri durumlardaki olası gecikmeler de dikkate alınmalıdır.

Gruptaki kişilerin ilgi alanları: İnsanların cinsiyetlerine ve mesleklerine göre ilgi alanları değişebilmektedir. Bu anlamda, grupta bulunan kişilerin cinsiyetleri ve meslekleri ilgi alanlarını belirlemede ipucu olabilecek birtakım ön bilgiler sunmasına karşın, planlama sadece bu bilgilere dayandırılmamalı, mümkünse gruptaki kişilerin ilgi alanları daha ayrıntılı olarak tespit edilmelidir. Örneğin, bayanlar alışveriş yerlerinde daha fazla zaman geçirmek isteyebilirler (Cross 1991). Doktorlar, tıp tarihi ile ilgili bir müzede daha ayrıntılı inceleme yapmak ve daha çok bilgi almak isteyebilecektir. Özetle denilebilir ki, tura katılanların ilgisini daha fazla çekebilecek yerleri gezmek ve faaliyetleri gerçekleştirmek için ilgi alanlarına uygun yerlerde uygun zaman ayrılması gerekir.

Gezilip görülen yerlerde turist rehberinin anlatım için kullanacağı süre: Turist rehberinin bu süreyi doğru belirleyebilmesi için geçmişteki tecrübelerine dayanarak karar vermesi gerekmektedir. Eğer ziyaret edilecek olan yer daha önceden turist rehberinin gitmediği bir yerse, meslektaşlarından veya o yeri iyi bilen kişilerden bilgi alınması gerekir. Ayrıca, süre tespit ederken en önemli etken grubun bu yere olan ilgisidir. Grubun ilgisini çekmeyen bir yerde turist rehberinin anlatım süresini uzun tutmanın bir faydası olmayacaktır. Anlatım süresi, grubun daha çok ilgisini çekebilecek yerlerde uzun tutulmalıdır.

Gidilen tesislerin veya gezilip görülen yerlerin özellikleri: Yemek için gidilen yiyecek ve içecek işletmelerinde yemek servisinin türü, ödeme şekli ve müşteri yoğunluğu dikkate alınmalıdır. Yemek "açık büfe" veya "*table d'hôte*" olduğu zaman "*a la carte*" servise göre çok daha hızlı bir şekilde gruba dağıtılabilir. Yemek fiyatı tur fiyatına dahil ise, turist rehberi toplu ödeme veya "*voucher*" ile ödeme yapmakta, turistler sadece yaptıkları ekstra harcamaları ödemektedirler; bu da önemli ölçüde zaman kazandırmaktadır. Yemek yenilecek veya mola verilecek tesislerin fiziksel özellikleri de oradaki zaman kullanımını etkilemektedir. Grubun büyüklüğüne göre tuvalet ve lavabo sayısı az olan tesislerde daha fazla zaman ayırmak uygun olacaktır. Tesise yakın bir otoparkın bulunup bulunmaması da gözardı edilmemesi gereken bir husustur.

Gidilen tesislerde veya gezilip görülen yerlerdeki trafik (kalabalık) ve iş yoğunluğu: Gezilen ören yeri, müze veya diğer çekiciliklerin o dönemdeki yoğunlukları dikkate alınmalı, çünkü, özellikle yoğun sezonda veya bayramlarda bir çok yer kalabalık

olabilir,bu yüzden beklemek gerekebilir. Ayrıca, bazı müze veya ören yerlerinin çok geniş olmasından ya da buraları gezip görmenin fiziksel çaba harcamayı (tırmanma gibi) gerektirmesinden dolayı, gezilmesi uzun sürmekte veya yorucu olabilmektedir. Bu tür durumlarda turist rehberi gezi sonrası küçük bir mola için gerekli olan zamanı da dahil etmelidir.

2.1.2.3. Zorunluluktan Kaynaklanan Zaman Kısıtlamaları

Planlayıcıların (turist rehberinin veya seyahat acentasının) mutlaka dikkate almaları gereken ve zorunluluktan kaynaklanan bazı zaman kısıtlamaları vardır. Bunlar, tur boyunca yapılacak olan bütün faaliyetlerin zamanlamalarını ve sürelerini de etkilemekte ve planlama yapan kişinin dışında bazı kişi, kurum ve olaylara bağlı olan kısıtlamalardır.

Yemek saatleri: Her öğünün yemeği alınması gereken saatlerde alınmalıdır. Diğer bir ifade ile, öğünler arasında makul süreler olmalıdır. Eğer kahvaltı sabah saat sekizde yapıldıysa, öğle yemeği de uygun bir saatte alınmalıdır.

Müze ve ören yeri açılış-kapanış saatleri: Müze ve ören yerlerine açılış saatinden önce veya kapanış saatinden sonra girilemeyeceğinden, bu sınırlamalar da dikkate alınmalıdır.

Faaliyetin özelliklerinden kaynaklanan zaman kısıtlamaları: Bazı faaliyetler günün sadece belli bir zamanında gerçekleştirilebilir. Örneğin, Kapadokya'da yapılacak olan balon gezintisi, ancak günün erken saatlerinde gerçekleştirilebilir. Buna benzer başka bir örnek de güneşin doğuşu veya batışıdır. Bu ve bunlara benzer doğal olaylar sadece günün belli zaman diliminde gerçekleştiğinden doğru zamanda bu faaliyetlerin gerçekleşeceği yerde bulunulmazsa, o gün için bu fırsat kaçırılmış olur.

Toplu ulaşım araçlarının hareket saatleri, toplu gösterilerin veya randevu gerektiren diğer faaliyetlerin başlama saatleri: Tren, uçak, feribot ve bezeri araçların hareket saatleri hakkında önceden bilgi sahibi olunmalıdır. Ayrıca, tiyatro, sinema, festival gibi etkinliklerin başlama saatleri ve randevu alınmadan gidilemeyen müzeler, ören yerleri, restoran ya da benzeri yerlerden alınmış randevu saatleri planlama yaparken göz önünde bulundurulmalıdır.

Uzun mesafeli seyahatlerde mola zorunluluğu: Turlarda bazen bir gün boyunca uzun mesafeler kat edilmektedir ve yolculuk saatlerce araçtan inmeden sürebilmektedir. Bu durumlarda mola vermek kaçınılmaz olur ve zaruret halini alabilir. Turistlerin araçta molasız geçirebilecekleri en uzun süre ortalama iki saattir ve bu süre sonrasında mutlaka mola verilmelidir (Çimrin 1995).

Turist rehberi günlük zaman kullanımını planlarken esnek olmalıdır. Gün boyunca bir çok beklenmeyen olayla karşılaşılabilir ve bu olaylar mevcut planda değişiklik yapmayı gerektirebilir. Bundan dolayı planlama yaparken alternatifler araştırılmalı ve zaman kullanımı hesaplanırken beklenmeyen durumlar için de ilave sürelere ihtiyaç duyulabileceği düşünülmelidir.

2.1.3. Tur Öncesinde Yapılan Diğer Hazırlıklar

Tur öncesinde, turist rehberi gidilecek yerlere göre anlatacağı konuları da gözden geçirmeli ve yapacağı anlatım için hazırlanmalıdır. Ayrıca, anlatımı esnasında başvuracağı ya da turistlere tavsiye edeceği bazı kaynak kitapları da yanına almalıdır.

Turun süresine bağlı olarak, turist rehberinin alması gereken ve tur boyunca kendisine lazım olacak bazı eşyalar da vardır. Bunlar arasında bölge haritaları, bagajlara iliştirilecek fazladan bagaj etiketleri, tur aracında grubu eğlendirmek için kullanılabilecek bulmacalar, oyunlar ve benzeri malzemeler sayılabilir (Ahipaşaoğlu 2001). Ayrıca, hem turist rehberinin kendisinin kullanabileceği, hem de turistler için gerekecek olan bir sağlık çantası bulunmalıdır. Buna yara bandı, elastik bandaj, pamuk, ishal ve araç tutmasını önleyici ilaç ve turun özelliğine göre diğer ilk yardım malzemeleri de konulabilir (Çimrin 1995).

Bütün bunlar hazırlandıktan sonra, yine turun süresine, özelliğine, mevsime ve gidilecek yerlerin özelliklerine göre, turist rehberi özel eşyalarını, pasaport ve kokart gibi belgeleri de yanında bulundurmalıdır.

2.2. ÖRGÜTLEME FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ

Birinci bölümde de belirtildiği üzere, örgütleme, planların başarıya ulaşabilmesi için beşeri ve maddi kaynakların tahsis edilmesi ve düzenlenmesi anlamına gelmektedir.

Maddi kaynakların tahsisi turu organize eden işletme tarafından yapılmakta ve genelde yapılacak olan harcamalar önceden belli olduğu için, turist rehberinin bu konuda bir karar vermesi söz konusu olmamaktadır. Turist rehberinin maddi kaynakları (avansı) kullanması çok karmaşık bir süreç değildir. Burada dikkat edilmesi gereken konu, yapılacak olan her harcama için (otopark, müze girişi, bahşiş ve diğer harcamalar) doğru miktarda para ayırmak ve her harcamayı avans harcama raporuna kaydetmektir.

Turist rehberin asıl örgütlemesi gereken, turda görev alan elemanlar ve tura katılan turistlerdir. Bu kişileri örgütleyebilmek için yapılan en önemli faaliyet bilgilendirmedir. Turist rehberinin örgütleme amaçlı bilgilendirmesinden bahsetmeden önce, beşeri kaynaklar, yani turlarda görev alan çalışanlar ve bunların görev ve sorumlulukları hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır.

2.2.1. Turda Görev Alan Çalışanlar ve Bunların Görev, Yetki ve Sorumlulukları

Eskortlu turların gerçekleşme aşamasında en sık görev alan elemanlar tur liderleri, turist rehberleri ve tur aracı sürücüleridir (Mancini 2001). Bu çalışanların görev, yetki ve sorumluluklarının açıklanması, turist rehberinin örgütleme fonksiyonunun daha iyi anlaşılabilmesi açısından önem taşımaktadır.

2.2.1.1. Tur Lideri (Tur Yöneticisi)

Tur yöneticisi ya da tur eskortu (*tour conductor, tour director, tour escort*) olarak da adlandırılan tur liderlerinin temel görevi, ilgi çekici ve etkileyici biçimde gidilen yerler hakkında turist rehberi gibi bilgi vermekten ziyade turist grubunu ve tur boyunca yapılan faaliyetleri yönetmektir (Mancini 2001, Souto 1993).

> Tur liderleri bir gruba uygulanacak olan gezinin başlangıcından bitimine kadar eşlik eden, katılımcılara yol gösteren, yasal ya da rutin işlemleri onlar adına yapan ya da yapmalarına yardımcı olan, yönelim hakkında genel bilgiler aktaran, gerekli hallerde grup üyeleri adına toplu mal ve hizmet alımlarını yapan, sorunları olduğu zaman yanlarında olan, tekil turistik hizmet üreticilerine karşı tur operatörünü temsil eden, gezinin öngörüldüğü gibi geçmesini ve başarılı olmasını sağlayan kişilerdir. Kısacası tur boyunca müşterilerin emrinde olan, keyifli bir tatil yapabilmeleri için elinden gelen her şeyi yapmakla yükümlü olan görevlilerdir (Ahipaşaoğlu, 2001, 84).

Bu bilgilerden hareketle, tur liderinin turu yönetirken, şu görevleri yerine getirmekle sorumlu olduğu söylenebilir (Cross 1991; Souto 1993):

a) Önceden oluşturulmuş güzergahta programlandığı ve turistlere taahhüt edildiği şekliyle turun gerçekleşmesini sağlamak.

b) Tura dahil tüm hizmetlerin gerekli kalitede ve standartlara uygun olarak verilmesini sağlamak.

c) Deniz ve hava limanları ile garlarda ve sınır geçişlerinde turist grubunun işlemlerini gerçekleştirmek.

d) Grup adına hizmet işletmelerine ödemeler yapmak ve gerekirse tip vermek.

e) Konaklama yapılan işletmelerde *check-in* ve *check-out* işlemlerini gerçekleştirmek.

f) Ziyaret edilen yerlerde, o yeri anlatacak turist rehberini bulmak ya da turist rehberi önceden bulunmuş ise bu kişinin çalışmasını denetlemek.

g) Grubun ana dilini bilmeyen turist rehberinin anlattıklarını tercüme etmek ve gerekli başka durumlarda da tercümanlık yapmak.

h) Hizmet alınan bütün işletmelerde verilen hizmetlerin en iyi şekilde verilmesini sağlamak ve turda görev alan çalışanları denetlemek.

i) Tura katılanların tur ile ilgili sorunlarıyla ilgilenmek, onlara her konuda yardımcı olmak ve hoşça vakit geçirmelerini sağlamak.

j) Tura katılanların birbiriyle kaynaşmasını sağlamak ve gerekirse, doğum günü ya da yıldönümü gibi özel durumlarda toplu kutlamalar düzenlemek.

k) Gidilen ülke ya da bölge hakkında genel bilgiler vermek veya tanıtmak.

Daha önce de belirtildiği üzere, başta Türkiye olmak üzere, İsrail, Mısır, Tunus ve Avrupa Birliği'ne üye olmadan önce, Yunanistan gibi bazı ülkelerde, yabancı uyruklu tur liderlerinin ülke tanıtımını üstlenmelerine izin verilmemektedir. Bu ülke sınırları içinde gerçekleşen turlarda, turun başlangıcından sonuna kadar, ülke tanıtımının ulusal

uyruklu turist rehberleri tarafından yapılması yasal bir zorunluluktur (Kalkan 1995; Ahipaşaoğlu 2001). Tur düzenleyen işletmeler bu zorunluluğun olduğu ülkelere ayrıca bir tur lideri göndererek maliyetlerini arttırmak istememekte ve tur liderinin bütün yetki ve sorumluluklarını gidilen ülkedeki turist rehberlerine vermektedirler (Ahipaşaoğlu 2001). Bu durumda, turist rehberi, asli görevleri olan tanıtım, bilgi verme ve yol göstermenin yanında tur liderinin turu yönetme görevini de üstlenebilmektedir. Çok sık olmasa da, yukarda belirtilen ülkelerde tur lideri ve turist rehberi tur boyunca birlikte çalışmaktadır. Özellikle, eğer turist grubunun konuştuğu dilde bir turist rehberi bulmak zor ise, tur liderinin bildiği dili bilen rehber gruba eşlik etmekte ve turist rehberinin aktardığı bilgiler, tur lideri tarafından grubun ana diline tercüme edilmektedir. Örneğin, Türkiye'de Lehçe bilen turist rehberi sayısı azdır ve Polonya'dan gelen bir grubun tur lideri İngilizce biliyorsa, İngilizce bilen bir turist rehberi eşliğinde turu gerçekleştirebilmektedir. "Eğer tur sırasında rehberin yanı sıra bir tur lideri de varsa esas yönetim ve düzene ilişkin sorumluluk, rehberle koordineli olmak koşulu ile tur liderinindir" (Ahipaşaoğlu 2001, 92).

2.2.1.2. Turist Rehberi

Ekim 2000'de, Viyana'da toplanan Avrupa Standartlar Komitesince (CEN-European Committee for Standardization) oluşturulan TC 329/WG2 sayılı çalışma grubu tarafından turist rehberi şöyle tanımlanmıştır: "Rehber, rehberlik yapma yeterliliğine sahip ve o yeterliliğin geçerli olduğu belli bir yer ya da bölgede, ziyaretçilerin istediği dilde, oradaki kültürel ve doğal özellik ve çekicilikleri anlatarak yorumlayan kişidir" (FEG-European Federation of Tourist Guide Associaations 2003). Burada adı geçen yeterlilik, bu konuda yetkili olan mercilerce verilmekte ve yine aynı mercilerce denetimi yapılmaktadır.

Turist rehberi daha ziyade yorumcu ve eğitimci rolüyle ön plana çıkmaktadır, oysa ki tur liderinin yönetsel ve sosyal yönleri ağırlıktadır. Turist rehberinin bir tura katılma süresi sınırlıdır; turist grubunun onun çalıştığı bölgeyi, şehri ya da ören yerini ziyaret etmesi durumunda sadece birkaç saatliğine gruba eşlik etmektedir. Ancak, bazı bölgelerde veya ülkelerde turist rehberlerinin turist grubuna günlerce eşlik etmesi de sık görülmektedir. Bu durumda turist rehberi, tur liderliğini de üstlenerek iki görevi birden yerine getirmektedir (Pond 1992).

Daha önce de belirtildiği üzere, Türkiye'de turist rehberlerinin çoğunlukla tur liderlerinin yetkileriyle donatılması ve onların sorumluluklarını da üstlenmesinden dolayı, turist rehberinin tanımı da daha geniş kapsamlıdır (Yıldız, Kuşluvan, Şenyurt 1997, 10):

> Turist rehberi, turistlerin seyahatleri sürecinde, turistlerle iletişim kuran, turistlerin seyahatinin başlangıcından bitişine kadar olan seyahat organizasyonunu kolaylaştıran, ziyaret edilen mahalli tüm yönleriyle turistlere tanıtan, turistlerin turizm mahallinde hoş vakit geçirmesini sağlayan, olağandışı durumlarda turistlere yardımcı olan ve turistlerin seyahati sürecinde haklarını koruyan kimsedir.

Turist rehberleri yaptıkları işin özelliğine ya da çalıştıkları turist gruplarının ilgi alanlarına göre farklı isimlerle anılmaktadırlar. Örneğin, Türkiye'de pek yaygın olmamasından dolayı, Türkçe tam karşılığı bile olmayan *step-on guide*, tur lideri olan gruplarda sadece belli bir süre için belli bir yeri anlatması için tura katılan turist rehberi anlamına gelmektedir (Pond 1992). Diğer rehber türleri genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Pond 1992; Souto 1993; Mancini 2001): (a) şehir rehberi; (b) nokta rehberi; (c) sürücü rehber; ve (d) uzman rehber.

a) Şehir rehberi (*City/Urban guide*): Belli bir şehri çok iyi tanıyan ve sadece o şehirde rehberlik hizmeti veren kişilerdir. Bu rehberler genelde tur lideri olan turist gruplarıyla *step-on* olarak çalışmakta ve kısa bir süre için; örneğin, şehir turu esnasında gruba katılmakta ya da tur lideri olmaksızın tek merkeze yönelik düzenlenen turlarda rehberlik hizmeti vermektedirler (Souto 1993).

b) Nokta rehberi (*On-site guide*): Sadece belirli bir bina, müze ya da ören yerinde çalışan turist rehberleridir. Bu rehberler, genelde o yere bağlı olarak çalışmakta ve ücretsiz hizmet vermektedirler. Bu şekilde çalışan turist rehberleri, ya gönüllü (*docent/volunteer guide*) olarak çalışmakta ya da ücretlerini çalıştıkları kurum ödemektedir (Mancini 2001). Türkiye'de bu tür rehberlere örnek olarak Dolmabahçe Sarayı'nda çalışan turist rehberleri gösterilebilir.

c) Sürücü rehber (*Driver guide*): Adından da anlaşıldığı gibi, bu rehberler rehberliğin yanı sıra tur aracı sürücülüğünü de üstlenmektedirler. Bazı ülkelerde bu yasal olmasa da (örneğin Avusturya), bir çok yerde sık görülen bir uygulamadır. Turist

rehberi ve sürücü rollerini birlikte yerine getirmek zordur ve bundan dolayı İsrail ve İngiltere gibi ülkelerde bu tür turist rehberleri için özel eğitim programları düzenlenmektedir (Pond 1992).

d) Uzman rehber (*Specialized guide*): Bu tür rehberler belli bir konuda uzmanlaşmış kişilerdir ve uzmanlık gerektiren turlara katılırlar. Örneğin, macera ve spor amaçlı düzenlenen turlarda (rafting, trekking, safari gibi), özel ilgi turlarında (kuş gözleme, bitki gözleme, şarap tadımı gibi) ya da özel ihtiyaçlara yönelik düzenlenen turlardaki faaliyetlerle ilgili bilgi ve beceriye sahip turist rehberleridir.

Turist rehberleri çalışma şekillerine bağlı olarak ise, ikiye ayrılabilir: (a) serbest çalışan (*free lanced*); ve (b) belli bir seyahat acentasına veya tur operatörüne bağlı olarak çalışan rehberler. Serbest çalışan rehberler herhangi bir seyahat acentası veya tur operatörü ile sürekli olarak çalışmazlar, farklı seyahat organizatörlerinden gelen farklı tur tekliflerini değerlendirerek istedikleri zaman istedikleri tura çıkarlar. Belli bir seyahat acentasına veya tur operatörüne bağlı olarak çalışan rehberler ise, sadece bağlı oldukları işletmenin düzenlediği turlarda rehberlik hizmeti verirler. Bu tür rehberler seyahat acentasının sürekli (kadrolu) çalışanı olabileceği gibi, sadece belli bir süre için (örneğin, turizm sezonu boyunca) anlaşma yaparak da çalışabilirler.

Türkiye'de 19152 Sayılı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğine göre iki tür turist rehberi vardır (Kalkan 1995). Bunlardan birincisi ülkesel turist rehberleri, ikincisi ise bölgesel rehberlerdir. Ülkesel rehberler yurt genelinde turist rehberliği yapma hakkına sahipken, bölgesel rehberler sadece yedi coğrafi bölgeden birinde (kurs gördükleri ilin bulunduğu bölgede) rehberlik hizmeti verme yetkisine sahiptirler. Bu farklılığa rağmen, her iki tür rehberin de yerine getirdiği görevler ya da üstlendiği sorumluluklarda bir farklılık bulunmamaktadır.

Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt'a (1997) göre turist rehberinin altı temel işlevi vardır. Bunlar: (a) iletişim; (b) yönetim; (c) tanıtma ve bilgilendirme; (d) eğlendirme; (e) olağanüstü durumlarla başedebilme; ve (f) hakkaniyeti sağlama. Bu işlevleri yerine getirebilmesi için turist rehberinde bulunması gereken nitelikler Tablo 2.1'de özetlenmiştir.

Tablo 2.1 Turist Rehberinin Temel İşlevleri ve Nitelikleri

REHBERİN TEMEL İŞLEVLERİ	NİTELİKLER
1. İLETİŞİM	• Sözlü ve yazılı iletişim becerisi (Kendi dilinde ve en az bir yabancı dilde). • Bireyler arası iletişim becerisi.
2. YÖNETİM	• Planlama. • Organizasyon. • Koordinasyon. • Liderlik. • Denetim becerileri.
3. TANITMA VE BİLGİLENDİRME	• Tanıttığı turizm mahallini tüm yönleriyle tanıma, anlama ve sevme.
4. EĞLENDİRME	• İnsanları anlama ve hoş görme. • Dışadönük ve sosyal olma. • Esprili olma.
5. OLAĞANÜSTÜ DURUMLARLA BAŞEDEBİLME	• Teknik bilgi ve beceriler. • Soğukkanlı ve dayanıklı olma.
6. HAKKANİYETİ SAĞLAMA	• Hukuk bilgisi. • Hakkaniyet ve iş ahlakı duygusu. • Dürüst davranma.

Kaynak: Yıldız, Kuşluvan, Şenyurt 1997, s. 11.

2.2.1.3. Araç Sürücüsü

Turlarda en yaygın kullanılan tur araçları, motorlu araçlardır (Pond 1992). Bunların büyüklükleri grubun büyüklüğüne göre değişebilmekte (otobüs, midibüs veya minibüs) ya da farklı özellikler taşıyabilmektedir. Büyüklüğü ve özellikleri ne olursa olsun, tur aracını kullanan ve tur boyunca turist rehberiyle birlikte çalışan araç sürücüsünün turun başarısında önemli rolü olduğu söylenebilir.

Tur aracını sürme dışında, sürücünün tur esnasında üstlendiği bir çok görevi vardır. Bu görevler bazı durumlarda farklılık gösterse de, genel olarak şöyle sıralanabilir (Cross 1991; Pond 1992; Souto 1993; Mancini 2001):

a) Aracı temizlemek ve sürekli temiz tutmak (muavinin olduğu durumlarda bu görevi muavin üstlenmektedir).

b) Turistlerin bagajını kontrol ederek araca yüklemek veya indirmek (muavinin olduğu durumlarda bu görevi muavin üstlenmektedir).

c) Turistlere nazik davranmak ve özellikle araçtan inerken yardımcı olmak.

d) Tur aracının günlük teknik bakımını yapmak ve grup araca binmeden, ısıtma ya da soğutma sistemlerini uygun ısı seviyesi oluşana dek çalıştırmak.

e) Rehberle uyumlu bir şekilde çalışarak, rehberin karar vermesine ve planlama yapmasına yardımcı olmak.

f) Tur aracını kurallara uygun ve güvenli bir şekilde kullanmak.

Turist rehberi ve sürücü, aynı amaç uğurunda çalışan iki takım arkadaşı gibidir. Görevleri ve üstlendikleri sorumluluklar farklı olsa da, tur esnasındaki rolleri zaman zaman örtüşebilmektedir. Aralarındaki ilişki sinerjiye dayanmalı ve birbirilerinin işlerini daha az stresli hale getirecek ve kolaylaştıracak şekilde çalışmalıdırlar (Pond 1992).

Gözetimli turlarda "ağırlayıcı" ve "transferci" gibi görevliler de bulunmaktadır (Ahipaşaoğlu 2001). Ancak, çalışmamızın konusunu daha ziyade eskortlu turlar oluşturduğundan, konu bütünlüğünü bozmamak amacıyla bu görevlilerden bahsedilmeyecektir.

2.2.2. Turist Rehberinin Yaptığı Örgütleme Amaçlı Bilgilendirme

Turist rehberi örgütleme fonksiyonunu yerine getirirken, öncelikle araç sürücüsüne, daha sonra da turistlere turla ilgili bazı konularda bilgi vermektedir. Bu bilgiler sayesinde tur planlandığı gibi ve en az sorunla gerçekleşebilmektedir. Tur başlamadan önce araç sürücüsünü bilgilendiren turist rehberinin bilgi verdiği konular üç gruba ayrılarak açıklanabilir (Pond 1992; Mancini 2001): (a) tur güzergahı hakkında ayrıntılı bilgi; (b) sürücünün (ve varsa muavinin) rehbere ve turistlere karşı davranışları hakkında bilgi ve (c) sürücünün (ve varsa muavinin) görev ve sorumlulukları hakkında bilgi.

Tur güzergahı hakkında ayrıntılı bilgi: Turist rehberi, tur güzergahı hakkında sürücüyü bilgilendirirken, özellikle zamanlama konusuna değinmelidir. Ne zaman nerede olmaları gerektiği, hangi yolun kullanılacağı, nereden geçerken aracın hızının düşürülmesi gerektiği ya da nerelerde mola verileceği gibi konular yola çıkmadan açıklığa kavuşturulmalıdır (Pond 1992). Bazen sürücünün tur güzergahı üzerinde tecrübesi rehberden daha fazla olabilir. Bu tür durumlarda rehberin, sürücünün tavsiyelerine açık olması gerekir. Ancak, sürücünün tur gidişatını yönlendiriyor izlenimi

yaratmamak için çok dikkatli hareket edilmelidir (Mancini 2001).

Sürücünün (ve varsa muavinin) rehbere ve turistlere karşı davranışları hakkında bilgi: Bir çok sürücü, turistlere hizmet veren işletmelerde uzun yıllar çalışmış ve bu konuda deneyim kazanmış olabilir. Ancak, turizm taşımacılığında yeni olan sürücülere, tur esnasında turistlere ve rehbere nasıl davranılması gerektiği konusunda bilgi verilmelidir. Örneğin, zaman zaman da olsa, sürücü ile rehber arasında tartışmalar çıkabilmektedir. Bu durumu turistlere sezdirmeden, bir uzlaşma yolu bularak çözümlemek büyük önem taşımaktadır (Mancini 2001). Sürücü hem turistlere hem de rehbere karşı nazik olmalıdır. Rehber de sürücüyü hiçbir zaman aşağılamamalı ve sürücünün de kendisini dikkate almaması gibi olumsuz durumların oluşmasına fırsat vermemelidir (Çimrin 1995).

Sürücünün (ve varsa muavinin) görev ve sorumlulukları hakkında bilgi: Turizm sektöründe deneyimli olan sürücülere bu konuda herhangi bir hatırlatmaya gerek kalmamaktadır. Ancak, bazı durumlarda maddi kaygılardan dolayı ya da ihmal sonucu bu görevler yerine getirilmemektedir. Örneğin; grup araca binmeden önce, aracın ısıtılmamış ya da soğutulmamış olması, mikrofonun çalışmıyor olması veya aracın temizlenmemiş olması gibi sorunlarla sık sık karşılaşılmaktadır. 2000 yılında Türkiye genelinde rehberlere uygulanan bir anketin sonuçlarına göre, ankete katılanların %35'i ulaştırma işletmelerindeki sürücülerin niteliksiz olduğunu düşünmektedir (Batman, Yıldırgan, Demirtaş 2000). Bundan dolayı, tur öncesinde sürücülere uygun bir dille hatırlatma yapmak bir çok sorunun oluşmasını önleyecektir.

Tur başlamadan önce, turist rehberinin turist grubuna da bazı konularda bilgi vermesi gerekmektedir. Turist rehberinin dört ile beş gün veya daha fazla süren turlarda, tur öncesi yaptığı bu bilgilendirme toplantısına "*info cocktail*" veya "*tanışma sohbeti*" de denilmektedir. Bilgilendirme toplantısı, grubun zaman kullanımı ve seyahat acentasının veya tur operatörünün bütçesi uygun olduğu zaman, destinasyona varış akşamı bir kokteyl ile birlikte yapılabilmektedir (Ahipaşaoğlu 2001). Bu tür bir bilgilendirme, bir veya iki gün gibi kısa süren turlarda ise, tur başladıktan hemen sonra, tur aracında da yapılabilmektedir.

Bilgilendirme (oryantasyon) toplantısı, tanışmak ve tura katılanlara tur boyunca uyulması gereken kuralları açıklamak için gereklidir (Souto 1993). Bu kurallar bireyler

arasındaki eşitliği sağlama ve grup üyeleri arasında oluşabilecek olası sürtüşmeleri engellemeye yöneliktir (Ahipaşaoğlu 2001). Bilgilendirme toplantısında turist rehberinin ele aldığı konulara aşağıda değinilmiştir.

Tanışma ve güzergahın tanıtımı: Turist rehberi kendisini, sürücüyü ve varsa muavini tanıttıktan sonra, turistlerin de kendilerini tanıtmalarına kısa bir süre ayırmalıdır. Turistlerin meslekleri, nereli oldukları, ilgi alanları ve beklentileri ile ilgili verdikleri bilgiler, hem rehberin gruba daha iyi hakim olması için veri oluşturacak, hem de birbirini önceden tanımayan turistlerin tanışıp kaynaşmalarını sağlayacaktır (Ahipaşaoğlu 2001). Tanışmadan sonra, mümkünse harita üzerinden tur güzergahının tanıtımı yapılmalıdır. Haritanın görsellik sağlamasından dolayı, verilen yer isimleri turistler için yabancı olsa bile, nerelerin, ne zaman gezileceği ve nereden geçileceği konusunda yapılan anlatımı destekleyerek kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, harita, kalem, bel çantaları gibi eşantiyonlar turistlere verilecekse, güzergah tanıtılmaya başlanmadan önce bunlar da dağıtılmalıdır.

Turist rehberinin, sürücünün (ve varsa muavinin) görev ve sorumlulukları hakkında bilgi vermesi: Bu tür bir bilgilendirme sayesinde turistler turda görev alan elemanların görevleri ve sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olmakta ve hangi sorun ya da sorular için kime başvurabileceklerini öğrenmektedirler. Örneğin, dinlenme saatlerinde hangi koşullarda konaklama tesisi görevlilerine, hangi koşullarda ise rehbere başvurulacağı kesin kurallar halinde olmasa bile ana hatlarıyla belirtilmelidir (Ahipaşaoğlu 2001).

Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallar hakkında bilgi verme: Turistlerin birbirleriyle ilişkilerini düzenlemek ve turun gidişatının sorunsuz olmasını sağlamak için rehber bazı kuralları gruba açıklar ve bu kurallara uyulması gerektiğini belirtir. Bu kurallardan biri araçtaki oturma düzeni ile ilgilidir. Turun süresine bağlı olarak, aracın ön taraflarında oturan turistlerle arka taraflarda oturanların yer değiştirmesi (rotasyon) çok sık görülen bir uygulamadır. Bu uygulama sayesinde her turist, aracın belli bir bölümünde eşit sayıda gün oturmuş olmaktadır (Souto 1993). Bu kuralın yanı sıra, aracın içinde sigara içilmemesi gerektiği, ayakta yolculuk yapılmaması ve otobüste koltukların üst kısmında yer alan raflara ağır eşyaların konulmaması gerektiği gibi hatırlatmalar da yapılabilir. Ayrıca, çok önemli bir konu olan turistlerin zamanlamalara uyması ile ilgili kurallar da belirlenmelidir. Geciken turistlerin zamanında gelenlere

haksızlık etmiş olacakları hatırlatılmalı ve bazı cezalar belirlenerek, tatlı ve sert bir otorite oluşturulmalıdır (Ahipaşaoğlu 2001). Rehberin, sürekli olarak geciken kişi ya da kişileri 15 ile 20 dakika gibi belli bir süre bekledikten sonra, hareket etme hakkına sahip olduğu da belirtilebilir (Mancini 2001).

Değerli eşyaların muhafazası konusunda bilgi verme: Turistlerin değerli eşyaları varsa, bunları araçta bırakmamaları ve konaklama yapılan tesislerde kasalarda (*safety box*) tutmaları gerektiği konusunda bilgi verilmelidir (Souto 1993). Ayrıca, tur esnasında büyük şehirlere veya kalabalık yerlere gidilecekse turistler kapkaç konusunda da uyarılmalıdır.

Telefon, posta ve diğer iletişim imkanları hakkında bilgi verme: Turistlerin nasıl ve nerelerden telefon edebileceği, telefon, posta ve Internet hizmetlerinin niteliği ve ücretleri gibi konularda bilgilendirilmesi faydalı olacaktır.

Sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgi verme: Gidilen bölgedeki içme suyu, yiyecek-içecek ve temizlik şartlarının durumu, musluklardan su içilmemesi, meyvelerin soyulmadan yenmemesi ve açıkta satılan yiyeceklerin alınmaması ile ilgili tavsiyeler ve uyarılarda bulunmak faydalı olacaktır (Souto 1993).

Ülke veya bölge halkıyla ilişkiler hakkında bilgi verme: Turist rehberi kültürlerarası iletişimi kolaylaştıran kişi olarak, yerli halk ile ziyaretçiler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi vermelidir. Bu bilgiler, ziyaretçilerin zor duruma düşmesini ve yanlış anlamaları önlemenin yanında yerli halkın inançlarına, gelenek ve göreneklerine daha duyarlı ve anlayışla yaklaşmalarını sağlayacaktır (Yu, Weiler, Ham 2001).

Parasal konular ve hediyelik eşya alımıyla ilgili bilgi verme: Turistlere döviz kurları, nerelerde döviz bozdurulabileceği, bankalar, para çekme makineleri, kredi kartı kullanımı gibi konularda bilgi verildikten sonra alış-veriş konusunda da bilgi verilmelidir. Örneğin, bazı ülkelerde her malın fiyatı belirlenmiş ve etiketlenmiş iken, ülkemizde bir çok yerde pazarlık yapılıp fiyatın düşürülebileceği söylenmelidir. Bunların yanı sıra, tur fiyatına hangi tür bahşişlerin dahil olduğu ve hangilerinin turistlerce verilmesi gerektiği belirtilmelidir. Gidilen ülkede ya da bölgedeki bahşiş oranlarının ne kadar ve kimlere bahşiş verilmesi gerektiği gibi konulara da değinilmelidir (Souto 1993).

Fotoğraf ve video çekimiyle ilgili bilgi verme: Fotoğraf ve video çekimiyle ilgili olarak gidilen her müze ve ören yerinde farklı bir uygulama mevcuttur. Turistlere nerelerde fotoğraf veya video çekimi yapabilecekleri, nerelerde flaş kullanmanın yasak ve nerelerde fotoğraf ve video çekiminin ücrete tabi olduğu önceden söylenmelidir. Örneğin, Dolmabahçe Sarayı'nda fotoğraf çekimi ve video kamera kullanımı ayrı bir ücrete tabidir.

2.3. YÖNELTME VE ETKİLEME FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ

Birinci bölümde de belirtildiği üzere, yöneltme ve etkileme işlevi çerçevesinde gerçekleştirilen temel faaliyetler; önderlik etme, güdüleme (motive etme), grupiçi ve gruplararası ilişkileri yönlendirme ve iletişimi sağlamadır (Certo 2000). Bütün bu faaliyetleri gerçekleştirebilmek için turist rehberinin turist gruplarının özelliklerini iyi bilmesi gerekmektedir.

2.3.1. Turist Gruplarının Özellikleri

Turist gruplarının kendine özgü bazı ortak özellikleri vardır. Bu ortak özellikler şöyle sıralanabilir (Rızaoğlu 2003): (a) geçicilik; (b) dayanıksızlık; (c) toplumsal katman çeşitliliği; (d) aşırı duyarlılık; (e) içtenlik; (f) karşılıklı yardımlaşma; (g) ortak tutumlarda süreksizlik ve (h) yaptırım yoksunluğu.

Geçicilik: Bir turist grubu, daha sonra süreklilik arzedebilecek grupların kurulmasına yol açabilmesine karşın, yapısal açıdan geçici bir grup olma özelliği taşır. Dolayısıyla bir turist grubunun oluşması çok kolay olduğu gibi, ortadan kalkması ve yeni bir grubun kurulması da o kadar kolay olabilmektedir.

Dayanıksızlık: Turist gruplarının bozulabilirliği, bu grupların süreksizliğinden ve ortak amaçların kısa süreli olmasından kaynaklanmaktadır. Turist gruplarında üyeleri birbirine bağlayan yaptırımlar ya yoktur ya da yok denecek kadar azdır ve güçlü değildir. Turist gruplarında sıkı yaptırımların uygulanması tatil olgusuna ters düşmektedir. Böyle bir durum karşısında grup üyesi veya üyeleri başka bir gruba katılır ya da yeni bir grup oluşturabilirler.

Toplumsal katman çeşitliliği: Turist gruplarında üyelerin hangi toplumsal katmandan geldiği pek önem taşımaz. Grup üyelerinin grup içindeki etkinlikleri ve saygınlıkları değişen koşullara göre farklılık göstermemekle birlikte, grup birliğinin bozulmasında da çok etkili değildirler. Turist grubu üyeleri arasında sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve demografik özellikler farklılık gösterse bile, turizm olgusu içinde bu farklılıklar yok olmakta veya etkinlikleri azalabilmektedir.

Aşırı duyarlılık: Bir turist grubu gerek düşünsel, gerekse davranışsal açıdan aşırı duyarlılığa sahip bir gruptur. Bunun nedeni, tatil ortamının düşünsel, duygusal ve davranışsal açıdan aşırı duyarlılık sergilenmesine uygun bir ortam sağlamasıdır. Turistik ortamlar, farklı kültürlerden gelen ve farklı davranışlar sergileyen insanların davranışlarının genellikle hoşgörü ile karşılandığı ortamlardır. Ayrıca, tatilde olan bir kişi kendini daha rahat ve dinlenmiş olarak hissedebilmek için duygu ve düşüncelerini gizlememekte ve tutumuyla davranışları birbirine oldukça yakın hale gelebilmektedir. Turist grubu üyeleri genellikle aceleci, dikkatsiz, heyecanlı, kuşkucu, eleştirici ve kötümserlikten uzak, daha ziyade iyimserdir. İyimserlik tatil olgusunun doğal gereği olarak kendiliğinden ortaya çıkmakta, ancak yerini çok çabuk kötümserliğe bırakabilmektedir.

İçtenlik: Turist gruplarındaki üyeler arasında karşılıklı ilgi, sevgi, saygı, güven, coşku, neşe, konukseverlik ve özellikle içtenlik oluşabilmektedir. Ekonomik ve siyasal farklılıklar bir yana bırakılmakta ve ilişkiler daha ziyade kişisel ilgiye ve karşılıklı güvene dayalı olarak gelişmektedir. Turist grubunun geçici bir grup olma özelliği taşıması, üyeler arasındaki ilişkilerin gelecek kaygısı olmadan ve herhangi bir çıkar gözetmeksizin yürütülmesini sağlamaktadır. Gruptaki ilişkilerin geçiciliği böylece grup üyeleri arasındaki hoşgörü ve içtenliğin artmasına sebep olabilmektedir.

Karşılıklı yardımlaşma: Tatil, sürekli bulunulan yerin dışında yapılan bir faaliyettir ve genellikle gidilen yerde grubun diğer üyelerinden daha yakın ve daha tanıdık hiç kimse bulunmamaktadır. Bundan dolayı, grup üyeleri özellikle grup dışından gelen tehdit ve tehlikelerden korunmak için ortak savunma duygusu oluşturmaktadırlar. Bu duygunun sonuçlarından biri de, grup içi karşılıklı yardımlaşmadır. Bir turist tek başına bireysel tatil beklentilerini gerçekleştirmede zorlanacağını anlayınca, içinde bulunduğu gruba daha da bağlanmakta ve bu yolla beklentilerini gerçekleştirebileceği inancını

taşımaktadır.

Ortak tutumlarda süreksizlik: Turist gruplarının oluşma sebebi bir taraftan grubun ortak amacını gerçekleştirme, diğer taraftan da üyelerin bireysel beklentilerine cevap verebilme yönündedir. Gruptaki her üyenin kendi beklentisini karşılamak için davranışlarda bulunma eğilimi göstermesi, ortak tutumların süreksizliğini ifade etmektedir. Dolayısıyla, turist gruplarında diğer gruplara göre ortak tutumlar gözlenebilmekte ve daha güçlü olabilmekte ise de, beklentilerin bireysel ve duyarlı olmasından dolayı kalıcı değildir ve her an üyeler arasında bir çatışmaya yol açabilir.

Yaptırım yoksunluğu: Turist gruplarında ortak çıkarın üyeler tarafından zedelenmesi karşısında, grubun edilgen ya da etken bir tepkide bulunması normaldir. Ancak, bu tepki kesin bir yaptırımdan yoksundur. Biçimsel gruplarda, grup kuralları açıktır ve bu kurallara uymayanlara ağır yaptırımlar uygulanmaktadır. Turist gruplarında kurallar o kadar geçerli olmadığı gibi, cezalandırmalar ve ödüllendirmeler de o kadar anlam bulmamaktadır. Grup amacına ters düşenler sadece eleştirilebilir ya da yalnızlığa itilebilir. Gruba atanan bir önder varsa (turist rehberi veya tur lideri), bu kişi ancak bir gözetimci olarak kalabilir. Bu önder, doğal önder olma niteliğini kazanabildiyse, başka bir öndere gereksinim duyulmayabilir; aksi taktirde diğer herhangi bir grupta olduğu gibi, turist grubu da doğal öndere gereksinim duyar.

2.3.2. Turist Rehberinin Yönelteme ve Etkileme Rolü

Eric Cohen'e (1985) göre turist rehberinin rolü dört temel bileşenden oluşmaktadır. Bu dört temel bileşeni şöyle sıralayabiliriz: (a) araçsal roller; (b) sosyalleşmeyi sağlayıcı roller; (c) kaynaştırıcı roller; ve (d) iletişimi sağlayıcı roller. Rehberin rolünü oluşturan bu dört temel bileşenin her biri, iki farklı kritere göre sınıflanmıştır: birinci kriter, rol bileşeninin liderlik alanında veya aracılık alanında olma durumu dikkate alınarak, ikinci kriter ise, rol bileşeninin grup içine veya grup dışına yönelik olma durumu dikkate alınarak sınıflandırma yapılmıştır (Tablo 2.2).

Tablo 2.2 Turist Rehberi Rolünün Temel Bileşenleri

	GRUPDIŞI	GRUPİÇİ
LİDERLİK ALANINDAKİ ROLLER	Araçsal Roller	Sosyalleşmeyi Sağlayıcı Roller
ARACILIK ALANINDAKİ ROLLER	Kaynaştırıcı Roller	İletişimi Sağlayıcı Roller

Kaynak: Cohen 1985, s. 10.

2.3.2.1. Turist Rehberinin Liderlik Alanındaki Rolleri

Sosyoloji literatüründe iki tür grup liderliğinden bahsedilmektedir (Macionis 1996; Özkalp 1997): bunlardan birincisi araçsal liderlik (*instrumental leadership*); ikincisi ise, açıklayıcı ya da etkileyici liderliktir (*expressive leadership*). Araçsal lider, gerekli planlamayı yaparak, grup üyelerini organize eder ve yönetir (Özkalp 1997). Araçsal liderlerin grup üyeleriyle doğrudan değil dolaylı olarak ilişkileri bulunmaktadır ve yapılan iş üzerinde yoğunlaşırlar (Macionis 1996). Açıklayıcı ya da etkileyici lider ise, grup üyeleri arasında gerekli uyum ve dayanışmayı arttırıcı liderdir (Özkalp 1997). Bu tür liderlerin grup üyeleriyle doğrudan ilişkileri vardır ve etkili olabilmeleri için grubun sempatisini kazanmaları gerekmektedir (Macionis 1996).

Liderlik kavramında yapılan bu sınıflama, Cohen (1985) tarafından da benimsenmekte ve turist rehberinin liderlik alanındaki grup dışı rolleri, "araçsal roller" olarak adlandırılmaktadır. Cohen (1985)'e göre turist rehberinin araçsal liderlik rolü üç öğeden oluşmaktadır: (a) yönlendirme; (b) erişme imkanı bulma ve giriş izni alma; ve (c) kontrol etme. Bu öğeleri ayrıntılı incelemek yerinde olacaktır.

Yönlendirme: "Rehber" kelimesinin karşılığı olan "birinin doğru yolu bulmasına yardımcı olan, yol gösteren kimse ya da şey" (Türk Dil Kurumu 1998, 986), turist rehberinin en temel görevini açıklamaktadır. Turist rehberinin daha ilk çağlardan beri yerine getirdiği bu görev, günümüz profesyonel turist rehberinin de en önemli görevidir (İstanbullu-Dinçer, Kızılırmak 1997). Turist grubuna ya da araç sürücüsüne yol göstermek, bilinmeyen bir coğrafyada kullanılacak en uygun ve en güvenli yolu

bulmak, turist rehberinin yönlendirici rolünü oluşturmaktadır.

Erişme imkanı bulma ve giriş izni alma: Turist rehberi sadece coğrafik bir mekanda değil, aynı zamanda toplumsal organizasyonu olan bir mekanda grubuna liderlik yapmaktadır. Gidilen ülkede veya bölgede, grubunun gezip görebilmesi için bazı izinler alarak ya da özel ayarlamalar yaparak, normalde bir kişinin bireysel olarak girmeye izni olmadığı yerleri gezdirebilmektedir. Bununla birlikte gruptaki kişilerin gidilen yerde devam eden faaliyetleri engellemeyeceği ve herhangi bir zarar vermeyeceği konusunda güvence vererek, büyük bir sorumluluk yüklenmektedir (Cohen 1985). Resmi kuruluş ziyaretlerinde, askeri bölge içinde bulunan yerlerin ziyaretlerinde ya da fabrika, atölye veya iş merkezi gibi birtakım özel yerlere yönelik yapılan ziyaretlerde, turist rehberinin aldığı izinler, erişme imkanı bulma ve giriş izni alma rolüne iyi birer örnek olarak gösterilebilir.

Kontrol etme: Turist rehberi grubundaki kişilerin güvende olmasından, rahat etmesinden ve turun planlandığı şekilde yürütülmesinden sorumludur. Bu sorumlulukların yerine getirilebilmesi için sadece güvenli bir güzergahı takip etmek yeterli olmayabilir. Turist rehberi grup üyelerini bazı tehlikelere veya olumsuzluklara karşı uyarmalı ve gruptan ayrılanları çabuk toparlayabilmelidir (Cohen 1985). Örneğin, grup üyelerine tur aracına iniş ve binişlerinde dikkatli olmaları gerektiğini, araç hareket halindeyken ayakta durmamaları gerektiğini söylemek ya da gidilecek yerde üşütmemeleri için daha kalın giyinmeleri konusunda uyarmak, turist rehberinin kontrol rolüyle ilgili yapması gerekenlerden sadece bazılarıdır (Mancini 2001). Ayrıca, turun genel gidişatını kontrol altında tutmak ve güzergahı planlanan şekilde takip etmek de turist rehberinin liderlik alanındaki araçsal rollerindendir.

Turist rehberinin açıklayıcı ya da etkileyici lider olmasını sağlayan ise, gruba yönelik olan ve grupiçi sosyalleşmeyi sağlayan rolleridir. Tura katılan insanların, tur esnasında gerekli olan değer, inanç, düşünce, tutum ve davranışları öğrenmesi ve bu yaşam biçimine uyum sağlaması sürecine turist sosyalleşmesi denir (Rızaoğlu 2003).

Turist grubu içindeki karşılıklı ilişkiler, ağırlıklı olarak grubun homojenliğine bağlıdır. Grubun homojenliğini büyük ölçüde etkileyen ise, "broşür grubu" veya "kapalı grup" olmasıdır. "Broşür grupları" (açık gruplar) toplumun her kesiminden, her yaştan ve farklı ilgi alanlarına sahip insanların katılımına açık olduğu için fazla homojen

değildirler. "Kapalı gruplar" ise, genelde önceden birbirini tanıyan ya da ortak özellikler taşıyan katılımcılardan oluşmalarından dolayı, broşür gruplarına göre daha homojendirler (Holloway 1981). Grup hangi özellikleri taşırsa taşısın, turist rehberinin grup içinde sosyalleşmeyi sağlayıcı bazı rolleri vardır. Bu rollerin öğeleri şöyle sıralanabilir: (a) grupiçi çatışmaları yönetme; (b) grupiçi bütünleşmeyi sağlama; (c) grupiçi moral ve motivasyonu sağlama; ve (d) grupiçi dinlenme ve eğlenmeyi sağlama (Cohen 1985).

Grupiçi çatışmaları yönetme: Turist grubundaki katılımcılar arası çatışmalar, grubun amaçlarına ulaşmasını engelleyerek, katılımcıların turistik etkinliklerden bekledikleri doyumun azalmasına neden olabilir (Rızaoğlu 2003). Bu tür çatışmalar yaşandığı zaman, turist rehberi turistlerin dikkatini başka yöne çekerek ya da turistlerin konsantrasyonunu gerektirecek ilginç bir konudan bahsederek, oluşmaya başlayan gerginliği önleyebilmelidir (Holloway 1981). Önlenemeyen çatışmalarda turist rehberi hakem ve uzlaştırıcı görevini de üstlenmelidir (Usal, Kuşluvan 1998).

Grupiçi bütünleşmeyi sağlama: Turist rehberi grup üyelerini birbiriyle tanıştırarak ve turdaki etkinliklere herkesin katılmasını sağlayarak bir "katalizör" görevi görmektedir (Souto 1993). Ancak burada dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, gruptaki herkese eşit zaman ve eşit ilgi ayırmaktır. Bununla birlikte her zaman ve her konuda adil davranmak da birlik ve bütünlüğü sağlayacaktır. Belli bir kişiye veya sadece grubun belli bir kısmına özel ilgi göstermek ve grubun diğer kısmını ihmal etmek ya da adil davranmamak, grupta bölünmelere sebep olabilecektir. Ayrıca, grup üyelerinin doğum günü ya da başka özel bir olayı birlikte kutlamalarını sağlamak da grup ruhunu güçlendirmek için bir vesile olabilir (Mancini 2001). "Turist rehberi, kendisinin de grubun bir parçası olduğunu vurgulamalı, grupla birlikte aynı amaç için toplanmış olduğunu gruba hissettirmelidir" (Polat 2001, 26). Grup üyeleri arasındaki sosyal etkileşim turun önemli bir parçasıdır, rehber bunu teşvik ederek turistlerin tur tatminini de arttırabilir (Dunn Ross, Iso-Ahola 1991).

Grupiçi moral ve motivasyonu sağlama: Rehber grubundaki turistleri motive edebilmeli ve morallerini yüksek tutabilmelidir (Cohen 1985). Gereksinimler motivasyonun temelini oluşturduğuna göre (Usal, Kuşluvan 1998), rehber grup üyelerinin gereksinimlerini çok iyi tespit edebilmeli ve ona göre bir motivasyon yöntemi

seçmelidir. Sezgi ve öngörü, grup üyelerinin gereksinimlerini fark edip, bunlara zamanında ve yerinde cevap verebilmek için turist rehberinin taşıması gereken niteliklerdir (Polat 2001). Turist rehberinin espri yapabilme gücü de gruptaki turistlerin moralini yükseltecek başka bir unsurdur. "Bir turda espriye konu olacak bir çok olay gelişmektedir. Bunları turist rehberinin bulup ortaya çıkarması gerekir. Ancak, burada yapılacak espriler, hiç bir grup üyesini hedef almamalıdır" (Çimrin 1995, 52). Grubun olumlu davranışlarını övmek de grup motivasyonunu ve moralini yükseltebilir. Örneğin, grup zamanında toplandığında, bu davranışı pekiştirmek için küçük bazı ödüller verilebilir (yiyecek ve içecek ikramı ya da fazladan bir fotoğraf molası gibi). Bu tür ödüllerle, aynı zamanda, turistlerin beklentileri aşılmış olacak ve grubun morali ile motivasyonunu da yükselecektir (Mancini 2001).

Grupiçi dinlenme ve eğlenmeyi sağlama: İnsanlar seyahate her ne amaçla çıkarlarsa çıksınlar, dinlenmek ve eğlenmek isterler. Karşılarında asık yüzlü ve çok ciddi bir turist rehberi değil de, gülümseyen ve bütün olumsuzluklara rağmen neşesini kaybetmeyen birini görmek isterler (Mancini 2001). Ayrıca, sürekli olarak bilgi aktarımı da bir süre sonra grubu sıkacaktır. Özellikle tur boyunca araç içinde gerçekleşen manzarasız uzun yolculuklarda hoşnutsuzluklar baş gösterebilir (Ahipaşaoğlu 2001). Bu durumlarda turist rehberinin yapacağı en isabetli faaliyet, eğlendirme (animasyon) olacaktır. Turistleri eğlendirmek için çok çeşitli faaliyetler seçilebilir; grup halinde şarkılar söylemek, fıkra anlatmak veya toplu halde bazı oyunlar oynamak gibi. Bütün bu faaliyetler de uzun sürdüğü zaman etkilerini kaybedebilmektedir, bu yüzden çok fazla uzatılmamalıdır (Curran 1978).

2.3.2.2. Turist Rehberinin Aracılık Alanındaki Rolleri

Turist rehberinin eğitimci, "akıl hocası" ve iletişimci gibi özelliklerini ön plana çıkaran aracılık alanındaki rollerini, yine grupdışı ve grupiçi olarak ikiye ayırmak mümkündür. Turist rehberinin grupdışı aracılık rolleri "kaynaştırıcı roller", grupiçi aracılık rolleri ise, "iletişim sağlayıcı roller" olarak isimlendirilebilir.

Cohen (1985)'e göre turist rehberinin kaynaştırıcı rollerini oluşturan iki öğe bulunmaktadır: (a) temsil etme; ve (b) organize etme.

Temsil etme: Turist rehberi turistlere karşı ziyaret edilen yeri ve toplumu, ziyaret edilen

yerdeki topluma karşı da turistleri temsil etmektedir. Turist rehberleri, ziyaret edilen yerleri ve oradaki toplumu temsil etmelerinden dolayı çok sık *elçi* olarak da adlandırılmaktadırlar (Pond 1992). Turistlerle yakın ilişki halinde olan turist rehberlerinin; (a) verdikleri bilgiler, (b) dış görünüşleri, (c) hal ve hareketleri, temsil ettikleri ülke ve toplum hakkında turistlere fikir vermektedir. Bu önemli görevi üstlenen turist rehberleri, ülkeleri hakkında bazı olumsuz önyargıları yıkabilir ve temasta bulundukları turistleri gönüllü birer *kültür elçisi* haline getirebilirler (Çimrin 1995).

Turist rehberi turu organize eden işletmenin de temsilcisidir (Geva, Goldman 1991). Tur esnasında turistin rehbere yapacağı her başvuru, temsil yetkisi nedeniyle, turu organize eden kuruluşa yapılmış gibidir. Bu nedenle, turist rehberinin başarısı, tur organizasyonunu yapan işletmenin de başarısını büyük ölçüde etkilemektedir (Polat 2001). Ziyaret edilen yerde rehber, turist grubunun temsilcisidir ve yabancı bir ortamda bulunan turistin ev sahibi toplumla ilişkilerinde aracılık ve grubunun sözcülüğünü yapmaktadır.

Organize etme: Turist rehberi, grubunun ihtiyaç duyduğu hizmetleri zamanında ve gerekli standartlara uygun olarak almasını sağlayan bir aracıdır. Doğal olarak, turla ilgili bütün ayarlamalar genellikle önceden yapılmış durumdadır. Ancak, bazı turlarda rehber kendisi yemek yenilecek yeri belirleyebilmekte ya da özel etkinlikler düzenleyebilmektedir. Bunların yanı sıra, turistlerin taleplerine uygun bir faaliyet düzenleme veya acil durumlarda gerekli örgütlemeyi yapabilme de turist rehberinin görevleri arasındadır. Turist rehberi bu görevlerini yerine getirirken, ilişkide olduğu yerel işletme, kişi veya kuruluşlarla, turist grubu arasında organizatör olarak aracı rolünü üstlenmektedir.

Turist rehberinin grupiçine yönelik aracılık alanındaki rolleri, "iletişim sağlayıcı roller" olarak adlandırılabilir. Rehberin iletişim sağlayıcı rollerini oluşturan öğeler (Cohen 1985): (a) grubun ilgi alanına göre bilgi ve faaliyet seçme; (b) etkin bilgilendirme yapma; (c) yorumlama; ve (d) meslek ahlakına uygun ve grup yararına davranma olarak sıralanabilir.

Grubun ilgi alanına göre bilgi ve faaliyet seçme: Turist rehberi, rehberlik hizmeti verdiği her gruba aynı şeyleri anlatıp, hep aynı faaliyetleri seçmemelidir. Bir grup için çok ilgi çeken bir faaliyet ya da bilgi, bir diğeri için gereksiz ve sıkıcı olabilir. Grupla

doğru iletişim kurabilmenin yolu, grubu çok iyi tanımaktan geçer (Mancini 2001). Turist Rehberi, vereceği bilgileri ve grubun katılacağı faaliyetleri seçerken gruptaki turistlerin tura katılış amaçlarını, ihtiyaçlarını ve demografik özelliklerini dikkate almalıdır. Turistlerin ilgi ve istekleri göz önünde bulundurulmadığı zaman rehberin yaptığı bilgilendirme ne kadar kapsamlı ve nitelikli olursa olsun, beklentileri karşılanmamış olacaktır (Pond 1992).

Etkin bilgilendirme yapma: Turist rehberlerinin temel görevlerinden biri de bilgi vermektir. Sadece gezilip görülen müze ve ören yerleriyle ilgili bilgi vermek, etkin bilgilendirme yapmak için yeterli olmayabilir. Destinasyondaki doğal, tarihi ve kültürel çekiciliklerin yanı sıra, oradaki sosyal, ekonomik ve politik hayat da tüm yönleriyle ele alınmalıdır (Holloway 1981). Bunu gerçekleştirebilmesi için turist rehberinin tanıttığı turizm mahallini tüm yönleriyle bilmesi, tanıması ve anlaması gerekmektedir (Yıldız, Kuşluvan, Şenyurt 1997). Turist rehberi, verdiği bilgilerin mümkün olduğunca güncel, doğru, kesin ve objektif olmasına dikkat etmelidir. Yanlış veya taraflı bilgi vermek, turist rehberini küçük düşürecek ve grupiçinde ona karşı duyulan güven ve saygının azalmasına sebep olacaktır (Mancini 2001).

Yorumlama: Verilen bilgilerin niteliği kadar, bilgilerin nasıl verildiği de çok önemlidir. Turist rehberi, bilgileri çok iyi bir şekilde hazırlayarak, kolayca algılanabilir, ilgi çekici, eğlenceli ve akılda kalıcı şekle sokarak sunmalıdır (Pond 1992). Özellikle uluslararası turizmde, ziyaretçilerle yerli halk arasında önemli kültürel farklılıklar olduğundan, yorumlama yapmak çok daha zor olabilir. Bir çok araştırmaya göre turist rehberi bu tür durumlarda bir "kültür aracısı" (*cultural mediator/broker/buffer*) olarak görülmektedir (Holloway 1981; Cohen 1985; Geva, Goldman 1991; Yu, Weiler, Ham 2001). Turistlere yabancı olan bir kültürü anlatarak yorumlamak, ancak kendi kültürleri ile karşılaştırmalar yaparak ve onlara tanıdık örnekler vererek mümkün olabilmektedir. Bu yüzden turist rehberi sadece yorumladığı kültürü değil, gelen turistlerin kültürünü de bilmek ve anlamak zorundadır (Yu, Weiler, Ham 2001).

Turist rehberi iyi bir yorumlama yapabilmek için bir öğretmen gibi davranmalı ve öğrenme için gerekli altyapıyı oluşturabilmelidir. İnsanların öğrenme sürecinde etkili olan yeri ve zamanı doğru seçmeli, öğrenme için motive etmeli, bütün algılamalara hitap etmeli ve soru ya da yorumlarla turistlerin de katılımını sağlamalıdır (Pond 1992).

Meslek ahlakına uygun ve grup yararına davranma: Turist rehberi dürüst olmalıdır, kişisel yararını kişisel çıkar haline getirmemelidir (Polat 2001). Komisyon almak uğuruna yalan söylememeli ve kendi çıkarları uğuruna tur güzergahında değişiklikler yapmamalıdır (Cohen 1985). Turist grubuna doğru, tarafsız ve güvenilir bilgiler sunmalıdır. Belgeli bilgiler ile masallar, efsaneler ve görüşler arasında açık bir ayrım yapmalıdır. Her zaman gruptaki turistlerin sağlığını gözetmeli ve güvenliğini sağlamalıdır. Turistlerin hayat tarzlarına, dinlerine, felsefi ve ahlaki görüşlerine karşı hoşgörülü olmalı ve saygıyla yaklaşmalıdır (Pond 1992).

2.4. KOORDİNASYON FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ

Birinci bölümde de belirtildiği üzere, koordinasyon (eşgüdümleme), örgütsel amaçların elde edilmesinde farklılaştırılmış eylemlerin uyum içinde birleştirilme ve ayarlanma sürecidir (Can 1997). Koordinasyon her şeyden önce iletişim, bilgi akışı ve işbirliğinin ürünü olduğuna göre (Eren 2001), paket turlarda da turist rehberinin turist grubunda bulunan bireylerle ve hizmet sağlayıcılarının tümüyle iletişim ve işbirliği içinde olup, gerekli bilgi akışını sağlaması temel görevidir.

2.4.1. Turist Rehberinin Ulaşım Sürecindeki Koordinasyon Rolü

Paket turlarda kullanılan ulaşım araçları çeşitlilik arz etmektedir; karayolu ve demiryolu araçları (otobüs ve tren gibi), havayolu araçları (uçak ve helikopter gibi) ve denizyolu araçları (yatlar ve gemiler gibi). Bazı turlarda (*intermodal tours*), tek ulaşım aracı yerine, farklı birkaç ulaşım aracı birden de kullanılabilmektedir. Ayrıca, bir çok turda ulaşım araçları sadece destinasyona ulaşmak için kullanılmakta, destinasyona varıldığında ise, turistik çekiciliklere yürüyerek ulaşılmaktadır (trekking turları, macera turları, şehiriçi yürüyüş turları gibi) (Pond 1992). Günümüzde rehberli turlarda, turizm mahallindeki ulaşım amaçlı en sık kullanılan ulaştırma araçları otobüslerdir (Holloway 1981; Quiroga 1990; Pond 1992; Mancini 2001; Ahipaşaoğlu 2001).

Turist rehberi her tur öncesinde, sürücü ile buluştuğunda, turist grubu otobüse binmeden önce, bazı kontroller yapmalıdır. Otobüsün temiz ve bakımlı olması, mikrofon ve ses düzeni ile ısıtma/soğutma tertibatının çalışır halde olması çok önemlidir. Eğer bu

kontrollerde olumsuzluklar tespit edilirse, giderilmeye çalışılmalı, giderilemez boyutta olan aksaklıklar olduğu zaman ise, acilen turu düzenleyen işletme ya da aracı sağlayan ulaştırma işletmesi aranarak, aracın değiştirilmesi istenmelidir (Ahipaşaoğlu 2001).

Tur öncesinde bilgilendirme toplantısı yapılmamışsa, turist rehberinin turda ilk yapması gereken şey kendisini ve sürücüyü tanıtmaktır. Eğer bilgilendirme toplantısı yapılmış, fakat sürücü buna katılmamışsa, tur başlangıcında mutlaka sürücünün (ve varsa muavinin) de turistlere tanıtılması gerekmektedir (Mancini 2001). Ayrıca, otobüsün numarası ya da plakası da turistlere söylenmeli, çünkü özellikle yoğun sezonda otobüs parklarında çok sayıda otobüs olduğundan karışıklık olma olasılığı yüksektir. Daha sonra turist rehberinin günlük tur programını açıklaması ve eğer bilgilendirme toplantısı yapılmadıysa, turda uyulacak kuralları açıklaması gerekmektedir.

Tur boyunca, turist rehberi ve sürücü birlikte çalışmakta ve birinin yaptığı iş, diğerinin yaptığı işi desteklemekte ve tamamlamaktadır. Bu yüzden turist rehberinin, özellikle araç hareket halindeyken, sürücüyle uyum içinde olması çok önemlidir. Şehir içi turlarda bu uyumun önemi daha da artmaktadır.

Sürücünün aracı nerede yavaşlatması, nerede durup biraz beklemesi gerektiğini söylemek, turist rehberinin anlatımını bölmekte ve yapılan yorumun etkinliğini azaltmaktadır. Tecrübeli olduğu tur güzergahında sürücü, hem yolu, hem de nerede yavaşlayıp, nerede hızlanması gerektiğini iyi bilmektedir; bu da turist rehberinin işini çok kolaylaştırmaktadır. Ancak, sürücünün yeni olduğu bir güzergahta, turist rehberinin turistlere bilgi vermesinin yanı sıra, sürücüye yolu tarif etme gerekliliği de ortaya çıkmaktadır.

Turist rehberinin anlatım yaptığı lisanın sürücü tarafından bilinmesi de oldukça önemlidir. Bu durumda, sürücünün turist rehberinin anlatımını dinlemesi yeterli olmakta ve ayrıca yol tarifi yapma gerekliliği de ortadan kalkmaktadır.

Ulaşım sürecinde turist rehberinin dikkat etmesi gereken konular aşağıda özetlenmiştir (Pond 1992):

a) Turist rehberi, yol tarif ederken, aracın aniden duramayacağını öngörerek, dönülmesi ya da durulması gereken yere varmadan, sürücüye aracı yavaşlatabilmesi için zaman tanımalıdır.

b) Bir yerde gezip görme, mola ya da başka bir amaçla durulduğunda turist rehberinin sürücüye ne kadar zaman sonra grupla birlikte geri döneceklerini bildirmesi gerekir. Sürücünün bu zamanlamayı bilmesi önemlidir, çünkü grup gelene kadar sürücünün aracın içini ısıtmış ya da soğutmuş olması gerekmektedir.

c) Araç hareket halindeyken, görülecek yere varılmadan kısa bir süre önce turist rehberinin anlatım ve yoruma başlaması uygun olur. Bu, hem turistlerin ilgisini arttıracak, hem de yoğun trafik olan yerlerde, anlatım için uzun süre duraklama ihtiyacını azaltmış olacaktır.

d) Turist rehberinin araç içinde bulunduğu yerdeki görüş açısı ile aracın farklı yerlerinde bulunan turistlerin görüş açısı aynı olmayabilir. Bu yüzden, araçtan dışarıdaki bir şey gösterilirken, herkesin iyi görebileceği bir açı seçilmelidir. Gösterilen nesnenin rehbere göre değil, turistlere göre hangi tarafta bulunduğunu söylemek de önemlidir.

e) Turist rehberi, araçtaki grupla iletişimini sağlayabilmek için mikrofonu çok iyi kullanabilmelidir. Sesini açık ve net olarak aracın en uzak noktasına kadar duyurma amacıyla, mikrofonu ağzına uygun bir mesafede tutmalı ve kontrollü bir şekilde nefes alıp vermelidir.

f) Turist rehberinin grupla göz teması kurması da çok önemlidir. Ancak, araç hareket halindeyken ayakta durmak tehlikeli olacağından, sadece tur başlangıcında veya araç durakladığında ayakta kalmak uygun olacaktır. Turist rehberi otursa bile, sık sık grupla göz teması kurmalı ve turistlerin tepkilerini kontrol etmelidir. Turistlerin sordukları soruları herkesin duyabilmesi için de mikrofondan sorulan soruları tekrar ederek cevap vermelidir.

g) Çok kısa turlar hariç, turist rehberinin zaman zaman otobüsün en arka kısmına kadar gidip dolaşması da faydalı olabilir. Bu gezinti esnasında, rehber, turist

gözüyle aracı ve turun gidişatını görecek ve grup önünde soru sormaya çekinen turistlere soru sorma fırsatı verecektir.

2.4.2. Turist Rehberinin Konaklama İşletmelerindeki Koordinasyon Rolü

Konaklama işletmesine varmadan önce turist rehberinin işletme hakkında turistlere bazı gerekli bilgiler vermesi yerinde olacaktır. Ancak, bu bilgiler abartılı ve turistlerin büyük beklentiler içine girmesini sağlayacak bilgiler olmamalıdır. Eğer, turist rehberi gidilecek konaklama işletmesine önceden gitmediyse ve bilgi sahibi değilse, önceden yorum yapmaması doğru olacaktır (Ahipaşaoğlu 2001). Turist rehberinin konaklama işletmesine varıldığında yapması gereken koordinasyon faaliyetleri ise şu şekilde sıralanabilir (Mancini 2001):

a) Turist rehberinin konaklama işletmesine varıldığında ilk yapması gereken iş, konaklama işletmesinin hazırladığı oda dağılım listesini gözden geçirmektir. Eğer, bazı son dakika değişiklikleri ya da özel istekler varsa, bunların dikkate alınıp alınmadığı kontrol edildikten sonra oda anahtarları grup üyelerine dağıtılabilir.

b) Turist grubu, oda anahtarları dağıtılana kadar tur aracında veya konaklama işletmesinin lobisinde bekletilebilir. Bekleyen turistlere anahtarlar dağıtılmadan önce bazı bilgiler verilmelidir. Ertesi günkü uyandırma, bagaj alınış, kahvaltı ve hareket saatleri verilecek en önemli bilgiler arasında yer almaktadır. Konaklama tesisi hakkında verilecek genel bilgiler de çok önemlidir; akşam yemeği ve kahvaltının alınacağı yer ve saatleri, tesisteki faaliyetler ve ücret durumları ile çalışma saatleri gibi konular da açıklığa kavuşturulmalıdır. Ayrıca, turist rehberi anahtarları dağıttıktan sonra, yarım saat kadar resepsiyonda bulunacağını belirtmeli, gerekirse kendi oda numarasını da acil durumlar için turistlere söylemelidir. Ertesi sabah, *"check-out"* esnasında fazla zaman kaybetmemek için, turistlerin yaptıkları ekstra harcamaları akşamdan ödemelerini ve sabah mümkünse bagajlarını odalarının kapı önüne çıkartmaları gerektiğini de hatırlatmalıdır.

c) Turistler, odalarına çıktıktan sonra turist rehberi vakit kaybetmeden bagajların odalara götürülmesini sağlamalıdır. Eğer, her bagajın üzerinde kime ait olduğunu gösteren bir etiket varsa, oda dağılım listesine bakılarak, bagajın hangi odaya

götürülmesi gerektiği kolayca belirlenebilir. Turist rehberi bu konuda görevlilere (*bell-boylara*) yardımcı olarak, bagajların daha çabuk odalara ulaştırılmasını sağlayabilir.

d) Bagajlara oda numaraları yazılıp gönderildikten sonra, turist rehberi resepsiyona da grubun uyandırma, bagaj alınış, kahvaltı ve hareket saatlerini bildirmelidir.

e) Ertesi gün gidilecek olan yeme ve içme tesisleri ya da yapılacak olan diğer faaliyetlere yönelik teyitler de, bu arada yapılarak, yaklaşık olarak varış saati ve kişi sayısı bildirilmelidir.

f) Konaklama tesisinden ayrılırken (*check out esnasında*), turist rehberinin, gruptaki herkesin ekstra harcamalarını ödeyip ödemediğini ve anahtarını resepsiyona bırakıp bırakmadığını kontrol etmesi gerekmektedir. Ayrıca, bagajın tur aracına yüklenmesi esnasında, her turistin kendi bagajını göstererek araca konmasını sağlaması gerektiği de, turistlere hatırlatılması gereken çok önemli bir husustur. Bu, bagajların kaybolmasını ya da karışmasını önleyecektir.

2.4.3. Turist Rehberinin Yeme ve İçme İşletmelerindeki Koordinasyon Rolü

Paket turlarda bazen yemek grup halinde yenmeyebilir. Bu durumlarda, grupta bulunan kişilere belli bir süre verilerek, yemek için serbest bırakılmakta ve her turistin istediği yerde yemek yemesine olanak tanınmaktadır. Turist rehberi sadece bazı yeme ve içme yerlerini tavsiye ve tarif edebilir (Mancini 2001). Böyle uygulamalara yeme ve içme işletmelerinin fazla olduğu ve tur programının yoğun olmadığı şehir turlarında başvurulabilmektedir. Ancak, turist grubu genellikle tur boyunca, önceden belirlenmiş tesislerde birlikte yemek yemektedir. Turist rehberinin yeme ve içme işletmelerinde koordinasyonu sağlayabilmesi için dikkat etmesi gereken konular aşağıda özetlenmiştir:

a) Gün boyu planlanan programda sapmalar olursa, turist rehberi varış saatindeki değişikliği, yemek yenilecek işletmeye önceden bildirmelidir. Ayrıca, grup içinde özel isteği olan (vejetaryen olan ya da diyabet ve benzeri hastalığından dolayı grubun yediği yemekten yiyemeyecek olan) varsa, bunların da önceden bildirilmesi, verilen siparişlerin önceden hazırlanmasını sağlayabilecektir (Ahipaşaoğlu 2001).

b) Yemek yenilecek yere varmadan kısa bir süre önce ya da vardıktan hemen sonra turist rehberi turistleri bazı konularda bilgilendirmelidir. Yemek servisinin ne şekilde olacağı ("açık büfe" "*table d'hote*" veya "*a la carte*") ve siparişlerin ne şekilde alınacağı; yemek ücretinin tur fiyatına dahil olup olmadığı; içecek ücreti yemeğe dahil değilse, içeceklerin fiyatları; lavabo ve tuvaletlerin yerleri ve yemek yendikten sonra hareket saati gibi konularda bilgi verilmelidir (Mancini 2001).

c) Yemek yenilecek işletmeye grupla birlikte girmeden önce, turist rehberi, bütün hazırlıkların tamamlandığından emin olmak için öncelikle kendisi girmeli ve servis için gerekli ön hazırlıklar bitti ise, grubu içeriye almalıdır (Çimrin 1995).

d) Yemek yenilecek işletmeye grubun da girmesiyle birlikte, turist rehberi oturma düzeni hakkında bilgi vermeli (grup için ayrılmış yerler varsa bunları göstermelidir) ve gerekirse yemeklerin içeriği ve hazırlanış şekli hakkında da kısaca bilgi vererek, turistlerin yemek seçimine yardımcı olmalıdır.

2.4.4. Turist Rehberinin Müze, Örenyeri ve Diğer Turistik Çekicilik Ziyaretlerindeki Koordinasyon Rolü

Turist rehberinin müze, örenyeri ve diğer turistik çekicilik ziyaretlerinde gerçekleştirdiği koordinasyon faaliyetleri aşağıda özetlenmiştir:

a) Gezi mahallerine gelindiğinde, turistlere, tur aracının nereye park edileceği, gezinin ne kadar zaman alacağı ve yorucu olup olmayacağı anlatılmalıdır. Ayrıca, gezi sırasında gerekli olabilecek fotoğraf makinesi, şemsiye, güneş gözlüğü ve şapka gibi eşyaların alınması için hatırlatmalar yapılmalıdır (Çimrin 1995).

b) Turist rehberi, özellikle çok kalabalık olan yerlerde, kendisinin uzaktan görülmesini sağlayacak bazı eşyalar taşımalıdır. Bunlar renkli bir şapka, bayrak ya da başka bir işaret olabilir (Cross 1991; Mancini 2001).

c) Turist rehberi gezilecek yerdeki kuralları belirtmeli ve bunlara uyulması gerektiğini vurgulamalıdır. Bir çok yerde fotoğraf çekmek, video kamera kullanmak ya da eserlere yaklaşmak yasaktır.

d) Gezilecek mahallin girişinde o yerin bir planı ya da haritası varsa, burada o yerle ilgili genel bilgiler verilmeden önce, izlenecek güzergah da belirtilmelidir. Böylece turistler gruptan ayrılsa dahi grubu bulmaları kolaylaşacaktır (Mancini 2001).

e) Turist rehberi, anlatım yapacağı yeri çok iyi seçebilmelidir. Turistlerin güneşin ya da yağmurun altında rehberin anlatımını dinlemesi zordur. Ayrıca, gürültülü ya da diğer turist gruplarını engelleyecek bir yer seçilmemelidir.

f) Turistlere her anlatımdan sonra, fotoğraf çekmek için (eğer yasak değilse) birkaç dakika verilmelidir. Bunun yanı sıra, her müze ve ören yeriyle ilgili hediyelik eşya veya kitap satılan sergilerin gezilmesi için de yeterli zaman ayrılmalıdır.

2.5. KONTROL FONKSİYONU AÇISINDAN TURİST REHBERİNİN ROLÜ

Kontrol, belirlenen plan ve amaçlara ulaşılıp ulaşılmadığını tespit etmek amacıyla yapılan sistematik bir karşılaştırma ve düzeltme sürecidir (Certo 2000). Bu tanımdan yola çıkarak, turist rehberinin yaptığı kontrol faaliyetlerinin önemli bir bölümünün günlük zaman kullanımının planlandığı çizelge aracılığı ile yapıldığı söylenebilir. Bunun yanı sıra, rehber, turistlerin sözlü beyanlarına dayanarak da yönettiği turun amacına ulaşıp ulaşmadığını tespit edebilir. Ancak, sadece bu beyanlara güvenmek de yeterli olmayabilir. Turist rehberinin kontrol amaçlı kullanabileceği diğer önemli bir kaynak da, turistlerin doldurduğu *tur değerlendirme formlarıdır*. Bu formlar tur öncesinde rehbere teslim edilmekte, rehber de turun son günü grubuyla vedalaşmadan önce turistlere bunları doldurtmaktadır. Tur değerlendirmesinin turistler tarafından daha sağlıklı yapılabilmesi için tur değerlendirme formlarının uygulanmasında bazı kurallara dikkat edilmektedir. Bu kurallar şöyle sıralanabilir: a) rehbere gruptaki katılımcı sayısı kadar form verilmelidir; (b) formlar seri numaralı olarak verilmeli ve böylece kaybolan ya da cevaplanmayan formların tespit edilmesi kolaylaştırılmalıdır; ve (c) turistlere zarflar da verilerek, formların bu zarflarda ağzı kapatılmış şekilde teslim edilmesi istenmelidir (Kozak 1999). Bu formlar, turist rehberinin performansı ile ilgili soruları da içerdiğinden, turu düzenleyen seyahat acentası veya tur operatörü tarafından değerlendirildikten sonra turist rehberine kendi performansı ve turistlerin genel tur memnuniyeti hakkında bilgi verilebilir.

*Günlük zaman kullanım çizelgesi*nde ulaşım ve çeşitli faaliyetler için planlanan sürelerin

yeterlilik derecesi rehber tarafından değerlendirilmelidir. Bu değerlendirme, özellikle bir günden fazla süren turlarda her gün olmak üzere gezi bitiminde yapılmalıdır. Nerelerde zamanın yetmediği, nerelerde ise planlanandan daha az bir zaman kullanıldığı incelenmeli ve sebepleri araştırılarak, bir sonraki gün için daha gerçekçi bir planlama yapılmalıdır. Turist rehberi, aynı zamanda, tecrübelerini de not etmeli ve daha sonra aynı güzergahta tura çıktığında kullanmak üzere, bir veri tabanı oluşturmalıdır. Tur sonunda, turdaki zaman kullanımı genel olarak değerlendirmeli ve planlamadaki sapmaların bir sonraki turda tekrarlanmaması için önlemler alınmalıdır.

Turist rehberi, grup üyelerinden gelen istek, tavsiye ve eleştirilere tur boyunca açık olmalıdır. Grubun eğilimlerini dinleyerek ve anlayarak hareket etmelidir (Bilge 1989). Bir paket turun nihai amacı müşteri memnuniyetini sağlamaktır. Bu bağlamda, planlanan faaliyetlerle turistlerin istek ve beklentileri arasında bir fark olup olmadığı sürekli kontrol etmelidir. Var olan farklar düzeltilebilecek ölçülerde ise, gerekli düzeltmeler yapılmalı, düzeltilemeyecek olan farklar hakkında ise, turu düzenleyen işletmeye bilgi verilmelidir. *Günlük tur raporları*, hizmet sağlayıcı işletmelerin hizmet kalitesi, planlanmış etkinliklerin işleyişi ve gün boyunca karşılaşılan sorunlar hakkında bilgi veren ve turu düzenleyen işletmenin yanı sıra turist rehberinin de kontrol amaçlı kullandığı belgelerdir.

Turun sona ermesiyle birlikte, turistler tarafından turun bir bütün olarak değerlendirildiği ve turist rehberinin kendi performansı hakkında da bilgi alabileceği *tur değerlendirme formları,* turu düzenleyen işletmeye iletilmektedir. Tur operatörü veya seyahat acentası, tur boyunca verilen hizmetlerin türünü ve kalitesini, turistlerin görüşlerini belirten bu formlar aracılığıyla denetler. Yapılan bu denetim sonucunda ise, bütün hizmet sağlayıcılarına eksikliklerini tamamlamaları ve iyi yönlerini geliştirerek devam ettirmeleri amacıyla geri bildirimde bulunulur. Geri bildirim alması gereken önemli bir hizmet sağlayıcı da turist rehberidir. Turist rehberinin performansı, turistlerin tekrar tur satın almasını, tur düzenleyen işletmenin imajını ve hatta destinasyonun imajını etkileyebileceği için çok önemli bir unsurdur (Geva, Goldman 1991; Whipple, Thach 1988).

Turist rehberi, performansı hakkında aldığı geri bildirim sonucunda, eksik görülen yönlerini geliştirmeye çalışmalı ve nasıl daha iyi hizmet sunabileceğini araştırmalıdır.

Yaptığı hataların nedenleri üzerinde duran rehber, gelecekte çıkacağı turlarda aynı hataları tekrarlamamak için gayret göstermeli ve böylece mesleki tecrübesini sürekli arttırmalıdır. Ayrıca, olumlu geri bildirimler, turist rehberinin moral ve motivasyonunu yükselterek daha da istekli ve azimli çalışmasını sağlamakta önemli rol oynayacaktır.

Üçüncü Bölüm:

TÜRKİYE'DE PAKET TURLARIN YÖNETİMİNDE TURİST REHBERLERİNİN YÖNETSEL ROL VE SORUNLARININ TESPİTİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu başlık altında araştırmanın görgül kısmının tasarımı ile araştırmada kullanılan birincil veri kaynaklarından ve bunların toplanması ve analiz edilmesi esnasında kullanılan tekniklerinden söz edilecektir. Diğer bir ifadeyle, (a) birincil veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunun tasarımı; (b) örneklem çerçevesinin oluşturulması; (c) örnek seçim tekniği; (d) anket formlarının uygulanış şekli; ve (e) toplanan birincil verilerin analiz edilmesinde kullanılan istatistiksel teknikler başlıca değinilecek konular arasında yer alacaktır.

3.1.1. Birincil Veri Kaynakları ve Veri Toplama Tekniği

Çalışmanın giriş bölümünde de belirtildiği üzere, bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır: (a) birincisi, turist rehberlerinin yönetsel görev ve sorumlulukları hakkında mevcut yazında tespit edilen eksiklikleri tamamlamaya yönelik katkılar sağlamak; (b) ikincisi ise, tur yönetiminde turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Bu iki amacı gerçekleştirmeye yönelik olarak, konuya ilişkin ikincil veri kaynaklarına ulaşılmış ve çalışmanın ilk iki bölümünde bu konular detaylandırılmıştır. Ancak, ikincil veri kaynaklarında yeterince değinilmemiş verilere ulaşmak ve konuyla ilgili eksik bilgileri tamamlamak için birincil kaynaklara da başvurulmuştur (bkz. Nakip 2003).

Paket turların gerçekleşme aşamasında karşılaşılan yönetim sorunlarını en iyi şekilde tespit edebilecek ve bu sorunlar hakkında detaylı bilgi sağlayabilecek birincil veri kaynakları, turun bu aşamasında yönetim görevini üstlenen tur yöneticileri ya da turist rehberleridir. İkinci bölümde de detaylı olarak bahsedildiği üzere, Türkiye'de paket turların yönetimini genellikle turist rehberleri üstlenmektedir (Ahipaşaoğlu 2001; Tangüler 2002). Bu bilgiden yola çıkarak, Türkiye'deki turist rehberleri çalışmanın birincil veri kaynağı olarak belirlenmiştir.

Turist rehberlerinden bilgi toplayabilmek için ise anket yöntemi seçilmiştir. Çünkü, anket, geniş coğrafyaya yayılmış kitlelerden bilgi toplamaya yönelik yapılan sosyal bilimler araştırmaları için en iyi veri toplama araçlarından biri olarak kabul edilmektedir (Babbie 1992). Anket çok esnek bir veri toplama aracı olup, araştırma yapılan konuda araştırmacıya farklı türde bir çok soru sorabilme imkanı sunar. Bunun yanı sıra, anketle toplanan verilerin değerlendirilmesi ve analizi çok daha kolaydır ve kişisel önyargılardan uzak olabilmektedir. Anket tekniğinin kullanımının tercih edilmesinin en önemli sebeplerinden bir diğeri de, ankete cevap verenlerin kimliklerinin gizli tutulma imkanının olmasından dolayı toplanan bilgilerin güvenirliğinin yüksek olacağı düşüncesidir (Gökçe 1999). Ayrıca, anketin diğer yöntemlere göre daha az maliyetli olması ve daha hızlı veri toplamayı sağlaması da tercih edilmesinde göz önünde bulundurulan önemli faktörler arasında yeralmaktadır (Arıkan 2000). Doğal olarak, anketin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Soruların ve cevapların bazı belli standartlar taşıması, verilerin analiz edilmesi açısından birtakım kolaylıklar sağlarken, ankete cevap verecek kişilerin ortak dilini bulmak çok zor olabilir. Soruların ve alınması planlanan cevapların standart kalıplara oturtulmasından dolayı, anket tekniğinin esnek bir veri toplama aracı olmaması da eleştirilmektedir (Babbie 1992). Örneğin, hazırlanıp dağıtıldıktan sonra, hiçbir değişiklik yapma imkanı yoktur. Bütün bunlara ilaveten, hatırlamamak, bilmemek, yanlış hatırlamak veya kasıtlı olarak yanlış cevaplamaktan dolayı, anket yoluyla elde edilen bir çok veri yanlış olabilmektedir. Ayrıca, anketi yapmak için eğitilmiş ve deneyimli personel bulmak da zordur; bulunsa bile, araştırmayı yapan kişi veya kuruluşa ek bir maddi külfet getirebilmektedir (Arıkan 1995). Anket tekniğinin bu dezavantajlarına rağmen, bu çalışmanın birincil veri kaynağını oluşturan turist rehberlerinin Türkiye'de geniş bir coğrafyada birçok farklı yerleşim merkezinde bulunmaları, hem zaman hem de maddi sınırlılıklar dikkate

alındığında, turist rehberlerine birebir ulaşmanın güçlüğü gibi nedenlerden dolayı bu çalışmada birincil veri toplama aracı olarak anket tekniğinin kullanılmasının uygun olacağı düşünülmüştür.

Anketlerin uygulanmasında, "bırak ve topla tekniği" (*drop and collect survey*) kullanılmıştır. Bu teknik birkaç farklı şekilde uygulanabilmektedir: (a) anketler elden dağıtılarak, cevaplayıcılar doldurduktan sonra posta ile geri göndermeleri istenebilir; (b) anketler postayla gönderilerek, belli bir süre sonra elden teslim alınabilir; ya da (c) anketler elden dağıtılarak, belli bir süre sonra tekrar elden teslim alınabilir (Brown 1987). Anketlerin elden dağıtılarak, belli bir süre sonra tekrar elden teslim alınmasının çok daha fazla avantaja sahip olan bir yaklaşım olmasından dolayı, araştırmada bu tekniğin kullanılmasına karar verilmiştir. Anketlerin elden dağıtılması, anketlerin daha çabuk doldurulmasını ve yüksek bir geri dönüş oranını sağlayabilmektedir (Stover, Stone 1976; Brown 1987). Ayrıca, bu durumda anketi uygulayan kişinin uygun cevaplayıcıları seçebilmesi de çok önemlidir. Araştırmaya katkıda bulunamayacak olanlar ya da konuda bilgisi olmayanlar, gerektiğinde çok kolay bir şekilde elenebilir ve bu da, araştırmanın güvenirliğini yükseltebilmektedir (Baker 1991). Bu tekniğin diğer bir avantajı da, doldurulmuş anketleri toplarken, araştırmacının anketlerin doğru ve eksiksiz şekilde doldurulup doldurulmadığını kontrol edebilmesidir (Stover, Stone 1976). Bunun yanı sıra, ankete cevap veren kişi ile anketör arasında sınırlı bir ilişki olmasından dolayı, anketlerin yüz yüze doldurulması esnasında ortaya çıkabilecek önyargılar da en aza indirilmiş olabilmektedir (Baker 1991). Cevaplayan kişinin, anketi kendi boş zamanı içerisinde doldurması, araştırmacıya, yüz yüze veya telefonla yapılan anketlere göre daha uzun ve daha kapsamlı bir anket uygulayabilme fırsatı da tanımaktadır (Brown, 1987).

3.1.2. Evren ve Örnekleme Süreci

Örnekleme tekniğinden ve sürecinden bahsetmeden önce, ana kütle, örnekleme çerçevesi, örnek ve örnekleme kavramlarını kısaca açıklamakta yarar vardır. *Ana kütle* veya *evren*, araştırılacak olan birimlerin (elemanların) tamamıdır (Gökçe 1999). *Örnekleme çerçevesi* ise, ana kütleyi oluşturan birimlerin listesidir (istatistiksel dökümü). *Örnek*, ana kütleyi en iyi temsil eden ve belli bir yönteme göre ana kütleden seçilen alt gruptur. *Örneklemenin* amacı, örnekten elde edilen bilgilere dayanarak, ana

kütlenin özellikleri hakkında bazı sonuçlar çıkarmaktır. Örnekleme yapılan çalışmalar, tam sayıma nazaran çok daha az zaman ve para harcanarak yapılabilmektedir ve uygulanması sırasında hata yapma ihtimali daha düşüktür (Nakip 2003). Örnek seçimindeki en önemli konu ise, örneğin ana kütleyi temsil edebilecek nitelikler taşımasıdır (Smith 1995).

Örnekleme süreci genel olarak beş temel aşamada ele alınmaktadır (Nakip 2003). Bunlar: (a) hedef ana kütlenin tanımlanması; (b) örnekleme çerçevesinin seçimi; (c) örnekleme tekniğinin seçimi; (d) örnek hacminin belirlenmesi; ve (e) örnekleme sürecinin yerine getirilmesidir.

Ana Kütle: Bu araştırmanın hedef ana kütlesini Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'na kayıtlı belgeli turist rehberleri oluşturmaktadır.

Örnekleme Çerçevesi: Türkiye'de faaliyet gösteren turist rehberleri, mevcut yasal düzenlemelere göre, Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan bu mesleği icra etme hakları olduğunu gösteren belge (*kokart*) almak zorundadırlar. Bundan dolayı, ülkemizde resmi olarak çalışan her rehberin, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda kaydı bulunmaktadır. Bu da, örnekleme çerçevesi ile ana kütlenin birbiriyle neredeyse tamamen örtüştükleri anlamına gelmektedir. 31.12.2003 tarihli verilere göre, Türkiye'de toplam turist rehberi sayısı 9034 olarak tespit edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2004).

Örnekleme Tekniği: Türkiye'de faaliyet gösteren turist rehberlerinin listesine ulaşılmış olmasına rağmen, burada bulunan adreslerin güncel olmamasından ve kişilerin bir çoğu rehberlik mesleğinin gereği olarak seyahatte bulunmalarından dolayı, çalışmada *ihtimalsiz (tesadüfi olmayan)* örnekleme tekniği kullanılmasına karar verilmiştir. İhtimalsiz örnekleme yöntemleri arasından da *kolayca örnekleme* tekniği seçilmiştir. Bu teknik hızlı ve ucuz yoldan veri elde etmenin en kestirme yoludur (Nakip 2003). Araştırmanın tamamlanması için, kullanılacak zamanın ve ayrılacak maddi kaynakların kısıtlı olması sebebiyle, bu tekniğin uygulanmasına karar verilmiştir.

Örnek Hacmi: Benzer çalışmalarda kullanılan örnek hacimleri (Batman 2000; Polat 2001; Tangüler 2002;) dikkate alındığında; ayrıca, zamanın ve kaynakların da kısıtlı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmada kullanılacak örnek hacminin 500

turist rehberi ile sınırlandırılmasının uygun olacağı belirlenmiştir. Bu örnek hacmi, örnekleme çerçevesinin (500 / 9034) yaklaşık olarak % 5,5'i kadarını oluşturmaktadır.

Örnekleme Süreci: Türkiye'de faaliyet gösteren turist rehberlerinin, her yıl düzenli olarak yapılan "Hizmetiçi Eğitim Seminerleri"ne katılma zorunlulukları vardır. Bu seminerleri rehberlik meslek örgütleri düzenlemekte ve bunlara katılmayan rehberlere, ertesi yıl için çalışma izni (*vize*) verilmemektedir. Çalışmanın örnekleme süreci, bu seminerlerin yapıldığı beş şehirde yürütülmüştür. Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Nevşehir'de Aralık 2003'te gerçekleştirilen hizmet içi eğitim seminerlerine gelen rehberlere, anketler elden dağıtılmış, anketler, turist rehberlerince doldurulduktan sonra da yine elden teslim alınmıştır. Her şehirde 100'er anket dağıtılmıştır. Ankara ve Nevşehir'de araştırmacı anketleri bizzat kendisi uygulamış, diğer üç şehirde ise, anketörler vasıtasıyla anketler uygulanmıştır.

3.1.3. Anket Formlarının Oluşturulması

Davis ve Consenza (1988), geçerli bir anket formunun oluşturulabilmesi için, dört temel aşamanın izlenmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu aşamalardan birincisi, ankete dahil edilebilecek her soru ile ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapmaktır. İkinci aşama, ankete dahil edilen sorular hakkında, konunun uzmanlarının görüşlerinin alınmasıdır. Üçüncü aşama, araştırılan kütlenin elemanlarıyla aynı özellikler gösteren bir grup üzerinde ön testin yapılmasıdır. Son aşama ise, anket formunda gerekli düzeltmelerin yapılmasıdır.

Geçerli bir anket formu düzenleyebilmek için Davis ve Consenza'nın bu önerileri dikkate alınmıştır. İlk olarak, kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Bu tarama, çalışmanın genel kavramsal çerçevesini oluşturmada ve ankete dahil edilebilecek soruların ortaya çıkmasında önemli bir dayanak olmuştur. Tarama sonrasında, araştırmacının rehberlik mesleğindeki tecrübeleri göz önünde bulundurularak ve bazı deneyimli rehberlerle görüşülerek, bir anket taslağı hazırlanmıştır. Daha sonra, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun, aynı zamanda rehber de olan bazı öğretim elemanlarının, anket taslağı hakkında fikir ve görüşleri alınmıştır. Tez çalışmasının danışman öğretim üyesi ile de anket taslağı üzerinde görüşülmüş ve onayı alınmıştır.

Bütün bunlar yapıldıktan sonra, anketin geri dönüş oranını ve anlaşılabilirliğini arttırabilmek, ayrıca, cevaplamadaki zorlukları azaltabilmek için, pilot araştırma ile anketin ön testi yapılmıştır. Bu ön test, Nevşehir İlinde ikamet eden ve farklı yaş gruplarından olan 10 rehberle yapılmıştır. Ön testte, bir anketin doldurulması için harcanan sürenin 8 ile 12 dakika arasında değiştiği tespit edilmiştir. Son olarak da, yapılan ön testten alınan geri bildirimler çerçevesinde gerekli düzeltmeler yapılarak, ankete son hali verilmiştir.

Anketlerde genelde üç farklı soru tipi kullanılmaktadır: (a) *açık uçlu* sorular; (b) *kapalı uçlu* sorular (*çoktan seçmeli* sorular); ve (c) açık ve kapalı uçlu soruların bir arada kullanılmasından oluşan sorular (Pizam 1994). Bu soru tiplerinden her birinin kendine özgü avantaj ve dezavantajları vardır.

Açık uçlu soruların genelde üç önemli avantajı vardır. İlk olarak, bu sorular araştırmacıya hiç tahmin edemediği cevaplar almasını sağlarlar. İkinci avantajı, cevaplayıcıların konu hakkındaki gerçek fikirlerinin, daha açık bir şekilde ortaya çıkmasını sağlarlar. Son olarak da, cevaplayıcıların hayal kırıklığına uğramasını engellerler. Kişinin sadece belli seçeneklerden bazılarını seçebilmesi ve konu hakkında kendi fikirlerini özgürce söyleyememesi, bazen hayal kırıklığına yol açabilir (Luck, Rubin 1987). Açık uçlu soruların aynı zamandı üç önemli dezavantajı da bulunmaktadır. Bunlardan ilki, kodlanmaları, tablolaştırılmaları ve analiz edilmeleri çok zordur. İkinci dezavantajı, cevaplayıcının kullandığı ifadeleri ve ne söylemek istediğini anlayabilmek ve yorumlayabilmek çok zor olabilir. Üçüncüsü ise, açık uçlu soruların cevaplanma oranı çok düşük olabilir; çünkü, cevaplayanların cevap yazabilecek kadar zamanları olmayabilir ya da hemen düşüncelerini özetleyemeyebilirler.

Kapalı uçlu soruların oluşturulmalarında mevcut yazın kapsamlı bir şekilde ve çok detaylı olarak gözden geçirilmelidir çünkü, muhtemel bütün cevapların bulunması ve dahil edilmesi gerekmektedir (Moutinho, Evans 1994). Kapalı uçlu soruların cevaplandırılmasının fazla zaman gerektirmediği izlenimi oluşturmasından dolayı, cevaplayıcıyı anketi doldurmaya teşvik edebilmektedir. Ayrıca, kodlanmaları ve yorumlanmaları da çok daha kolay olup, ankete cevap verenler açısından hatırlatıcı özellik taşımaktadırlar. Birkaç farklı kapalı uçlu soru tipi bulunmaktadır. Bunlardan ilki, *iki şıklı (iki seçenekli)* sorulardır. Bunlar sadece iki muhtemel cevabı olan sorulardır ve

genelde "evet" ya da "hayır" gibi bir cevap gerektirirler. Bu tür soruların sorulması da, cevaplanması da çok kolaydır ve daha ziyade cevaplayanları sınıflandırmaya yarayacak bilgiler toplamak için kullanılırlar. Ancak, bu soru tipini kullanırken dikkatli olunmalıdır, çünkü kişiler böyle soruları cevaplarken önyargılı davranabilmektedirler. İkinci tip kapalı uçlu soru türü ise, *derecelendirilmiş* sorulardır. Bu sorularda seçenek sayısı ikiden fazladır ve soruya verilebilecek bütün cevaplar sıralanarak, cevaplayıcının cevaplarını önem sırasına göre derecelendirilmesi istenir. Üçüncü tip kapalı uçlu sorular, *çok seçenekli* sorulardır. Cevaplayan kişiden cevaplardan sadece birini veya birden fazlasını seçmesi istenebilir. Dördüncü kapalı uçlu soru tipi, *çoktan seçmeli* sorulardır. Bu sorularda, cevaplayıcıdan, ona en uygun gelen seçeneği işaretlemesi istenir. Beşinci tip kapalı uçlu sorular ise, *ölçek tipi* sorulardır. Bu tip sorularda, bir sorunun cevabı olarak, birkaç farklı derece oluşturularak, cevaplayıcıya fikrini belirtmesi için bu dereceler arasından kendine en uygun olanının seçilmesi istenmektedir. Dört farklı ölçek tipi soru oluşturma tekniği vardır: Likert ölçeği; Thurstone ölçeği; Guttman ölçeği; ve Osgood'un boyutsal ayırma ölçeği (Clark v.d. 1998). Likert tipi ölçekte, soruyu cevaplayan kişiye, verilen ifadeye katılıp katılmadığının sorulmasından ziyade, ne derecede katıldığı ya da katılmadığı sorulmaktadır. Soruların cevapları üç, beş ya da yedi dereceden oluşabilir, ancak, en sık kullanılan beş dereceli ölçektir (Smith 1995). Likert ölçeğinin oluşturulması basit olup, turizm araştırmalarında en sık kullanılan ölçeklerden biridir.

Bu çalışmanın anketi hazırlanırken ağırlıklı olarak kapalı uçlu soruların değişik tipleri kullanılmıştır. Ancak, cevabı kestirilemeyecek ve değişik cevaplar alma olasılığı yüksek olan sorular, açık uçlu sorular haline getirilerek ankete dahil edilmiştir. Ankette toplam 40 soru bulunmaktadır ve bunlardan 38'i kapalı, 2'si ise açık uçlu sorulardır. Daha önce de belirtildiği gibi, araştırmanın amacına paralel olarak, anketin amacı da, Türkiye'deki turist rehberlerinin yönetsel görev ve sorumlulukları hakkında bilgi edinmek ve tur yönetiminde karşılaştıkları sorunları tespit etmektir. Bu amaca yönelik olarak, ankette yer alan sorular altı ana kısımda ele alınarak hazırlanmıştır (bkz. EK-1).

Birinci kısım, turist rehberlerinin planlama ile ilgili faaliyetlerini gerçekleştirirken dikkate aldıkları hususları ve karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yönelik sorular içermektedir. Bu kısımda, birinci ile beşinci sorular arasında bulunan beş kapalı uçlu soru yer almaktadır. Bunlardan ilk ikisi, seyahat acentalarının rehbere, grupla ve turla

ilgili bilgi verdiği konuları ve bilgi verme yeterliliğini tespit etmeye yöneliktir. Üçüncü soru, rehberin seyahat acentalarının veya tur operatörlerinin yaptığı genel tur planlamasına katılıp katılmadığını belirlemeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Dördüncü soruda, rehberlerin tur öncesinde yaptığı günlük zaman kullanım planlamasında. dikkate aldıkları faktörleri ve bunların önem dereceleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Beşinci soruda ise, rehberlerin planlama yaparken hangi bilgileri bulmada zorlandıkları ve bu bilgileri bulmadaki zorlanma dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır.

İkinci kısım, turist rehberlerinin örgütleme ile ilgili faaliyetlerini ve örgütleme esnasında karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yönelik sorular içermektedir. Bu kısım, ankette altıncı ile 11. sorular arasında yer alan altı kapalı uçlu sorudan oluşmaktadır. Bu sorularla, rehberin, turistlere ve birlikte çalıştığı sürücü ve muavine, tur öncesinde hangi konularda bilgi verdiği ve bilgilendirme sıklığı belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, turist rehberlerinin en sık birlikte çalıştıkları diğer turistik işletmelerin hizmet personeliyle sorun yaşama sıklıkları ve seyahat acentasından alınan tur avansının yeterli olup olmadığı da tespit edilmeye çalışılmıştır.

Üçüncü kısım, turist rehberlerinin yöneltme-etkileme ve koordinasyonla ilgili yaşadıkları sorunları ve bunların yaşanma sıklığını tespit etmeye yöneliktir. Bu kısımda, üçü kapalı, biri açık uçlu olan dört soru vardır. Bunlardan, 13 ve 15. sorular rehberlerin yöneltme ve etkileme ile ilgili yaşadıkları sorunları ve bunların yaşanma sıklığını tespit etmeye yöneliktir. Açık uçlu soru olan 15. soru, özellikle kültürel farklılıklardan kaynaklanan sorunları tespit etmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. 12. ile 14. sorular ise turist rehberlerinin koordinasyonla ilgili yaşadıkları sorunları belirlemeye yöneliktir.

Dördüncü kısım rehberlerin kontrol amaçlı gerçekleştirdikleri faaliyetleri tespit etmeye yönelik sorular içermektedir. Bu kısımdaki sorular, 16. ile 20. sorular arasında yer alan beş sorudan oluşmaktadır.

Anketin *beşinci kısmında*, biri kapalı, diğeri açık uçlu iki soru yer almaktadır. Bu sorulardan, kapalı uçlu olan 21. soru, turist rehberlerinin yaşadıkları yönetsel sorunların, hangi alan ya da alanlardaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını saptamaya yöneliktir. Açık uçlu olan 22. soru ise, genel olarak turist rehberlerinin yaşadıkları sorunları belirlemeyi amaçlamaktadır.

Son kısım olan *altıncı kısımda,* turist rehberlerinin demografik ve mesleki özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Burada, 23. ile 40. sorular arasında yer alan toplam 18 kapalı uçlu soruya yer verilmiştir. Ankete katılan rehberin cinsiyeti; medeni hali; yaşı; kokartını (rehberlik belgesini) almak için öğrenim gördüğü kurum; hangi statüde rehberlik yaptığı; eğitim-öğrenim düzeyi ve mezuniyet alanı, rehberlik dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışıp çalışmadığı; kaç yıldır rehberlik yaptığı; çalıştığı gruplardaki ortalama kişi sayısı; turlarına tur lideri ya da uzman rehberin katılıp katılmadığı; yönettiği turların ortalama süresi; hangi dilde ve hangi milliyetlerden turistlere rehberlik yaptığı; ve yurt dışında bulunup bulunmadığı gibi sorulara anketin bu kısmında yer verilmiştir.

3.1.4. Araştırma Süreci

Araştırma için birincil veri toplama süreci, 2003 yılının Aralık ayının başından sonuna kadar, yaklaşık bir aylık sürede tamamlanmıştır. Öncelikle, rehberlere yönelik hizmet içi eğitim seminerlerinin nerelerde, hangi tarih ve saatlerde yapılacağı tespit edilmiştir. Bu bilgilere, Turist Rehberleri Birliği'nin (TÜREB) *Internet Web* sayfasından (Turist Rehberleri Birliği 2003) ve Kapadokya Rehberler Derneği'ni (KARED) araştırmacının bizzat ziyaret etmesiyle ulaşılmıştır. Organize edilen hizmet içi seminerlerin yer ve tarihleri Tablo 3.1'de belirtildiği gibidir.

Tablo 3.1 Aralık 2003'de Rehberlere Yönelik Düzenlenmiş Olan Hizmet İçi Eğitim Seminerleri

İLLER	Ankara	Antalya	İstanbul	İzmir	Nevşehir
ZAMAN DİLİMİ	6-28 Aralık 2003 tarihleri arasında	6-8 Aralık 2003 tarihleri arasında	3-27 Aralık 2003 tarihleri arasında	1-8 Aralık 2003 tarihleri arasında	6-14 Aralık 2003 tarihleri arasında

Ankara ve Nevşehir'de düzenlenmiş olan hizmet içi eğitim seminerlerinin hepsine, araştırmacı bizzat katılarak, buraya gelen rehberlere anketleri elden dağıtmıştır. Anketler dağıtılırken, araştırmanın amacı belirtilerek, doldurulan anketlerin yine araştırmacıya geri verilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Ayrıca. rehberlere, anketleri ertesi gün de teslim edebilecekleri belirtilerek, anketlerin geri dönüş oranı arttırılmaya çalışılmıştır. Bu uyarı sadece araştırmacı tarafından değil, diğer üç şehirde seminerler süresince anketi uygulayan anketörler tarafından da yapılmıştır.

Antalya, İstanbul ve İzmir'de yapılan seminerlerde, anketörler kullanılarak, buradaki anketler de elden dağıtılmış ve doldurulduktan sonra, anketörlere teslim edilmesi istenmiştir. Araştırmacı, olası sorunları önleyebilmek için, anketörlerle sürekli iletişim halinde olmuş ve araştırma sürecini koordine etmeye çalışmıştır.

Tablo 3.2 Anketlerin Dağıtıldığı Yerlere Göre Geri Dönüş Oranları

Anketin Dağıtıldığı İl	Dağıtılan Anket Sayısı (1)	Geri Dönen Anket Sayısı (2)	Kullanılabilir Anket Sayısı (3)	Anket Geri Dönüş Oranı (2/1)	Kullanılabilir Anket Geri Dönüş Oranı (3/1)
Ankara	100	66	61	%66	%61
Antalya	100	69	59	%69	%59
İstanbul	100	67	63	%67	%63
İzmir	100	9	9	%9	%9
Nevşehir	100	65	62	%65	%62
TOPLAM	500	276	254	%55,2	%50,8

Tablo 3.2.'de anketlerin dağıtıldığı yerlere göre geri dönüş oranları görülmektedir. Geri dönen toplam 276 anketin 22'sinde çok sayıda cevaplandırılmamış soru olduğundan, bu anketler elenmiş ve analiz edilmemiştir. Ankara'dan 5; Antalya'dan 10; İstanbul'dan 4; ve Nevşehir'den 3 anket değerlendirmeye katılmamıştır.

Beş şehirde yapılan anketler arasında en düşük geri dönüş oranı İzmir'dedir. Bunun nedeni, anketlerin buraya geç ulaşması ve dağıtılıp toplanmaları için sadece bir günlük seminer süresinin kalmış olmasıdır. Ayrıca, Turist Rehberleri Birliği'nin yapmış olduğu değerlendirmeye göre, burada yapılan seminerde katılımın az olması ve bütün şehirlerde

olduğu gibi, rehberlerin ankete gerekli ilgiyi göstermemesi de geri dönüş oranının düşük kalmasında etkili olmuştur.

3.1.5. Verilerin Analizi

Veriler (*SPSS 9.0 for Windows*) "Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı" kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada, veriler analiz edilirken genel olarak betimleyici analiz (*descriptive analyses*) teknikleri kullanılmıştır. Analizler yapılırken, öncelikle verilerin aritmetik ortalama, ortanca değer (*medyan*), tepe değer (*mod*) gibi merkezi eğilim ölçütlerine bakılmıştır. Veri toplamada kullanılan Likert tipi ölçeğin parametrik olmayan veri sağlamasından ve elde edilen verilerin merkezi eğilim ölçütlerinin simetrik (normal) olmayan dağılım göstermesinden dolayı, bu çalışmada elde edilen verilere parametrik olmayan testler uygulanmıştır (Burns 2002).

Turist rehberlerinin, tur yönetimi ile ilgili düşüncelerini ve karşılaştıkları sorunların (bağımlı değişkenler) birtakım demografik özelliklere ve mesleki özelliklerine (bağımsız değişkenler) göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini değerlendirebilmek için iki farklı test kullanılmıştır. Yapılan araştırmada (a) bağımsız değişkenlerin *nominal* (kategorik), bağımlı değişkenlerin ise *ordinal* (sıralayıcı) veri olma özelliğini taşımasından ve (b) merkezi eğilim ölçütlerine bakıldığında da *ordinal* verilerin simetrik olmayan (sağa veya sola çarpık) bir dağılım göstermesinden ötürü parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Bağımlı değişkenlerin iki bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakılmak istendiğinde, *Mann-Whitney U* farklılık testi; bağımlı değişkenlerin ikiden fazla bağımsız değişken arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakılmak istendiğinde *Kruskal-Wallis* farklılık testi uygulanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu başlık altında, Türkiye'de paket turların yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonunu, yönetsel rollerini ve karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yönelik yapılan araştırmanın birincil verilerinin istatistiksel analizi sonucu elde edilen bulgulara yer verilecektir. Öncelikle, ankete cevap veren turist rehberlerinin birtakım demografik özelliklerine yönelik bulgular tablolar halinde özetlenecektir. Bu tablolara yönelik

değerlendirmeler yapıldıktan sonra, turist rehberlerinin tur esnasında *planlama, örgütleme, yöneltme ve etkileme, koordinasyon* ve *kontrol* gibi yönetimin fonksiyonları açısından yerine getirdikleri roller ile tur esnasında yönetimin belirtilen bu beş fonksiyonu açısından karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırma bulguları tablolar halinde özetlenecek ve yorumlanacaktır. Bütün bunlarla birlikte, turist rehberlerinin, tur yönetimi ile ilgili düşüncelerinin ve karşılaştıkları sorunların (bağımlı değişkenler) birtakım demografik özelliklere ve mesleki özelliklerine (bağımsız değişkenler) göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini sınamak için uygulanmış olan parametrik olmayan *Mann-Whitney U* ve *Kruskal-Wallis* farklılık testlerinin sonuçları da değerlendirmeye alınacaktır.

3.2.1. Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

3.2.1.1. Genel Demografik Özellikler

Tablo 3.3'de görüldüğü üzere, ankete cevap verenlerin yaklaşık %76'sı bay, %24'ü ise bayandır. Türkiye'de turist rehberlerinin profilini tespit etmeye yönelik, 2003 yılında 1833 rehber üzerinde yapılan bir araştırmada, ankete cevap verenlerin yaklaşık %66'sını bay, %33'ünü de bayanlar oluşturmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2003). Ankete cevap veren turist rehberlerin %55'inin evli, %45'inin ise bekar olduğu görülmektedir. Turist rehberlerinin, yoğun olarak seyahat etmeye dayalı bir meslek icra ettiklerinden dolayı, evlenip aile kurmalarının oldukça zor olduğu söylenebilir. Ancak, alınan sonuçların bu tezi desteklemediği görülmektedir. Ancak, evli turist rehberlerinin daha ziyade akşamları evlerine dönecek şekilde kısa süreli bir ile iki gün süreli bölge turlarına veya şehir turlarına çıkarak evliliklerini kolayca sürdürebildikleri varsayılmaktadır.

Tablo 3.3. Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Genel Demografik Özellikleri

A) REHBERLERİN CİNSİYETLERİNE GÖRE DAĞILIMI	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Bay	192	76,2
Bayan	60	23,8
TOPLAM	**252**	**100.0**
B) REHBERLERİN MEDENİ HALLERİNE GÖRE DAĞILIMI	**(n)**	**(%)**
Evli	137	55,0
Bekar	112	45,0
TOPLAM	**249**	**100.0**
C) REHBERLERİN YAŞ GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI	**(n)**	**(%)**
25 yaş ve altı	34	13,4
26-30 yaşları arasında	49	19,4
31-35 yaşları arasında	63	24,9
36-40 yaşları arasında	37	14,6
41-45 yaşları arasında	27	10,7
46-50 yaşları arasında	17	6,7
51 yaş ve üzeri	26	10,3
TOPLAM	**253**	**100.0**
D) REHBERLERİN EĞİTİM-ÖĞRENİM DÜZEYLERİNE GÖRE DAĞILIMI	**(n)**	**(%)**
Lise	32	12,6
Önlisans	26	10,3
Lisans	161	63,6
Yüksek Lisans	28	11,1
Doktora	6	2,4
TOPLAM	**253**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Ankete cevap veren rehberlerin yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında (Tablo 3.3), %13,4'ünün 25 yaş ve altında olduğu, %19,4'ünün 26-30, %24,9'unun 31-35, %14,6'sının 36-40, %10,7'sinin 41-45, %6,7'sinin 46-50 yaşları arasında olduğu ve %10,3'ünün de 51 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Yaş gruplarına göre dağılımda, oranların 31-35 yaş grubuna kadar artarak devam ettiği ve bu yaş grubunda yer alanların oranın en yüksek olduğu dikkat çekmektedir. 36-40 yaş grubunun oranında bir düşüş görülmekte ve sonrasındaki gruplarda da bu düşüş devam etmektedir. Sadece 51 yaş ve üzeri olan grupta küçük bir artış gözlenmektedir; bu artışın sebebinin, turist rehberliği belgesine sahip olan başka meslek grubundan kişilerin, emeklilik sonrasında ek gelir elde etmek ve boş zamanlarını değerlendirebilmek amacıyla rehberlik yapmış olmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Ancak, rehberlik mesleğinin önemli ölçüde fiziksel güce dayalı olması (Ahipaşaoğlu 2001), ayrıca turizm endüstrisinde genç ve dinamik personelin tercih edilmesi, orta yaş grubundan sonraki yaş gruplarındaki

düşüşü açıklayan sebepler olarak gösterilebilir. Bunlarla birlikte, orta yaş, bir rehberin mesleki hayatında olgunluğa ulaştığı safhadır. Bir çok rehber bu safhadan sonra rehberliği bırakarak, kazandığı tasarrufları ve deneyimlerini turizm sektöründe girişimci veya yönetici olarak kullanmaktadır (Yıldız, Kuşluvan, Şenyurt 1997).

Ankete cevap veren turist rehberlerinin öğrenim düzeyleri ele alındığında, %63,6'lık büyük bir bölümün lisans mezunu olduğu görülmektedir. Lise (%12,6) mezunları ile önlisans (%10,3) ve yüksek lisans (%11,1) derecelerine sahip olanların oranın ise, birbirine eşit olabilecek şekilde olduğu gözlenmektedir. Doktora derecesine sahip olan turist rehberlerinin oranı oldukça düşüktür (%2,4). Bu verilerden yola çıkarak, turist rehberlerinin önemli bir kısmının (%87,4'ünün) herhangi bir alanda önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora gibi üniversiter düzeyde öğrenim görmüş oldukları söylenebilir. Bu sonuçlar, daha önceden Türkiye'de rehberlere yönelik yapılmış olan bazı araştırmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Polat 2001; Tangüler 2002; Kültür ve Turizm Bakanlığı 2003).

3.2.1.2. Çalışma Özellikleri ve Mesleki Deneyimler

Ankete cevap veren rehberlerin çalışma özellikleri ve mesleki deneyimleri ile ilgili bilgilere Tablo 3.4 ve Tablo 3.5'de yer verilmiştir. Ankete cevap verenlerin rehberlik yaptıkları dillere göre dağılımı ve bu dillerde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda kayıtlı olan rehber sayıları içindeki yüzdesel dağılımları Tablo 3.4'de özetlenmiştir.

Ankete cevap veren rehberlerin yarısı (%50,8) İngilizce, %26'sı Almanca, %16,5'i Fransızca, %8,3'ü Japonca, %7,9'u İtalyanca, %5,9'u İspanyolca, %4,7'si Rusça, %3,1'i Yunanca, %2'si Flemengce, %2'si Arapça, %1,2'si Çince, %0,8'i Bulgarca, %3,6'sı da diğer dillerden (Flamanca, Norveççe, İsveççe, Makedonca, Hırvatça, Sırpça, Macarca, Farsça ve Lehçe) rehberlik yaptıklarını belirtmişlerdir (Tablo 3.4).

Tablo 3.4 Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Rehberlik Yaptıkları Dillere Göre Dağılımları ve Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda Kayıtlı Olan Turist Rehberi Sayısı İçindeki Oranları

	Ankete Cevap Veren Rehberlerin Rehberlik Yaptıkları Dillere Göre Dağılımı (1)		Kültür Ve Turizm Bakanlığı'nda Kayıtlı Olan Rehber Sayısı (2)		(1) / (2)
Yabancı Diller	**Frekans (n)**	**Yüzdesel Dağılım (%)**	**Frekans (n)**	**Yüzdesel Dağılım (%)**	
İngilizce	129	50,8	3132	38,4	4,1
Almanca	66	26,0	1987	24,3	3,3
Fransızca	42	16,5	1326	16,2	3,2
İtalyanca	20	7,9	413	5,2	4,8
İspanyolca	15	5,9	225	2,7	6,7
Japonca	21	8,3	348	4,3	6,0
Rusça	12	4,7	129	1,6	9,3
Yunanca	8	3,1	70	0,7	11,4
Flemengce	5	2,0	130	1,6	3,8
Arapça	5	2,0	129	1,6	3,9
Çince	3	1,2	45	0,5	6,7
Bulgarca	2	0,8	66	0,6	3,0
Diğer	9	3,6	177	2,3	5,0
TOPLAM	**337***	**132,8***	**8177**	**100**	-

* Frekans toplamının 254'den, yüzdesel dağılım toplamının da 100'den fazla olmasının nedeni bazı rehberlerin birden çok dilde rehberlik yapmalarıdır.

İngilizce dilinden turist rehberliği yaptığını belirtenlerin sayısının fazla olması iki sebebe bağlanabilir. Birinci sebep, İngilizce'nin çok yaygın bir lisan olması ve bir çok ülkeden gelen turistler tarafından kullanılması (İngiltere, ABD, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi); ikinci sebep olarak da, ülkemizde hem ortaöğretimde hem de yükseköğrenimde İngilizce'nin yaygın olarak okutulan yabancı dil olması gösterilebilir.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin rehberlik hizmeti verdikleri yabancı dillere göre yüzdesel dağılımı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda kayıtlı olan turist rehberlerinin yüzdesel dağılımı karşılaştırıldığında, bunların birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Buradan hareketle, araştırma için seçilen örneğin ana kütleyi iyi bir şekilde temsil ettiği ve güvenilir sonuçlar elde etmeyi sağlayabilecek nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda kayıtlı olan İngilizce dilinden turist rehberliği hizmeti verenlerin %4,1'inin, Almanca dilinden turist rehberliği hizmeti verenlerin %3,3'ünün, Fransızca dilinden turist rehberliği hizmeti verenlerin ise %3,2'sinin ankete cevap

verdiği görülmektedir. Nadir dillerden kayıtlı olan turist rehberlerinin de %2,3 ile %6,7 arasında değişen oranlarda anketi cevapladığı görülmektedir (Tablo 3.4). Sadece Yunanca (%11,4) ve Rusça (%9,3) dillerinden turist rehberliği hizmeti verenlerin katılım oranının diğerlerine göre kısmen yüksek olduğu görülmektedir; bunun da tesadüfen olduğu düşünülmektedir.

Tablo 3.5'de, rehberlerin, (a) rehberlik belgesini almak için öğrenim gördükleri kurumlara; (b) rehberlik yaptıkları statüye; (c) rehberlik dışında aktif olarak ikinci bir işle meşgul olma durumlarına; (d) fiilen rehberlik yaptıkları sürelere ve rehberlik belgesini aldıkları yıllara; (e) turlarda tur lideri ve uzman rehber ile çalışma durumlarına; (f) çıktıkları turların ortalama süresine ve genelde tura çıktıkları grupların büyüklüğüne; (g) bir yıl içerisinde ortalama tura çıkma sıklığına; (h) aynı acenta ile çalışma sürelerine; (i) yurt dışında bulunma durumlarına, ve (j) yurtdışında bulunmuş olan rehberlerin yurtdışında kalış sürelerine göre dağılımları özetlenmektedir.

Anketi cevaplayan rehberlerin önemli bir oranı (%87,6), Turizm Bakanlığı'nın (yeni adı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın) açtığı kursları bitirerek turist rehberliği yapma hakkını elde ederken, %6,8'i rehberlik eğitimi veren önlisans kurumlarından, geriye kalan %5,6'sı da rehberlik eğitimi veren lisans kurumlarından mezun olduktan sonra gerekli süreçleri tamamlayarak turist rehberi ünvanını almaya hak kazanmışlardır (Tablo 3.5). Lisans ve önlisans düzeyinde rehberlik eğitimi veren kurumlardan mezun olan turist rehberlerinin toplam içindeki oranının düşük olmasının sebebi, Türkiye'de rehberlik eğitiminin ancak 1995 yılından sonra üniversitelerde verilmeye başlanmasıdır (Ahipaşaoğlu 2001).

Ankete cevap veren turist rehberlerinin, turist rehberliği yaptıkları statüye göre dağılımlarına bakıldığında, %34,4'ünün serbest olarak zaman zaman, %13,9'unun serbest olarak sezonluk, %18,4'ünün serbest olarak tam zamanlı, %14,3'ünün bir seyahat acentasına bağlı olarak sezonluk sözleşmeyle, %18,9'unun bir seyahat acentasına bağlı olarak tam zamanlı turist rehberliği yaptıkları görülmektedir (Tablo 3.5). Tam zamanlı turist rehberliği yapanların oranının yüksek olmaması (%37,3), ülkemizdeki turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmamış olmasından ve mevsimsel bir özellik gösteriyor olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 3.5 Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Mesleki Deneyim ve Çalışma Biçimleri

A) REHBERLERİN KOKARTLARINI ALDIKLARI KURUMA GÖRE DAĞILIMI		Frekans (n)	Yüzdesel * Dağılım (%)
Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurslardan		220	87,6
Rehberlik eğitimi veren önlisans kurumlarından		17	6,8
Rehberlik eğitimi veren lisans kurumlarından		14	5,6
TOPLAM		**251**	**100.0**
B) REHBERLERİN REHBERLİK YAPTIKLARI STATÜYE GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
Serbest olarak zaman zaman		84	34,4
Serbest olarak sezonluk		34	13,9
Serbest olarak tam zamanlı		45	18,4
Bir acentaya bağlı olarak sezonluk sözleşmeyle		35	14,3
Bir acentaya bağlı olarak tam zamanlı		46	18,9
TOPLAM		**244**	**100.0**
C) REHBERLERİN REHBERLİK DIŞINDA AKTİF OLARAK İKİNCİ BİR İŞLE MEŞGUL OLUP OLMAMALARINA GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
İkinci bir işle meşgul		92	37,7
İkinci bir işle meşgul değil		152	62,3
TOPLAM		**244**	**100.0**
D) REHBERLERİN FİİLEN REHBERLİK YAPTIKLARI SÜRELERE GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
2 yıldan az		31	12,4
2-5 yıl		52	20,8
6-9 yıl		62	24,8
10-13 yıl		41	16,4
14-17 yıl		31	12,4
18 yıl ve üzeri		33	13,2
TOPLAM		**250**	**100.0**
E) REHBERLERİN KOKARTLARINI ALDIKLARI YILLARA GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
2000 yılı ve sonrası		70	28,3
1995-1999 yılları arasında		79	32,0
1990-1994 yılları arasında		40	16,2
1985-1989 yılları arasında		25	10,1
1980-1984 yılları arasında		15	6,1
1980 yılı ve öncesi		18	7,3
TOPLAM		**247**	**100**
F) REHBERLERİN TURLARINA TUR LİDERİ VE UZMAN REHBER KATILIP KATILMAMASINA GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
Tur Lideri	Hiç katılmıyor	65	26,0
	Nadiren katılıyor	153	61,2
	Sıklıkla katılıyor	23	9,2
	Sürekli katılıyor	9	3,6
TOPLAM		**250**	**100**
Uzman Rehber	Hiç katılmıyor	218	88,6
	Nadiren katılıyor	24	9,8
	Sıklıkla katılıyor	3	1,2
	Sürekli katılıyor	1	0,4
TOPLAM		**244**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Tablo 3.5 (Devam)

G) REHBERLERİN ÇIKTIKLARI TURLARIN ORTALAMA SÜRESİNE VE GENELDE TURA ÇIKTIKLARI GRUPLARIN BÜYÜKLÜĞÜNE GÖRE DAĞILIMI		Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Çıkılan Turların Ortalama Süresi	1gün ve daha kısa süreli	30	12,7
	2-5gün süreli	110	46,4
	6-9 gün süreli	73	30,8
	10 gün ve daha uzun süreli	24	10,1
TOPLAM		**237**	**100**
Genelde Tura Çıkılan Grupların Büyüklüğü	15 ve daha az kişiden oluşan gruplar	50	21,8
	16-20 kişiden oluşan gruplar	27	11,8
	21-25 kişiden oluşan gruplar	31	13,5
	26-30 kişiden oluşan gruplar	52	22,7
	31 ve daha fazla kişiden oluşan gruplar	69	30,1
TOPLAM		**229**	**100**
H) REHBERLERİN BİR YILDA ORTALAMA TURA ÇIKMA SIKLIĞINA GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
10 kez ve daha az		61	25,3
11-50 kez		90	37,3
51-100 kez		44	18,3
101 kez ve daha fazla		46	19,1
TOPLAM		**241**	**100**
I) REHBERLERİN AYNI ACENTA İLE ÇALIŞMA SÜRELERİNE GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
1 yıldan az		21	15,0
1-2 yıl arası		32	22,9
3-4 yıl arası		37	26,4
5 yıl ve daha fazla		50	35,7
TOPLAM		**114**	**100**
J) REHBERLERİN YURT DIŞINDA BULUNMUŞ OLUP OLMAMALARINA, GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
Yurt dışında bulunmuş		201	80,1
Yurt dışında bulunmamış		50	19,9
TOPLAM		**251**	**100**
K) YURTDIŞINDA BULUNMUŞ OLAN REHBERLERİN YURTDIŞINDA KALIŞ SÜRELERİNE GÖRE DAĞILIMI		**(n)**	**(%)**
1 yıldan az		42	25,8
1-2 yıl		22	13,5
3-4 yıl		25	15,3
5 yıldan fazla		74	45,4
TOPLAM		**163**	**100**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin rehberlik dışında aktif olarak ikinci bir işle meşgul olup olmamalarına göre dağılımlarına bakıldığında ise, %62,3'ünün ikinci bir işle meşgul olmadığı, %37,7'sinin ise ikinci bir işle meşgul olduğu görülmektedir (Tablo 3.5). Bu verilerden yola çıkarak, anketi cevaplayan rehberlerin çoğunun rehberlik mesleğini sürekli yaptığı ve ikinci bir iş olarak görmediği söylenebilir.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin fiilen rehberlik yaptıkları sürelere göre dağılımlarına bakıldığında: (a) %12,4'ü iki yıldan daha az bir süredir; (b) %20,8'i iki ile beş yıl arası; (c) %24,8'i altı ile dokuz yıl arası; (d) %16,4'ü 10 ile 13 yıl arası; (e) %12,4'ü 14 ile 17 yıl arası; (f) %13,2'si ise 18 yıl ve daha fazla süreden beri rehberlik yaptıkları görülmektedir. Bu verilere dayanarak, rehberlerin yaklaşık %67'sinin altı yılın üzerinde turist rehberliği yaptıkları söylenebilir.

Ankete katılan turist rehberlerinin %28,3'ü turist rehberliği belgesini (kokartını) 2000 yılı ve sonrasında aldığını, %32'si 1995-1999 yılları arasında, % 16,2'si 1990-1994 yılları arasında, %10,1'i 1985-1989 yılları arasında, %6,1'i 1980-1984 yılları arasında, %7,3'ü de 1980 yılı ve öncesinde aldığını belirtmişlerdir. 1995 yılı ve sonrasında kokart almış olan turist rehberlerinin sayısının fazla olmasının sebebi, bu yıldan itibaren hem Turizm Bakanlığı'nın kurs açmaya devam etmesi, hem de üniversitelerin lisans ve önlisans düzeyindeki turist rehberliği bölüm ve programlarının mezun vermeye başlamış olması ile ilişkilendirilebilir.

Ankete cevap veren rehberlerin %26'sı turlarına tur liderinin hiç katılmadığını, %61,2'si nadiren katıldığını, %9,2'si sıklıkla katıldığını, %3,6'sı ise sürekli katıldığını belirtmiştir. Bu sonuçlar, Türkiye'de tur düzenleyen işletmelerin ayrıca bir tur lideri görevlendirerek maliyetlerini arttırmak istemediklerini ve tur liderinin yetki ve sorumluluklarını rehberlere vermeyi tercih ettiklerini gösterebilmektedir. Turlara uzman rehberlerin katılma oranları ise çok daha düşüktür. Ankete cevap veren rehberlerin sadece %1,6'sı turlarına sıklıkla veya sürekli olarak uzman rehber katıldığını belirtmiştir. Rehberlerin %9,8'i turlarına uzman rehberlerin nadiren katıldığını belirtirken, %88,6'sı ise hiç katılmadığını belirtmiştir.

Ankete katılan rehberlerin yaklaşık %13'ü genellikle bir günlük turlara rehberlik yaparken, %46'sı rehberlik yaptıkları turların iki ile beş gün arasında değiştiğini, yaklaşık %31'i altı ile dokuz gün arasında oluğunu, %10'u da 10 gün ve daha uzun süreli turlar olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre, ankete cevap veren turist rehberlerinin en sık çıktıkları tur tipleri, genellikle iki ile beş gün arasında ve altı ile dokuz gün arasında olan turlardan oluşmaktadır.

Ankete katılan rehberlerin genelde tura çıktıkları grup büyüklüklerine bakıldığında ise, %30,1'inin 31 ve daha fazla kişiden oluşan kalabalık gruplarla çalıştığı, %22,7'sinin 26

ile 30 kişiden oluşan gruplarla, %13,5'inin 21 ile 25 kişiden oluşan gruplarla, %11,8'inin ise 16 ile 20 kişiden oluşan gruplarla ve %21,8'inin de 15 ve daha az kişiden oluşan gruplarla çalıştıkları görülmektedir.

Araştırma bulgularının bir diğeri, ankete katılan turist rehberlerinin bir yılda ortalama tura çıkma sıklıkları ile ilgilidir. Turist rehberlerinin %25,3'ü bir yılda ortalama 10 defa veya altında bir sayıda, %37,3'ü 11 ile 50 defa arasında bir sayıda, %18,3'ü 51 ile 100 defa arasında bir sayıda, %19,1'i ise 100 defa veya üzerinde bir sayıda tura çıktıklarını belirtmektedirler. Bu sonuçlar, ankete cevap veren turist rehberlerinin tura çıkma sıklıklarının genel olarak yüksek olduğunu göstermektedir. Ankete cevap veren turist rehberlerinin tura çıkma sıklıklarının yüksek olması, bu kişilerin turist rehberliği mesleğini fiilen yoğun bir şekilde yerine getirdikleri anlamına gelir ki, bunun da mevcut çalışmanın sağlıklı sonuçlara ulaşması açısından önemli olduğu söylenebilir.

Ankete cevap veren turist rehberlerin aynı acenta ile çalışma sürelerine bakıldığında, yaklaşık %36'sının beş yıl ve daha fazla bir süredir, %26'sının üç ile dört yıldır, yaklaşık %23'ünün bir ile iki yıldır, %15'inin ise bir yıldan az bir süredir aynı acentayla çalıştığı görülmektedir. Ankete cevap veren turist rehberlerinin yaklaşık %62'sinin üç yıl ve daha uzun bir süredir aynı acenta ile sürekli çalışmakta olmaları, bu kişilerin istikrarlı bir şekilde turist rehberliği mesleğini icra ettikleri şeklinde yorumlanabilir, bunun da mevcut çalışmanın istikrarlı ve güvenilir sonuçlar elde etmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin %80 gibi büyük bir bölümünün en az bir kez yurt dışında bulunduğu, %20'lik bir bölümünün ise yurt dışında hiç bulunmadıkları yine Tablo 3.5'de görülmektedir. Yurt dışında bulunmuş olan turist rehberlerinin %45,4 gibi önemli sayılabilecek bir bölümü beş yıl ve üzerinde yurt dışında yaşadıklarını beyan ederken, %15,3'ü 3 ile 4 yıl arasında, %13,5'i bir ile iki yıl arasında, %25,8'lik bir bölüm ise bir yıldan daha az bir süre yurt dışında bulunduklarını belirtmektedirler. Ankete cevap veren turist rehberlerinin önemli sayılabilecek bir kısmının üç yıl ve üzeri bir sürede yurt dışında yaşamış olmalarının, kendi kültürlerinin dışındaki kültürleri daha iyi tanımalarına ve anlamalarına olumlu katkılar sağlayacağı ve turist rehberliği mesleğini icra ederken insan ilişkilerinde pek sıkıntıya girmeyecekleri düşüncesine bizi yöneltmektedir.

3.2.2. Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Yönetsel Rol ve Sorunlarına İlişkin Bulgular

Bu başlık altında, ankete cevap veren turist rehberlerinin tur esnasında *planlama*, *örgütleme*, *yöneltme ve etkileme*, *koordinasyon* ve *kontrol* gibi yönetimin fonksiyonları açısından yerine getirdikleri roller ile tur esnasında yönetimin belirtilen bu beş fonksiyonu açısından karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırma bulguları tablolar halinde özetlenecek ve yorumlanacaktır.

3.2.2.1. Turist Rehberlerinin Planlama Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar

Bu başlık altında, yönetimin planlama fonksiyonu açısından turist rehberlerinin paket turların gerçekleşmesi esnasındaki rolleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırmanın elde edilen birincil verileri değerlendirilmektedir.

3.2.2.1.1. Seyahat Acentası veya Tur Operatörünce Yapılan Genel Tur Planlama Sürecine Turist Rehberlerinin Katılımı

Tablo 3.6'da görüldüğü üzere, ankete katılan rehberlerin %31,5'i seyahat acentası veya tur operatörünce yapılan genel tur planlaması sürecine hiç katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sürece bazen katıldığını belirten rehberlerin oranı %30,7 iken, nadiren katıldığını belirten rehberlerin oranı %25,7, çok sık katıldığını belirten rehberlerin oranı ise %12'dir.

Tablo 3.6 Seyahat Acentası veya Tur Operatörünce Yapılan Genel Tur Planlama Sürecine Turist Rehberlerinin Katılım Durumu

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Hiç katılmıyorum	76	31,5
Nadiren katılıyorum	62	25,7
Bazen katılıyorum	74	30,7
Çok sık katılıyohrum	29	12,0
TOPLAM	**241**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Bu sonuçlara göre, seyahat acentası veya tur operatörünce yapılan genel tur planlama sürecine turist rehberlerin katılım sıklığı oldukça düşük görülmektedir. Ankete cevap

veren turist rehberlerinin sadece %12'lik gibi küçük bir bölümünün bu sürece çok sık katıldığını belirtmesi, her ne kadar %56,4'lük bir kısım nadiren veya bazen genel tur planlama sürecine katıldıklarını belirtseler de, seyahat acentaları veya tur operatörlerinin rehberlerden bu konuda yeteri kadar yararlanamadıkları şeklinde değerlendirilebilir.

Bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı bağımsız değişkeni ile seyahat acentaları veya tur operatörlerince yapılan genel tur planlama sürecine turist rehberlerinin katılma durumları arasında uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonucunda anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 3.7'deki sıra numaraları ortalamalarından da anlaşılabildiği üzere, bir yılda ortalama çıktığı tur sayısı 50 ve altında bir sayıda olan turist rehberleri, bir yılda ortalama çıktığı tur sayısı 50'nin üzerinde bir sayıda olan turist rehberlerine göre genel tur planlama sürecine daha az katılmaktadırlar. Bu durumda, çok sık tura çıkmayan turist rehberlerinin acentalar tarafından tur planlamasında birer danışman olarak tercih edilmediği yönünde bir değerlendirme yapılabilir. Genel tur planlaması sürecine katılan turist rehberlerinin, ya seyahat acentaları ve tur operatörlerinin sürekli çalışanı ya da çok sık turlara çıkan turist rehberlerinin turun düzenlendiği destinasyon ile turistlerin talep ve eğilimlerini iyi bilen tecrübeli rehberler oldukları söylenebilir.

Tablo 3.7 Turist Rehberlerinin Tura Çıkma Sıklıkları ile Genel Tur Planlama Sürecine Katılma Sıklıklarının Karşılaştırılması

İFADELER	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Seyahat acentaları ve tur operatörlerince yapılan genel tur planlama sürecine turist rehberlerinin katılma durumu	50 ve altında bir sayıda	108,79	5153	15884	-2,099	0,036†
	50'nin üzerinde bir sayıda	127,15				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

3.2.2.1.2. Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Gruptaki Turistlerin Kişisel Özellikleri Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri

Tablo 3.8'deki mod (en sık tekrar eden değer, tepe değer), medyan (ortanca değer) ve aritmetik ortalama gibi merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alınarak bir değerlendirme yapılacak olunursa, seyahat acentalarının rehberlik hizmeti verilecek olan gruptaki kişilerin "milliyetleri hakkında" (3,2591), "geldikleri ülkeler hakkında" (3,1538) ve "cinsiyetleri hakkında" (2,7692) rehberlere yeterli bilgi verdikleri söylenebilir. Ankete cevap veren turist rehberlerine göre seyahat acentalarının rehberlik hizmeti verilecek olan gruptaki turistlerin kişisel özellikleri hakkında bilgi vermede yetersiz oldukları konular ise sırasıyla şöyledir; "ortalama eğitim düzeyleri hakkında" (1,6872), "ilgi alanları hakkında" (1,7336), "meslekleri hakkında" (1,7541), "gelir düzeyleri hakkında" (1,9076) ve "ortalama yaşları hakkında" (2,0968).

Tablo 3.8 Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Gruptaki Turistlerin Kişisel Özellikleri Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Ortalama yaşları hakkında bilgi vermede	248	2	2	2,0968	0,8809	4
2. Ortalama eğitim düzeyleri hakkında bilgi vermede	243	2	1	1,6872	0,6990	8
3. Cinsiyetleri hakkında bilgi vermede	247	3	3	2,7692	0,9058	3
4. Meslekleri hakkında bilgi vermede	244	2	2	1,7541	0,7236	6
5. İlgi alanları hakkında bilgi vermede	244	2	2	1,7336	0,7417	7
6. Gelir düzeyleri hakkında bilgi vermede	238	2	2	1,9076	0,8008	5
7. Milliyetleri hakkında bilgi vermede	247	3	3	3,2591	0,7688	1
8. Geldikleri ülkeler hakkında bilgi vermede	247	3	3	3,1538	0,8169	2

Ölçek Değerleri: 1=Tamamen Yetersiz, 2=Yetersiz, 3=Yeterli, 4=Tamamen Yeterli.

Bu bilgiler, rehberin grubu daha iyi tanıyabilmesi ve gruptaki kişilerin ilgi, tercih ve beğenileri doğrultusunda planlama yapıp hizmet verebilmesi açısından gerekli olan bilgilerdir. Seyahat acentalarının bu konuda hassas davranması ve turist rehberlerine bilgi vermesi, turist rehberlerinin daha ayrıntılı olarak turistlerin ihtiyaçlarına yönelik olan uygun planlama yapmasına imkan tanıyacağı gibi, bu sayede turist memnuniyetini de arttırabilecektir.

3.2.2.1.3. Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Turun Ayrıntıları Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri

Ankete cevap veren turist rehberlerinin, seyahat acentalarının rehberlik hizmeti verilecek olan turun ayrıntıları hakkında turist rehberlerine bilgi verme yeterlilikleri hakkındaki değerlendirmeleri Tablo 3.9'da özetlenmiştir. Tablodaki merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamalarına göre, seyahat acentaları rehberlik hizmeti verilecek olan turun ayrıntılarıyla ilgili "grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler hakkında" bilgi vermede yetersiz kaldıkları görülmektedir (2,2339). Seyahat acentalarının rehberlik hizmeti verilecek olan turla ilgili turist rehberlerine "turun güzergahı hakkında" (3,3175), "kalınacak konaklama işletmesi(leri) hakkında" (3,1935) ve "gidilecek hediyelik eşya işletmesi(leri) hakkında" (3,0163) bilgi vermede ise tamamen yeterli veya yeterli oldukları söylenebilir.

Grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler hakkında turist rehberlerine yeterli bilginin verilmemesi, turist rehberlerinin tur süresince karşılaşacakları bazı sorunları öngörememeleri ve hazırlıklr olamamalarına sebep olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, turist rehberlerinin yaptıkları günlük tur planları esnek özellik taşısa bile, böyle bir durumda uygulanabilirliği azalabilecektir.

Tablo 3.9 Seyahat Acentalarının Rehberlik Hizmeti Verilecek Olan Turun Ayrıntıları Hakkında Bilgi Verme Yeterlilikleri

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Turun güzergahı hakkında bilgi vermede	252	3	3	3,3175	0,6517	1
2. Kalınacak konaklama işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede	248	3	3	3,1935	0,7048	2
3. Gidilecek yiyecek-içecek işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede	250	3	3	2,9880	0,7630	4
4. Gidilecek eğlence işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede	250	3	3	2,8600	0,7968	6
5. Gidilecek hediyelik eşya işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede	246	3	3	3,0163	0,8029	3
6. Grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler hakkında bilgi vermede	248	2	2	2,2339	0,8209	8
7. Gruptan erken ayrılacaklar hakkında bilgi vermede	248	3	3	2,8185	0,7710	7
8. Ulaşım aracı veya araçları hakkında bilgi vermede	252	3	3	2,9643	0,7215	5

Ölçek Değerleri: 1=Tamamen Yetersiz, 2=Yetersiz, 3=Yeterli, 4=Tamamen Yeterli.

3.2.2.1.4. Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Hazırladıkları Günlük Zaman Planlamasında Dikkate Aldıkları Faktörler ve Önem Dereceleri

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur öncesi yaptıkları günlük zaman kullanımına yönelik yaptıkları planlamada dikkate aldıkları faktörler ve bunların önem dereceleri Tablo 3.10'da verilmiştir. Tabloda yer alan merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alınarak bir değerlendirme yapıldığında, verilen faktörlerin hepsinin anketi cevaplayan turist rehberlerince günlük zaman kullanımına yönelik yapılan planlamada önemli görüldüğü söylenebilir. Ancak, faktörlerin önem derecelerinin aritmetik ortalama değerlerine göre bir değerlendirme yapılacak olunursa, en önemli görülen faktörün "hava şartları" (3,3871), ikinci sırada "ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyi" (3,3862), üçüncü sırada "yol durumu" (3,3790), dördüncü sırada "aracın türü ve ortalama hızı" (3,1727), son olarak ise "gruptaki kişi sayısı"nın (3,1093) yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3.10 Tur Öncesi Yapılan Günlük Zaman Kullanımına Yönelik Planlamada Dikkate Alınan Faktörlerin Önem Dereceleri

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Gruptaki kişi sayısı	247	3	3	3,1093	0,7491	5
2. Aracın türü ve ortalama hızı	249	3	3	3,1727	0,6586	4
3. Yol durumu	248	3	3	3,3790	0,5704	3
4. Hava şartları	248	3	3	3,3871	0,6196	1
5. Ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyi	246	3	3	3,3862	0,6004	2

Ölçek Değerleri: 1=Hiç Önemli Değil, 2=Önemli Değil, 3=Önemli, 4=Çok Önemli.

Hava şartlarının günlük zaman planlamasında en önemli faktör olarak görülmesinin sebebi, tur aracının hızını ve turistik çekim merkezlerine ulaşım sürelerini etkileyecek en önemli etken olmasından kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca, ülkemizde müzeler dışında gezip görülen yerlerin tamamı açık havada olduğundan, hava şartları gezip görme süresini de doğrudan etkileyebilmektedir. Gruptaki kişi sayısının, önem derecelerine göre son sırada bulunmasının nedeni ise, bu faktörün yapılan planlamayı çok fazla etkilememesi olarak gösterilebilir. Küçük bir grubun sağlayacağı zaman tasarrufu sadece araca iniş ve binişlerde ve fiziksel altyapısı yetersiz mola yerlerinde fark

oluşturabilir. Tasarruf edilebilecek zaman ise 5 ile 10 dakika ile sınırlı kalabilmektedir. Bu nedenle, grupta bulunan kişi sayısı, turist rehberlerinin tur öncesi günlük zaman planlaması yapmalarında pek önemli görülmüyor olabilir.

3.2.2.1.5. Turist Rehberlerinin Tur Öncesinde Planlama Yaparken Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyleri

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur öncesinde planlama yaparken bazı konularda bilgi bulmadaki zorlanma düzeyleri Tablo 3.11'de verilmiştir. Bu tabloda yer alan merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları göz önünde bulundurulduğunda, turist rehberlerinin bilgi bulmada, kısmen de olsa, en çok zorlandıkları alanın "gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşulları ile ilgili" (2,6770) olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3.11 Turist Rehberlerinin Tur Öncesinde Planlama Yaparken Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyleri

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Ziyaret edilecek müze ve ören yerleri hakkında bilgi bulmada	223	2	2	1,7937	0,6661	11
2. Yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	228	2	2	2,2325	0,7703	5
3. Gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi bulmada	231	2	2	2,1818	0,7113	6
4. Gidilecek bölgedeki animasyon ve eğlence işletmeleri hakkında bilgi toplamada	229	2	2	2,1528	0,7122	8
5. Gidilecek bölgede konaklama yapılacak işletmeler hakkında bilgi bulmada	231	2	2	1,8528	0,5934	10
6. Gidilecek bölgenin ayrıntılı haritasına ulaşmada	234	2	2	2,1538	0,8142	7
7. Gidilecek bölgenin güvenliğiyle ilgili bilgilere ulaşmada	215	2	3	2,3860	0,7518	2
8. Gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşullarıyla ilgili bilgilere ulaşmada	226	3	3	2,6770	0,7928	1
9. Gidilecek bölgede uzman rehberlere ulaşmada	193	2	2	2,3627	0,7590	3
10. Yol durumu hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	229	2	2	2,2358	0,7233	4
11. Hava durumu hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	236	2	2	1,9110	0,6363	9

Ölçek Değerleri: 0=Bu Tür Bilgiye İhtiyacım Olmuyor, 1=Çok Kolay, 2=Kolay, 3=Zor, 4=Çok Zor.

Rehberlerin bulmada çok fazla zorlanmadıkları, ancak çok da kolay bulamadıkları bilgiler ise sırasıyla şunlardır: "gidilecek bölgenin güvenliğiyle ilgili bilgiler" (2,3860), "gidilecek bölgede uzman rehberlere ulaşma" (2,3627), "yol durumu hakkında yeterli bilgi" (2,2358), "yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgi" (2,2325), "gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi" (2,1818), "gidilecek bölgenin ayrıntılı haritasına ulaşma" (2,1538) ve "gidilecek bölgedeki animasyon ve eğlence işletmeleri hakkında bilgi" (2,1528). Anketi cevaplayan turist rehberlerinin en kolay bulabildiklerini belirttikleri bilgiler de "ziyaret edilecek müze ve ören yerleri hakkında bilgi" (1,7937), "gidilecek bölgede konaklama yapılacak işletmeler hakkında bilgi" (1,8528) ve "hava durumu hakkında yeterli bilgi" (1,9110) olarak sıralanabilir.

Gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşullarıyla ilgili bilgiler hakkında herhangi bir yayının bulunmaması, bulunsa bile yeterli ve güncel bilgilerin burada yer almaması, turist rehberlerinin bu konuda bilgi bulmada zorlanmalarının temel sebebi olabilir. Ayrıca, gidilecek bölgenin güvenliği, yol durumu, mola yerleri, ayrıntılı haritası, bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri ve uzman rehberler hakkında da düzenli ve sınıflandırılmış bilgelere ulaşabilmek her zaman kolay olmayabilmektedir. Bu konularla ilgili ayrıntılı bilgilerin yer aldığı bilgi kaynaklarının arttırılması ve yaygın hale getirilmesi turist rehberlerinin tur öncesi planlama yapmalarını kolaylaştırabilecektir.

Turist rehberlerinin fiilen rehberlik yaptıkları süre ile tur öncesinde planlama yaparken bilgi bulmada zorlandıkları konularla ilgili zorlanma düzeyleri arasında yapılan *Kruskal-Wallis* farklılık testi sonuçları Tablo 3.12'de özetlenmiştir. Sadece anlamlı farklılık gösteren konulara tabloda yer verilmiş olup, anlamlı farklılık bulunmayan konular tabloya dahil edilmemiştir.

Tablo 3.12'de yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, "yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgiye ulaşmada" ve "gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi bulmada" en çok zorlanan turist rehberlerinin fiilen beş yıldan az rehberlik yapanlar olduğu anlaşılmaktadır. Yine aynı tablodan, fiilen 6 ile 13 yıl arasında rehberlik yapan turist rehberlerinin bu konularda bilgi bulmada daha az zorlandıkları görülürken, en az zorlanan turist rehberlerinin ise fiilen 14 yıldan fazla süredir rehberlik yapanların olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, turist rehberlerinin

meslekte çalışma sürelerinin artmasıyla doğru orantılı olarak tecrübelerinin de arttığı ve bu bilgilere ulaşmada daha az zorlandıkları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3.12 Tura Başlamadan Önce Planlama Yaparken Bazı Konularda Bilgi Bulmada Zorlanma Düzeyinin, Fiilen Rehberlik Yapılan Süreye Göre Karşılaştırılması

İFADELER	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	5 yıldan az	6-13 yıl	14 yıldan fazla	X^2	*s.d.*	*P*
Yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgiye ulaşmada	127,25	107,36	100,93	7,217	2	0,027†
Gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi bulmada	127,01	109,61	103,12	5,985	2	0,050†

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

3.2.2.2. Turist Rehberlerinin Örgütleme Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar

Bu başlık altında, yönetimin örgütleme fonksiyonu açısından turist rehberlerinin paket turların gerçekleşmesi esnasındaki rolleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırmanın elde edilen birincil verileri değerlendirilmektedir.

3.2.2.2.1 Tur Öncesinde Turistlerin Tur ile İlgili Ayrıntılı Olarak Bilgilendirilmesi

Tablo 3.13'de ankete katılan turist rehberlerinin neredeyse tamamının (%99,1) tura başlamadan önce turistlere (otobüste veya otelde) tur hakkında ayrıntılı bilgi verdikleri görülmektedir. Bu tür bilgi vermeyen rehberlerin oranı ise sadece %0,9'dur. Tur hakkında turistlere ön bilgi vermek, turist rehberlerinin tur esnasında örgütleme yapabilmeleri için önemli bir adım olarak görülmelidir. Bu bilgilerin, anketi cevaplayan turist rehberlerinin hemen hemen hepsi tarafından verilmesi, konunun çok ciddi bir şekilde ele alındığını ve ihmal edilmediğini göstermektedir.

Tablo 3.13 Tura Başlamadan Önce Turistlere (Otobüste veya Otelde) Tur Hakkında Ayrıntılı Bilgi Verip Vermemesi

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet veriyorum	224	99,1
Hayır vermiyorum	2	0,9
TOPLAM	**226**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

3.2.2.2.2 Tur Öncesinde Turistlere Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Konulara Göre Dağılımı

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tura öncesinde turistlere yönelik yaptıkları bilgilendirme sıklıklarının konulara göre dağılımı Tablo 3.14'de verilmiştir. Bu tabloda yer alan merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alındığında, turist rehberlerinin en sık bilgi verdikleri konular sırasıyla şunlardır; "tur güzergahıyla ilgili bilgi" (3,9190), "ülke veya bölge halkıyla ilişkiler hakkında bilgi" (3,6505), "fotoğraf ve video çekimi ile ilgili bilgiler" (3,6324), "değerli eşyaların muhafazası konusunda bilgi" (3,6117) ve "telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgiler" (3,5024). Turist rehberlerinin bazen veya nadiren verdikleri bilgiler ise şöyle sıralanabilir; "hediyelik eşya alımıyla ilgili bilgiler" (3,4493), "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgiler" (3,3835), "sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgiler" (3,2500), "acil durumlarda yapılması gerekenler ile ilgili bilgiler" (3,0098), "rehberin tur esnasındaki görev, yetki ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi" (2,9660) ve "sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi" (2,8856).

Örgütleme sürecinde ilk yapılması gereken şey, "başarılması gereken işlerin belirlenmesi" (Can 1991) olduğuna göre, tur güzergahıyla ilgili bilgilerin turist rehberleri tarafından en sık verilmesinin sebebi, turda "başarılması gereken işlerin" turist grubuna önceden aktarma ihtiyacından kaynaklandığı söylenebilir. Örgütleme, aynı zamanda bir "düzen ve düzenleme" olduğu için, amaçlara ulaşırken kimin ne yapması veya yapmaması gerektiğini belirlemek ve bu konuda bilgi vermek bir

yöneticinin görevidir. Turist rehberlerinin de, ülke veya bölge halkıyla ilişkiler, fotoğraf ve video çekimi, değerli eşyaların muhafazası ve telefon, posta ve diğer iletişim imkanları hakkında çok sık bilgi vermelerin, turist rehberlerin görevlerinin önemli bir gereğinden kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 3.14 Tura Başlamadan Önce Turistlere Yönelik Yapılan Bilgilendirmede Konulara Göre Bilgilendirme Sıklığı

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Tur güzergahıyla ilgili bilgi verilmesi	210	4	4	3,9190	0,3217	1
2. Rehberin tur esnasındaki görev, yetki ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi verilmesi	206	3	3	2,9660	0,8965	10
3. Sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi verilmesi	201	3	3	2,8856	0,9066	11
4. Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilerin sunulması	206	3,5*	4	3,3835	0,6939	7
5. Değerli eşyaların muhafazası konusunda bilgilerin verilmesi	206	4	4	3,6117	0,7222	4
6. Acil durumlarda ne yapılması gerektiği ile ilgili bilgilerin verilmesi	204	3	4	3,0098	0,9311	9
7. Telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgilerin verilmesi	205	4	4	3,5024	0,7114	5
8. Ülke veya bölge halkıyla ilişkiler hakkında bilgilerin açıklanması	206	4	4	3,6505	0,6433	2
9. Sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgilerin verilmesi	204	3	4	3,2500	0,8312	8
10. Hediyelik eşya alımıyla ilgili bilgilerin verilmesi	207	4	4	3,4493	0,6870	6
11. Fotoğraf ve video çekimi ile ilgili bilgilerin verilmesi	204	4	4	3,6324	0,6784	3

* Birden fazla ortanca değer bulunmaktadır.

Ölçek Değerleri: 1=Hiçbir Zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Çok Sık.

Rehberlik hizmeti verilen gruplardaki kişi sayısı ile tur öncesinde turist rehberlerinin turistleri bilgilendirme sıklıkları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını ölçmek için uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonuçları tablo 3.15'de verilmiştir.

Tabloda yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, genellikle 21 ve daha fazla kişiden oluşan gruplarla çalışan rehberlerin "sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgileri", "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgileri" ve "sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgileri" daha sık verdikleri görülmektedir. Genellikle 20 ve daha az kişiden oluşan gruplarla çalışan rehberlerin ise,

belirtilen bu konularda bilgi verme sıklıkları daha düşüktür. Yirmi kişinin altındaki gruplara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin "sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgileri" ve "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgileri" daha nadir vermesi, küçük gruplarda oluşan samimi ortamdan kaynaklanıyor olabilir. "Sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgilerin" küçük gruplarda daha nadir verilmesi ise, ancak rehberlerin ihmalkarlığı olarak yorumlanabilir. Diğer konularda yapılan bilgilendirme sıklıklarında, genellikle çalışılan gruplardaki kişi sayısı açısından anlamlı bir farklılık bulunmadığından, bunlara tabloda yer verilmemiştir.

Tablo 3.15 Turist Rehberlerinin Turistleri Bilgilendirme Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Gruplardaki Kişi Sayısına Göre Karşılaştırması

İFADELER	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Gruplardaki kişi sayısı	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi verilmesi	20 kişi ve daha az	80,18	3094	5372	-2,239	0,025†
	21 kişi ve üzeri	97,36				
Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilerin sunulması	20 kişi ve daha az	83,06	3316	5731	-2,145	0,032†
	21 kişi ve üzeri	98,91				
Sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgilerin verilmesi	20 kişi ve daha az	82,72	3279	5625	-2,065	0,039†
	21 kişi ve üzeri	98,23				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.16'da, rehberlik hizmeti verilen turların ortalama süresi ile tur öncesinde turistleri bazı konularda bilgilendirme sıklıkları arasında anlamlı farklılar olup olmadığını ölçmek amacıyla uygulanan *Mann-Whitney U* testi sonucunda anlamlı farklılıklar bulunan faktörlere yer verilmiştir.

Tablo 3.16 Tura Başlamadan Önce Turistlere Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması

İFADELER		Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)				
	Çıkılan turların ortalama süresi	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilerin sunulması	5 gün ve daha az	89,21	3562	10348	-2,480	0,013†
	6 gün ve üzeri	107,63				
Telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgilerin verilmesi	5 gün ve daha az	89,11	3578	10248	-2,606	0,009*
	6 gün ve üzeri	107,53				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tabloda yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, ortalama altı gün ve daha çok süren turlara çıkan turist rehberlerinin "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgileri" ve "telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgileri" daha sık verdikleri görülmektedir. Rehberlik hizmeti verdikleri turların ortalama süresi genellikle beş gün ve daha az olan turist rehberlerinin ise, belirtilen bu konularda bilgi verme sıklıkları daha düşüktür. Bu durum, altı gün ve daha uzun süreli turlarda, uzun süreli bir birliktelik söz konusu olduğundan dolayı, "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilere" daha fazla ihtiyaç duyulduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca, bu tür uzun süreli turlarda turistlerin evden uzakta kalma süresi de uzadığı için, "telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgilerin" turist rehberleri tarafından verilme sıklığının arttığı söylenebilir.

3.2.2.2.3. Tur Öncesinde Tur Aracı Sürücüsüne (ve Varsa Muavine) Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Konulara Göre Dağılımı

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur öncesinde tur aracının sürücüsüne (ve varsa muavinine) yönelik yaptıkları bilgilendirme sıklıklarının konularına göre dağılımları Tablo 3.17'de verilmiştir. Bu tabloda yer alan merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alındığında, turist rehberlerinin en sık bilgi verdikleri konuların "sürücüye tur güzergahı ve ayrıntıları" (3,6480) ve "sürücü ve muavinin

turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında" (3,2073) olduğu görülmektedir. Turist rehberlerinin bilgi verme sıklıklarının düşük olduğu alanlar ise, "sürücü ve muavinin görev ve sorumluluklarını bildirme" (2,8648), "sürücü ve muavinin tur esnasında rehbere karşı göstermesi gereken davranışları hakkında" (2,7652) ve "tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme" (2,4752) olduğu yine Tablo 3.17'den görülmektedir.

Tablo 3.17 Tur Öncesinde Tur Aracı Sürücüsüne (ve Varsa Muavine) Yönelik Yapılan Bilgilendirme Sıklıklarının Konulara Göre Dağılımı

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Sürücüye tur güzergahı ve ayrıntıları hakkında bilgi verme	250	4	4	3,6480	0,6432	1
2. Sürücü ve muavinin tur esnasında rehbere karşı göstermesi gereken davranışları hakkında bilgi verme	247	3	3	2,7652	0,9115	4
3. Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	246	3	4	3,2073	0,8486	2
4. Sürücü ve muavinin görev ve sorumluluklarını bildirme	244	3	3	2,8648	0,9175	3
5. Tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme	242	3	3	2,4752	1,0670	5

Ölçek Değerleri: 1=Hiçbir Zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Çok Sık.

Sürücülerin görevleri gereği en önemli ve gerekli bilgi olması nedeniyle tur güzergahı hakkında turist rehberleri tarafından sıklıkla bilgi verilmektedir. Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında da turist rehberlerinin sık bilgi vermesi, sürücülerin çoğunun bu konudaki bilgi ve eğitim yetersizliklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Rehberlerin tip paylaşımıyla ilgili ilkeler hakkında nadiren bilgi vermesi ise, bu konuda oturmuş bir geleneğin olduğunun işareti olarak algılanabilir.

Turist rehberlerinin tur öncesi tur aracının sürücüsüne (ve varsa muavinine) yönelik bilgi verme sıklıklarının, çıkılan turların ortalama süresi açısından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini değerlendirebilmek amacıyla uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonucunda anlamlı bulunan farklılıklar Tablo 3.18'de verilmiştir.

Tablo 3.18 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Tur Aracının Sürücüsüne (ve Varsa Muavinine) Yönelik Bilgi Verme Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Turların Ortalama Süresine Göre Karşılaştırılması

İFADELER		Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)				
	Çıkılan turların ortalama süresi	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	5 gün ve daha az	105,23	4897	14627	-3,373	0,001*
	6 gün ve üzeri	133,34				
Sürücü ve muavinin görev ve sorumluluklarını bildirme	5 gün ve daha az	109,11	5465,5	15056,5	-2,016	0,044†
	6 gün ve üzeri	126,23				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tabloda yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, ortalama altı gün ve daha uzun süreli turlara çıkan turist rehberlerinin "sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında" ve "sürücü ve muavinin görev ve sorumlulukları hakkında" daha sık bilgi verdikleri görülmektedir. Ortalama süresi beş gün ve daha kısa olan turlara çıkan turist rehberlerinin ise, belirtilen bu konularda bilgi verme sıklıklarının daha düşük olduğu Tablo 3.18'den anlaşılmaktadır.

Uzun süreli turlarda örgütlemeye olan ihtiyacın arttığı ve bu ihtiyacı karşılamaya yönelik, sürücünün (ve varsa muavinin) bilgilendirilmesinin daha da sıklaştığı görülmektedir. Özellikle, turizm taşımacılığında fazla tecrübesi olmayan sürücü ve muavinleri "turistlere karşı göstermeleri gereken davranışları" ve "görev ve sorumlulukları" ile ilgili önceden pek detaylı bilgilendirmemek, kısa süreli turlarda çok büyük sıkıntılar oluşturmayabilir. Ancak, bu durum, uzun süreli turlarda bir çok sorunun çıkmasına sebep olabilir.

Turist rehberlerinin tur öncesi tur aracının sürücüsünü ve varsa muavinini bilgilendirme sıklıklarını turist rehberlerinin yaş gruplarına göre karşılaştırmak amacı ile uygulanan *Kruskal-Wallis* farklılık testi sonuçlarına göre anlamlı farklılıklar gösteren faktörler Tablo 3.19'da verilmiştir.

Tablo 3.19 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Tur Aracının Sürücüsünü (ve Varsa Muavinini) Bilgilendirme Sıklıklarının Turist Rehberlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

İFADELER	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	30 Yaş ve Altı	31-45 Yaşları	46 Yaş ve Üzeri	X^2	*s.d.*	*P*
Sürücü ve muavinin tur esnasında rehbere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	111,10	121,34	155,86	12,169	2	0.002*
Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar hakkında bilgi verme	113,63	121,70	147,06	6,950	2	0,031†
Tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme	126,63	109,37	144,50	9,009	2	0,011†

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tabloda yer alan sıra numaraları ortalamalarına göre, 46 yaş ve üzerinde olan rehberler "sürücü ve muavinin tur esnasında rehbere karşı göstermesi gereken davranışlar", "sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar" ve "tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme" konularında kendilerinden daha genç olan meslektaşlarına göre çok daha sık bilgi vermektedirler. Bu konularda bilgi verme sıklığı 31 ile 45 yaş grubundaki rehberlerde az, 30 yaş ve altında olan rehberlerde ise en düşük seviyededir. Sadece "tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme" konusunda 30 yaş ve altında olan rehberler, 31 ile 45 yaş grubundaki meslektaşlarına göre daha sık bilgi vermektedirler.

Turist rehberlerinin, yaşlarının ilerlemesiyle mesleki tecrübelerinin artması, tur öncesinde sürücü ve muavine yönelik yukarıda belirtilen konularda yaptıkları bilgilendirme sıklığının artmasıyla sonuçlanabilmektedir. Bu konulardaki bilgilendirmede görülen artışın nedeni, daha olgun yaştaki turist rehberlerinin daha tedbirli davranmak istemelerinden kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca, genç yaştaki turist

rehberlerinin bu konularda daha az bilgi vermesi, genelde orta yaşlarda olan sürücülere göre daha az tur tecrübesine sahip olmalarından kaynaklanıyor olabilir.

3.2.2.2.4. Turist Rehberlerinin Tur Öncesinde Seyahat Acentalarından Tur Harcamaları için Aldıkları Avansın Kullanımına Yönelik Değerlendirmeleri

Ankete katılan turist rehberlerinin büyük bir bölümü (%77,7) tur öncesinde seyahat acentasından aldıkları avansın tur harcamaları için yeterli olduğunu belirtmişlerdir. Avansın yeterli olmadığını belirten rehberlerin oranı ise %22,3'dür (Tablo 3.20).

Tablo 3.20 Tura Başlamadan Önce Seyahat Acentasından Alınan Avansının Tur Harcamaları için Yeterliliği

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, oluyor	195	77,7
Hayır, olmuyor	56	22,3
TOPLAM	**241**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Seyahat acentalarının verdikleri avansın tur harcamaları için yeterli olması, turun sorunsuz sürdürülebilmesi için son derece önemlidir. Turist rehberlerinin %22,3'ünün aldıkları avansın yeterli olmadığını belirtesi, seyahat acentalarının bu konuda her zaman çok duyarlı olmadığı şeklide yorumlanabilir.

Turist rehberlerinin tur öncesi seyahat acentalarından aldıkları avansın tur harcamaları için yeterliliğinin turist rehberlerinin bir yılda ortalama tura çıkma sıklıklarına göre farklılık gösterip göstermediğini değerlendirebilmek için uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonucunda bulunan anlamlı farklılık Tablo 3.21'de verilmiştir.

Tablo 3.21 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Seyahat Acentalarından Aldıkları Avansın Tur Harcamaları için Yeterliliğinin Turist Rehberlerinin Bir Yılda Ortalama Tura Çıkma Sıklıklarına Göre Karşılaştırılması

İFADELER	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Tur başlamadan önce seyahat acentasından alınan avansın turda yapılan harcamalar için yeterliliği	50 kez ve daha az	126,04	5655,5	9660,5	-2.615	0,009*
	51 kez ve üzeri	108,54				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tabloda yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı 50 ve altında olan turist rehberlerinin aldıkları avansın yetmediğini belirttikleri görülmektedir. Tura çıkma sıklığı 50'nin üzerinde olan turist rehberinde ise bu oran daha düşüktür. Buradan çıkarılabilecek sonuç, daha sık tura çıkan turist rehberlerinin daha iyi bir bütçe yapıp, aldıkları avansı daha iyi kullandıkları yönündedir. Başka bir ifadeyle, daha sık tura çıkan turist rehberlerinin çıktıkları turlarda turun harcama kalemlerini daha iyi tahmin ettikleri ve ona göre seyahat acentasından avans aldıkları şeklinde yorumlanabilir. Bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı 50 ve altında olan turist rehberleri ise, ya turun tur esansında yapılabilecek ekstra harcamaları sağlıklı bir şekilde belirleyemiyor ve seyahat acentasından yeterli miktarda avans talep etmiyor olabilirler, ya da aldıkları yeterli miktardaki avansı rasyonel bir şekilde kullanamıyorlardır.

3.2.2.2.5. Turist Rehberlerinin Rutin Giderlerin Dışında Tur Esnasındaki Beklenmeyen Harcamalarının Seyahat Acentalarınca Karşılanma Durumu

Turist rehberlerinin tur esnasındaki rutin giderlerin dışında bazı beklenmeyen harcamalarının seyahat acentalarınca karşılanma durumuna yönelik yapmış oldukları değerlendirmede, ankete cevap veren turist rehberlerinin %53'ü karşılandığı yönünde bir değerlendirme yaparken, %47'si karşılanmadığını belirmişlerdir (Tablo 3.22).

Tablo 3.22 Turist Rehberlerinin Rutin Giderlerin Dışında Tur Esnasındaki Beklenmeyen Harcamalarının Seyahat Acentalarınca Karşılanma Durumu

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, karşılanıyor	133	53,0
Hayır, karşılanmıyor	118	47,0
TOPLAM	**251**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin yarıya yakınının seyahat acentalarından rutin giderlerin dışında tur esnasında bazı beklenmeyen harcamalar için belirli bir miktar para alamadığını belirtmesi, bu konuda seyahat acentalarının önemli bir bölümünün tedbirli davranmadığı şeklinde yorumlanabilir. Tur boyunca beklenmeyen bazı olayların (hastalık, kaza gibi) meydana gelmesi, turist rehberinin maddi yönden zor duruma düşmesine sebep olabilecektir. Ayrıca, gruptaki turistler arasında doğum günü ya da yıldönümü kutlayanların olması veya benzer özel durumlarda, seyahat acentasının ikramı olarak verilmek üzere bazı hediyelerin alınması gerekebilir. Bu tür durumlar için turist rehberinde bir miktar ekstra paranın bulunması ve bunun kullanılabilmesi, turist memnuniyetini arttırabileceği gibi, turist rehberinin de beklenmedik olaylarla baş etmesini kolaylaştırabilecektir.

3.2.2.2.6. Tur Sonrasında Belgelendirilen Harcamaların Turist Rehberlerince Seyahat Acentalarından Tahsil Edilip Edilmeme Durumu

Ankete cevap veren ve tur için seyahat acentasından avans alamadıklarını veya aldıkları avansın yeterli olmadığını belirten turist rehberlerinin büyük bir bölümü (%82,8), tur sonrasında belgelendirdikleri harcamaları seyahat acentasından tahsil edebildiklerini beyan etmişlerdir. Turist rehberlerinin %10,3'ü harcamalarını aldıkları avansla sınırladıklarını ve rutin harcamalar dışında harcama yapmadıklarını belirtirken, %6,9'u ise tur sonrasında belgelendirdikleri harcamaları tahsil edemediklerini belirtmişlerdir (Tablo 3.23).

Tablo 3.23 Tur Sonrasında Rutin Harcamalar Dışında Yapılan Harcamaların Turist Rehberlerince Seyahat Acentalarından Tahsil Edilme Durumu

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, tahsil edebiliyorum	98	82,8
Hayır, tahsil edemiyorum	8	6,9
Ekstra harcama yapmıyorum; harcamalarımı aldığım avans ile sınırlıyorum ve rutin giderlerin dışında harcamalarda bulunmuyorum	12	10,3
TOPLAM	**116**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Tur esnasında rutin giderlerin dışında önceden öngörülmeyen harcamalarının seyahat acentalarınca tur öncesi avans niteliğinde karşılanmadığını belirten turist rehberlerinin oranı düşük olsa da (%6,9), buradan anlaşılan o ki, sınırlı sayıda da olsa bazı seyahat acentalarının turist rehberlerine avans vermede ve tur esnasında önceden öngörülemeyen rutin harcamaların dışında yapılan harcamaları karşılamada pek dürüst davranmadıklarıdır.

Seyahat acentalarından avans alan ve bu avansın yeterli olmadığını belirten turist rehberlerinin bir bölümünün, harcamalarını aldıkları avansla sınırlaması ve rutin harcamalar dışında harcama yapmaması, yapılan ekstra harcamaların daha sonra tahsil edilemeyeceği kaygısından kaynaklanıyor olabilir. Bunun başka bir nedeni de, bu turist rehberlerinin kendilerini zora sokmak istememesi ve sadece onlardan yapılması istenen şeyleri yapmaları olabilir. Bu da, turist rehberlerinin tur esnasında karşılaştıkları birtakım olaylar karşısında esnek olmalarını engelleyerek, olumsuz müşteri memnuniyeti ile sonuçlanabilir.

3.2.2.3. Turist Rehberlerin Yöneltme ve Etkileme Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar

Bu başlık altında, yönetimin yöneltme ve etkileme fonksiyonu açısından turist rehberlerinin paket turların gerçekleşmesi esnasındaki rolleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırmanın elde edilen birincil verileri değerlendirilmektedir.

3.2.2.3.1. Turist Rehberlerinin Tura Katılan Turistler ile Sorun Yaşama Sıklıkları

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tura katılan turistler ile sorun yaşama sıklıkları Tablo 3.24'de özetlenmiştir.

Tablo 3.24 Turist Rehberlerinin Tura Katılan Turistler ile Sorun Yaşama Sıklıkları

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Gruba hitap etmede	241	1	1	1,4108	0,5998	8
2. Grup üyelerini birbiriyle kaynaştırmada	245	2	2	1,9633	0,7205	1
3. Grubu toparlamada	243	2	2	1,8642	0,7991	2
4. Grubun moralini yüksek tutmada	243	2	2	1,6996	0,6526	5
5. Grup üyelerini motive etmede	241	2	1	1,7012	0,6967	4
6. Grubun ilgisini belli bir noktaya odaklamada	238	2	1	1,7101	0,7320	3
7. Grubun rehberi takip etmesini sağlamada	242	1	1	1,5702	0,7153	7
8. Tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede	240	2	1	1,6208	0,6982	6

Ölçek Değerleri: 1=Hiçbir Zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Çok Sık.

Tablo 3.24'de verilen merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama değerleri dikkate alınarak bir değerlendirme yapılacak olunursa, turist rehberlerinin tabloda belirtilen durumların hiç birinde turistlere yönelik pek sık sorun yaşamadıkları söylenebilir. Aritmetik ortalama sıralamalarına bakıldığında ise, turist rehberlerinin nadiren de olsa sorun yaşadıkları durumlar şöyle sıralanabilir: "grup üyelerini birbiriyle kaynaştırmada" (1,9633), "grubu toparlamada" (1,8642), "grubun ilgisini belli bir noktaya odaklamada" (1,7101), "grup üyelerini motive etmede" (1,7012), "grubun moralini yüksek tutmada" (1,6996), "tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede" (1,6208), "grubun rehberi takip etmesini sağlamada" (1,5702) ve "gruba hitap etmede" (1,4108).

Bütün durumlara kıyasla, sorun yaşama sıklığı en fazla olduğu "grup üyelerini birbiriyle kaynaştırma" durumunda, turist rehberlerinin daha sık sorun yaşaması, gruplardaki kişilerin demografik özelliklerinin farklı olmasından kaynaklanıyor olabilir. Tur esnasında tura katılan bireylerin kültürel farklılıklarından kaynaklanan sorunları belirlemek amacıyla sorulan açık uçlu soruya turist rehberlerinin cevaben en fazla

yaşadıkları sorunun grup üyelerini birbiriyle kaynaştırmak olduğunu belirttikleri görülmektedir. Bu bağlamda, turist rehberlerinin grup üyelerini birbiriyle kaynaştırmada yaşadıkları sorunları en aza indirebilmek için, sosyal psikoloji ve özellikle grup psikolojisi konularında daha ayrıntılı bir eğitim görmeleri önerilebilir.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin turist rehberliği dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışıp çalışmama durumları ile turistlerle sorun yaşama sıklıkları arasında bir değerlendirme yapabilmek için uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonucunda anlamlı bulunan farklılıklar Tablo 3.25'de verilmiştir.

Tablo 3.25 Bazı Turist Rehberlerinin Tura Katılan Turistler ile Sorun Yaşama Sıklıklarının Ankete Cevap Veren Turist Rehberlerinin Turist Rehberliği Dışında Aktif Olarak İkinci Bir İşte Çalışıp Çalışmama Durumlarına Göre Karşılaştırılması

İFADELER	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Rehberlik dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışma durumu	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Grubu toparlamada	İkinci bir işte çalışanlar	128,99	5324,5	15909,5	-2,276	0,023†
	İkinci bir işte çalışmayanlar	109,72				
Tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede	İkinci bir işte çalışanlar	129,13	5035	15331	-2,683	0,007*
	İkinci bir işte çalışmayanlar	107,21				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.25'de yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, turist rehberliği dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışan turist rehberlerinin çalışmayanlara göre "grubu toparlamada" ve "tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede" daha sık sorun yaşadıkları görülmektedir. Turist rehberliği dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışan turist rehberlerinin bu sorunları daha sık yaşamaları, bu tür turist rehberlerinin ikinci bir iş yaparken turist rehberliği mesleğinden uzaklaşmaları ve turist rehberliğini boş zaman değerlendirme ve ek gelir elde etme amacıyla yapmalarından dolayı, kendilerini yeterince turist rehberliği işine odaklaştıramamalarından kaynaklanıyor olabilir.

3.2.2.3.2. Tur Esnasında Tura Katılan Bireylerin Kültürel Farklılıklarından Kaynaklanan Sorunlar

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tura katılan bireylerin kültürel farklılıklarından kaynaklanan sorunları belirlemek amacıyla sorulan açık uçlu soruya alınan cevaplardan anlaşıldığı üzere, bu sorunlar iki ana grupta toplanabilir: (a) bunlardan birincisi, turist grubunda farklı milliyetlerden kişilerin olması; ve (b) ikincisi ise, gruptaki kişilerin farklı demografik özelliklere sahip olması.

Tura katılan turist grubunda farklı milliyetlerden insanların olması, turist rehberinin çok önemli sorunlara karşılaşmasına sebep olabilmektedir. Turist rehberlerinin kendi ifadeleriyle özetlenecek olursa; "turistler arasında kaynaşma olmuyor", "kültürel farklılıktan dolayı, turistlerin eğlenme şekillerinde, ilgi alanlarında ve beklentilerinde farklılıklar oluyor". Örneğin, en sık bahsedilen sorunlardan biri, özellikle Kapadokya'da çok sık görülen Uzakdoğu'dan ve Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin bir arada bulunduğu gruplarda, Uzakdoğu'dan gelen turistlerin fotoğraf çekmek için çok daha fazla zaman istemesi ve anlatılan konular hakkında (örneğin, Hıristiyanlık) önbilgilerinin olmamasıdır. Ayrıca, farklı milliyetlerden turistlerin zamanlama konusunda gösterdikleri hassasiyet de farklı olduğundan, turist rehberleri uygun zaman kullanımını belirlemede sıkıntı çektiklerini belirtmektedirler.

Tura katılan turist grubundaki kişilerin farklı demografik özelliklere sahip olması, onların kültürel bazı farklılıklar taşımasına neden olabilmektedir. Bu farklılıklar ise, turist rehberi açısından bir çok sorunu beraberinde getirmektedir. Örneğin, eğitim seviyesi farklı olan turistlere turist rehberinin anlatım yapması, farklı yaş gruplarından turistlerle yürüyüş yapmak ya da farklı mesleklere veya ilgi alanlarına sahip turistlerle bir yerde geçirilecek zamanı tespit etmek zorlaşmaktadır. Gruptaki kişilerin farklı demografik özellikler taşıması, grubu kaynaştırma sorununu da beraberinde getirmektedir. Aynı milliyetten olsalar dahi, farklı demografik özelliklere sahip kişileri kaynaştırmanın da çok zor olduğu ankete cevap veren turist rehberleri tarafından belirtilmiştir. Bu durum, Tablo 3.24'de de açıkça görülebilmektedir.

Turist rehberlerinin sorun yaşadıklarını belirttikleri diğer bazı durumlar ise, turistlerin "gidilen bölgenin kültürüne ayak uyduramamaları", "kendi ülkeleriyle kıyaslayarak

hizmet açısından yüksek beklentilere sahip olmaları" ve "Türkiye hakkında değiştirilmesi zor önyargılara sahip olmaları" olarak sıralanabilir.

Turist rehberlerinin bu tür sorunlarla karşılaşmaları mesleklerinin bir gereği ve "kültür aracısı" olmalarından dolayı, olağan bir durumdur. Ancak, böyle sorunlarla karşılaşmamaları veya karşılaşsalar da daha kolay üstesinden gelebilmeleri için rehberlik hizmeti verdikleri tur gruplarındaki turistler hakkında bazı bilgilere sahip olmaları gerekmektedir. Bu bölümün başlarında, Tablo 3.7'de de ifade edildiği gibi, turist rehberlerinin önemli bir bölümü, seyahat acentalarının turistlerin demografik özellikleri konusunda yetersiz bilgi verdiğini belirtmektedirler. Bunun yanı sıra, turist rehberlerinin rehberlik hizmeti verdiği turistlerin kültürel özellikleri hakkında da bilgi sahibi olmaları için çaba göstermeleri gerekmektedir. Böylece, kültürel farklılıklardan kaynaklanan sorunlar azaltılabilecektir.

3.2.2.4. Turist Rehberlerinin Koordinasyon Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar

Bu başlık altında, yönetimin koordinasyon fonksiyonu açısından turist rehberlerinin paket turların gerçekleşmesi esnasındaki rolleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırmanın elde edilen birincil verileri değerlendirilmektedir.

3.2.2.4.1. Turist Rehberlerinin Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldıkları Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıkları

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur esnasında turistlerin hizmet aldığı kurum, kuruluş ve işletme personeli ile ilişkilerinde sorun yaşama sıklıkları Tablo 3.26'da özetlenmiştir.

Tabloda yer alan merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alınarak bir değerlendirme yapıldığında, aritmetik ortalama değerlerinin düşük olması sebebiyle turist rehberlerinin sorun yaşama sıklıklarının düşük olduğu söylenebilir. Ancak, yaşanan sorunların sıklık dereceleri aritmetik ortalama değerlerine göre sıralanacak olursa, turist rehberlerinin en sık "hediyelik eşya satıcıları ile" (2,4333) en az da "müze ve ören yeri görevlileri ile" (1.8292) sorun yaşadıkları söylenebilir. Bu noktada, pek sık olmasa da, en yüksek aritmetik ortalama değeri ile turist rehberlerinin

hediyelik eşya satıcılarıyla daha sık sorun yaşamalarının: (a) turist rehberinin alacağı komisyon oranındaki olası anlaşmazlıklardan; (b) hediyelik eşya satıcılarının turist rehberlerinin komisyonunu eksik vermesinden veya hiç vermemesinden; ve (c) hediyelik eşya satıcılarının turistlere yönelik yüksek fiyat uygulama eğilimlerinden kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 3.26 Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldıkları Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıkları

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Acenta personeliyle	236	2	2	1,9788	0,7632	6
2. Sürücülerle	240	2	2	2,3833	0,8150	2
3. Muavinlerle	225	2	2	2,0578	0,8405	5
4. Resepsiyon memurlarıyla	240	2	2	2,2750	0,7971	4
5. Bell-boylarla	235	2	2	1,9149	0,7519	7
6. Yiyecek ve içecek servisi yapan personelle	239	2	2	2,3096	0,7808	3
7. Müze ve ören yeri görevlileriyle	240	2	1	1,8292	0,8384	8
8. Hediyelik eşya satıcılarıyla	240	2	2	2,4333	0,9215	1

Ölçek Değerleri: 1=Hiçbir Zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Çok Sık.

Müze ve ören yeri görevlileri doğrudan turist grubuna yönelik bire bir hizmet vermediğinden, turist rehberleriyle ilişkileri çok dar bir çerçevede gerçekleşmektedir. Turist rehberleri bu görevlilerden sadece fiyatı sabit ve önceden belli olan müze ve ören yeri giriş bileti satın almakta, bu da bu görevlilerle en az sorun yaşanmasının sebebi olarak gösterilebilir.

Rehberlik hizmeti verilen gruplardaki kişi sayısı ile tur esnasında turistlerin hizmet aldıkları hizmet personeliyle sorun yaşama sıklıklarını karşılaştırmak amacıyla uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonucunda bulunan anlamlı farklılıklar Tablo 3.27'de verilmiştir.

Tablo 3.27 Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldığı Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıklarının Rehberlik Hizmeti Verilen Gruplardaki Kişi Sayısı Açısından Karşılaştırılması

İFADELER	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Genellikle çalışılan gruplardaki kişi sayısı	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Resepsiyon memurlarıyla	20 kişi ve daha az	95,56	4355	7358	-2,744	0,006*
	21 kişi ve üzeri	118,55				
Bell-Boylarla	20 kişi ve daha az	98,05	4547	7550	-1,986	0,047†
	21 kişi ve üzeri	114,29				
Müze-Örenyeri Görevlileriyle	20 kişi ve daha az	120,21	4604	14615	-1,985	0,047†
	21 kişi ve üzeri	103,65				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur, (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.27'de yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, genellikle 21 ve üzeri sayıdaki kişilerden oluşan gruplara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin "resepsiyon memurlarıyla" ve "bell-boylarla" daha sık sorun yaşadıkları görülmektedir. Böyle bir sonucun çıkması şaşırtıcı değildir; çünkü, büyük grupların oda dağılımının yapılarak otele yerleşmesi ve valizlerinin odalara çıkarılması çok daha karmaşık ve uzun süren bir iştir. Bu durum, 21 ve üzeri sayıdaki kişilerden oluşan gruplara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin, 20 ve altında sayıdaki kişilerden oluşan gruplara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerine göre resepsiyon memurları ve bell-boylarla daha sık sorun yaşadıklarını açıklamaktadır. "Müze-örenyeri görevlileriyle" yaşanan sorunlarda ise. durum tersinedir. Genellikle 20 ve altında sayıdaki kişilerden oluşan gruplara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin müze ve ören yeri görevlileriyle daha sık sorun yaşadıkları görülmektedir. Bunun sebebi, küçük gruplarda oluşan samimi ortamdan dolayı, turistlerin turist rehberlerinden bazı ayrıcalıklar talep etmesi, turist rehberinin de, ziyaret kurallarını çiğnemek ve görevliyle tartışmak pahasına bu talepleri kabul etmesi olabilir.

Turist rehberlerinin fiilen rehberlik yaptıkları süre ile tur esnasında turistlerin hizmet aldıkları hizmet personeliyle sorun yaşama sıklıklarını karşılaştırmak amacıyla uygulanan *Kruskal-Wallis* farklılık testi sonucunda anlamlı bulunan farklılıklar Tablo 3.28'de özetlenmiştir.

Tablo 3.28 Tur Esnasında Turistlerin Hizmet Aldığı Hizmet Personeliyle Sorun Yaşama Sıklıklarının, Turist Rehberlerinin Fiilen Turist Rehberliği Yaptıkları Sürelere Göre Karşılaştırılması

İFADELER	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	5 Yıl ve Daha Az	6-13 Yıl	14 Yıl ve Daha Fazla	X^2	*s.d.*	*P*
Acenta personeliyle	130,63	113,12	101,91	7,437	2	0,024†
Muavinlerle	124,71	102,52	105,69	6,284	2	0,043†

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.28'de yer alan sıra numaraları ortalamalarına göre, fiilen beş yıl ve daha az süre turist rehberliği yapmakta olan turist rehberleri, altı yıl ve üzerinde bir süredir turist rehberliği yapmakta olan meslektaşlarına göre "acenta personeliyle" ve "muavinlerle" daha fazla sorun yaşamaktadırlar. Bu farklılığın nedeni, turist rehberliği mesleğinde zamanla edinilen tecrübe, sabır, anlayış ve hoşgörü olabilir. Tabloda ayrıca, seyahat acentası personeliyle yaşanan sorun sıklığının fiilen turist rehberliği mesleğini yapma süresi arttıkça azaldığı görülmektedir. Bu durumun muavinlerle yaşanan sorunlarda bu derece gözlenmediği ise dikkat çekicidir.

3.2.2.4.2. Turist Rehberlerinin Turu Oluşturan Farklı Hizmetleri Koordine Ederken Bazı Kurum, Kuruluş ve İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklıkları

Ankete cevap veren turist rehberlerinin turu oluşturan farklı hizmetleri koordine ederken bazı kurum, kuruluş ve işletmelerle sorun yaşama sıklıkları Tablo 3.29'da özetlenmiştir.

Tablo 3.29 Turist Rehberlerinin Turu Oluşturan Farklı Hizmetleri Koordine Ederken Bazı Kurum, Kuruluş ve İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklıkları

İFADELER	n	Ortanca Değer (Medyan)	Tepe Değer (Mod)	Aritmetik Ortalama	Standard Sapma	Aritmetik Ortalama Sıralaması
1. Konaklama işletmeleriyle	241	2	2	2,4108	0,7139	1
2. Ulaştırma işletmeleriyle	238	2	2	2,3193	0,7048	3
3. Yiyecek ve içecek işletmeleriyle	238	2	2	2,3655	0,7664	2
4. Eğlence ve animasyon hizmeti veren işletmelerle	236	2	2	2,1186	0,7166	4
5. Müze ve ören yerleriyle ilgilenen kurum ve kuruluşlarla	236	2	1	1,7754	0,7858	6
6. Hediyelik eşya işletmeleriyle	237	2	2	2,1181	0,8404	5

Ölçek Değerleri: 1=Hiçbir Zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Çok Sık.

Tablo 3.29'da yer alan merkezi eğilim ölçütlerinden aritmetik ortalama sıralamaları dikkate alınarak bir değerlendirme yapıldığında, sorun yaşama sıklıklarının çok düşük olduğu söylenebilir. Ancak, yaşanan sorunların sıklık dereceleri aritmetik ortalama değerlerine göre sırlanacak olursa, turist rehberlerinin koordinasyon sağlamada en sık sorun yaşadıkları kurum, kuruluş ve işletmelerin; "konaklama işletmeleri" (2,4108), en az sorun yaşadıklarının ise "müze ve ören yerleriyle ilgilenen kurum ve kuruluşlar" (1,7754) olduğu görülmektedir. Turist rehberlerinin en sık konaklama işletmeleriyle koordinasyon sorunu yaşamaları, bu işletmelerin turistlere yönelik çok sayıda ve birbirinden farklı hizmet vermelerinden kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca, özellikle çok destinasyonlu turlarda, birden fazla konaklama yapılması gerektiğinden, turist rehberinin her bir konaklama işletmesinde hizmetleri sorunsuz koordine etmesi zorlaşabilmektedir. Turist rehberlerinin müze ve ören yerleriyle ilgilenen kurum ve kuruluşlarla koordinasyonu sağlamada en az sorun yaşamalarına sebep olarak, buralarda tek bir hizmetin verilmesi ve verilen bu hizmetin standartlarının yaklaşık olarak her yerde aynı veya benzer olması gösterilebilir.

Turist rehberlerinin turu oluşturan farklı hizmetleri koordine ederken bazı kurum, kuruluş ve işletmelerle sorun yaşama sıklarını turist rehberlerinin yaş gruplarına göre karşılaştırmak amacıyla uygulanan *Kruskal-Wallis* farklılık testi sonucunda Tablo 3.30'da belirtilen konularda anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 3.30 Turist Rehberlerinin Turu Oluşturan Farklı Hizmetleri Koordine Ederken Bazı Kurum, Kuruluş ve İşletmelerle Sorun Yaşama Sıklarının Turist Rehberlerinin Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

İFADELER	Sıra Numaraları Ortalamaları			Test İstatistiği (Kruskal-Wallis Testi)		
	30 Yaş ve Altı	31-45 Yaşları	46 Yaş ve Üzeri	X^2	*s.d.*	*P*
Ulaştırma işletmeleriyle	129.91	120,24	92.87	9,308	2	0,010†
Eğlence ve animasyon hizmeti veren işletmelerle	126.05	120,23	93.65	7,123	2	0,028†

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (†) sonuçlar %95 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.30'da yer alan sıra numaraları ortalamalarına göre, turist rehberlerinin "ulaştırma işletmeleriyle" ve " eğlence ve animasyon hizmeti veren işletmelerle" sorun yaşama sıklıklarının, yaş artışına paralel olarak bir düşüş gösterdiği dikkat çekmektedir. 30 ve altındaki yaşta olan turist rehberlerinin yukarıda belirtilen işletmelerle koordinasyonda sorun yaşama sıklığı önemli derecede yüksek iken, 31 ile 45 yaş yaş arasında olan turist rehberlerinin sorun yaşama sıklıkları düşmekte, 46 ve üzeri yaşta olan turist rehberlerinin ise bu tür sorun yaşama sıklıkları en düşük seviyededir. Bu bilgilere istinaden denilebilir ki, turist rehberlerinin yaşının artması, mesleki olgunluk kazandırabilmekte, problem çözme ve insan ilişkilerinde daha tecrübeli hale gelmelerine katkı sağlamaktadır.

3.2.2.5. Turist Rehberlerinin Kontrol Fonksiyonu ve Karşılaştıkları Sorunlar

Bu başlık altında, yönetimin kontrol fonksiyonu açısından turist rehberlerinin paket turların gerçekleşmesi esnasındaki rolleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin araştırmanın elde edilen birincil verileri değerlendirilmektedir.

3.2.2.5.1. Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Turist Tatmini ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimleri

Ankete cevap veren turist rehberlerin büyük bir oranı (%83,5) tur sonunda, turist tatmini ile ilgili seyahat acentalarına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunduklarını belirtirken, turist rehberlerin %16,5'i ise böyle bir geri bildirimde bulunmadıkları yönünde bilgi vermişlerdir (Tablo 3.31).

Tablo 3.31 Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Turist Tatmini ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimi

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, geri bildirimde bulunuyorum	208	83,5
Hayır, geri bildirimde bulunmuyorum	41	16,5
TOPLAM	**249**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Anketi cevaplayan turist rehberlerinden düşük sayıdaki bir bölümün de olsa seyahat acentalarına turist tatmini ile ilgili sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunmaması, seyahat acentalarının böyle bir talebinin olmamasıyla açıklanabilir. Turist rehberinin turist memnuniyeti hakkında seyahat acentalarına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunmaları, özellikle müşteri memnuniyetini ölçen anket uygulamayan seyahat acentaları açısından oldukça önemlidir. Seyahat acentalarının, turistlerin hangi hizmetlerden memnun oldukları ve hangilerini beğenmedikleri konusunda bilgi sahibi olmaları, operasyon sonrası yürütecekleri tutundurma faaliyetlerinde kolaylık sağlayacağı gibi, turist memnuniyetini arttırma olanağı da verebilecektir.

3.2.2.5.2. Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Birlikte Çalışılan ve Hizmet Alınan Kişi ve/veya Kuruluşların Performansı ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimleri

Tablo 3.32'deki yüzde dağılımlarına bakıldığında, anketi cevaplayan turist rehberlerinin %88,7'sinin tur sonunda, birlikte çalıştıkları ve hizmet aldıkları kişi ve/veya

kuruluşların performansı ile ilgili seyahat acentalarına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulundukları görülmektedir. Bu tür bir geri bildirimde bulunmayan rehberlerin oranı ise %11,3 ile sınırlıdır.

Tablo 3.32 Turist Rehberlerinin Tur Sonunda, Birlikte Çalışılan ve Hizmet Alınan Kişi ve/veya Kuruluşların Performansı ile İlgili Seyahat Acentalarına Sözlü veya Yazılı Geri Bildirimleri

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, geri bildirimde bulunuyorum	220	88,7
Hayır, geri bildirimde bulunmuyorum	28	11,3
TOPLAM	**248**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Anketi cevaplayan turist rehberlerinden düşük sayıdaki bir bölümün de olsa seyahat acentalarına hizmet aldıkları kişi ve/veya kuruluşların performansı ile ilgili seyahat acentasına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunmadığını belirtmesi, bu konuda bazı seyahat acentalarının bilgi talep etmemesine bağlanabilir. Turların gerçekleşmesinden hemen sonra, turist rehberi tarafından yapılan bu geri bildirimler, seyahat acentalarına sundukları mevcut ürünle ilgili değerlendirme yapma ve üretilen yeni tur paketlerindeki olumsuz yönleri giderme imkanı tanıyacaktır.

3.2.2.5.3. Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenleri Karşılaştırmaları

Ankete cevap veren turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğu (%97,2), tura çıkmadan önce planladığı ile tur boyunca gerçekleşenleri karşılaştırdıklarını belirtmişlerdir. Karşılaştırma yapmadığını belirten turist rehberlerinin oranı ise, sadece %2,8'dir (Tablo 3.33).

Tablo 3.33 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenleri Karşılaştırmaları

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, karşılaştırıyorum	240	97,2
Hayır karşılaştırmıyorum	7	2,8
TOPLAM	**247**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Amaçlara ne derecede ulaşıldığı, planlananlar ile gerçekleşenleri karşılaştırarak ortaya çıktığına göre, anketi cevaplayan turist rehberlerinin tamamına yakınının bu anlamda kontrol fonksiyonu önemli bir ölçüde yerine getirdikleri söylenebilir.

3.2.2.5.4. Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenler Arasındaki Sapmaları Değerlendirmeleri

Tablo 3.34'de özetlendiği gibi, ankete cevap veren turist rehberlerin %65,7'si tur öncesi planladıkları ile tur boyunca gerçekleşenler arasında nadiren sapma olduğunu, %24,8'i bazen sapma olduğunu, %9,6'sı ise hiç sapma olmadığını belirtmişlerdir. Anketi cevaplayan rehberler arasında, çok sık sapma olduğunu ifade eden turist rehberi olmamıştır.

Tura çıkmadan önce planladıkları ile gerçekleşenler arasında hiç sapma olmadığını veya nadiren sapma olduğunu belirten turist rehberlerinin ilk bakışta muhtemelen tecrübeli turist rehberleri olduğu söylenebilir. Ancak, unutulmamalıdır ki, ankete cevap veren turist rehberlerinin kendi gerçekleştirdikleri turları olumsuz sayılabilecek şekilde değerlendirmeleri, sosyal bilim araştırmalarında karşılaşılan genel bir sorun olarak, üzerinde araştırma yapılan grubun "toplumsal beğenilirliğe – *social desirability*" uygun cevap verme eğiliminden kaynaklanıyor olabilir.

Tablo 3.34 Turist Rehberlerinin Tur Öncesi Planladıkları ile Tur Boyunca Gerçekleşenler Arasındaki Sapmaları Değerlendirmeleri

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Hiç sapma olmuyor	22	9,6
Nadiren sapma oluyor	151	65,7
Bazen sapma oluyor	57	24,8
Çok sık sapma oluyor	-	-
TOPLAM	**230**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

3.2.2.5.5. Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasını İsteme Eğilimleri

Tablo 3.35'de yer alan bilgilerden de anlaşıldığı gibi, anketi cevaplayan turist rehberlerinin %63,3'ünden, seyahat acentaları turist rehberlerinden tur sonrasında turist memnuniyetini ölçen anket uygulamalarını istemektedirler. Seyahat acentalarının böyle bir anket uygulatmadığını belirten turist rehberlerinin oranı ise %36,7'dir.

Tablo 3.35 Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasını İsteme Eğilimleri

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, turist memnuniyetini ölçen anketlerin uygulanması isteniyor	157	63,3
Hayır, turist memnuniyetini ölçen anketlerin uygulanması istenmiyor	91	36,7
TOPLAM	**248**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Bu bilgilerden hareketle, önemli sayılabilecek sayıda seyahat acentasının turist memnuniyetini ölçen anket uygulatmadığı söylenebilir. Bu tür anketlerin uygulanması, seyahat acentalarının sundukları turistik ürünü geliştirmeye yönelik katkı sağlayabileceği gibi, tur boyunca çalışan personelin, özellikle de turist rehberinin, yönlendirilmesi ve motive edilmesi için de iyi bir yoldur. Bu sebeple, seyahat acentalarının bu tür anketlerin uygulanmasını önemsemeleri çok olumlu olabilir.

Rehberlik hizmeti verilen turların ortalama süresi ile seyahat acentalarının tur sonrasında turist memnuniyetini ölçen anket uygulanmasını isteme eğilimlerini karşılaştırabilmek amacıyla uygulanan *Mann-Whitney U* farklılık testi sonucunda bulunan anlamlı farklılık Tablo 3.36'da verilmiştir.

Tablo 3.36 Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanmasını İsteme Eğilimlerinin Rehberlik Hizmeti Verilen Turların Ortalama Süresi Açısından Karşılaştırılması

İFADELER	Test İstatistiği (Mann-Whitney U Testi)					
	Çıkılan turların ortalama süresi	Sıra Numaraları Ortalamaları	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	*Z*	*P*
Seyahat acentaları tur sonrasında turistlerin memnuniyetini ölçen anketlerin uygulanmasını istiyor mu	5 gün ve daha az	126,72	5244	9900	-3,147	0,002*
	6 gün ve üzeri	103,13				

Test %95 güven düzeyinde yapılmıştır ve (*) sonuçlar %99 olasılıkta anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3.36'da yer alan sıra numaraları ortalamalarına bakıldığında, seyahat acentalarının altı gün ve daha uzun süreli turlara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinden müşteri memnuniyetini ölçen anketler uygulamalarını isteme eğilimlerinin olması dikkat çekmektedir. Ortalama beş gün ve daha kısa süreli turlara rehberlik hizmeti veren turist rehberlerden ise, müşteri memnuniyeti ölçme anketinin uygulamalarını isteme eğilimlerinin düşük olduğu görülmektedir. Bu durumda, seyahat acentalarının müşteri memnuniyeti ölçme anketini daha ziyade uzun süren turlarda uygulamayı tercih ettikleri söylenebilir. Seyahat acentalarının, bu anketlerin kısa süreli turlarda daha az uygulanması, ilk bakışta, bu tür turları seyahat acentalarının pek

önemsemediklerini akla getirebilir. Ancak, biz, bu farklılığın kısa süreli turlarda olası komplikasyonların düşük olma ihtimalinden kaynaklandığını düşünmekteyiz.

3.2.2.5.6. Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanma Durumunda, Seyahat Acentalarının Anket Sonuçları Hakkında Turist Rehberini Haberdar Etme Eğilimleri

Seyahat acentaları tarafından turist memnuniyetini ölçen anketlerin uygulatıldığını belirten turist rehberlerinin %73,9'u bu anket sonuçları hakkında haberdar edildiklerini, %26,1'i ise haberdar edilmediklerini ifade etmiştir (Tablo 3.37).

Tablo 3.37 Tur Sonrasında Turist Memnuniyetini Ölçen Anketlerin Uygulanma Durumunda, Seyahat Acentalarının Anket Sonuçları Hakkında Turist Rehberini Haberdar Etme Eğilimleri

İFADELER	Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım* (%)
Evet, haberdar ediliyorum	113	73,9
Hayır, haberdar edilmiyorum	40	26,1
TOPLAM	**153**	**100.0**

* Cevap vermeyenlerin çıkartıldığı düzeltilmiş (geçerli) yüzdesel dağılım.

Bu çalışmanın ikinci bölümünde de belirtildiği üzere, turist rehberleri, performanslarıyla ilgili aldıkları geri bildirim sonucunda, eksik görülen yönlerini geliştirmeye çalışarak daha iyi hizmet sunabilmek için gerekli araştırmaları yapabilme şansına kavuşabileceklerdir. Ayrıca, olumlu geri bildirimler, turist rehberlerinin moral ve motivasyonunu yükselterek daha istekli ve azimli çalışmalarını sağlayabilecektir. Sayılan bu sebeplerden dolayı, seyahat acentalarının turist memnuniyetini ölçen anket sonuçları hakkında turist rehberlerini haberdar etmeleri son derece önemlidir.

3.2.2.6. Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve bu Sorunlara İlişkin Değerlendirmeleri

Turist rehberlerinin genel olarak karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla sorulan açık uçlu soruya alınan cevaplarda, en sık tekrarlanan sorunlar şu şekilde özetlenerek sıralanabilir: (a) turist rehberliği belgesi (kokartı) olmadan çalışan kişilerin yaptığı yanlış bilgilendirme ve oluşturduğu haksız rekabet; (b) Turizm ve Kültür Bakanlığı'nca belirlenmiş taban yevmiyelerin altında rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin oluşturduğu haksız rekabet; (c) meslekte sosyal güvencenin olmaması; (d) turizm sektöründe çalışan personelin genel anlamda niteliğinin düşük olması; (e) özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde genel temizlik kurallarına pek önem verilmemesi ve buradaki personelin tamamen eğitimsiz olması; (f) bir çok müze ve ören yerinin önünde, çevresinde ve hatta içinde seyyar satıcı ya da turistlerden çıkar sağlamayı bekleyen kişilerin olması ("sansar"); ve (g) tur satmak uğuruna seyahat acentalarının turistlere yanlış veya abartılı bilgi vermesi. Bu sorunlardan dolayı rehberler çok sık demoralize olduklarını ve motivasyonlarının zayıfladığını belirtmektedirler. Bu sorunların yanı sıra turist rehberlerinin özellikle tur esansında çok sık yaşadıklarını belirttikleri sorunlar arasında, sürücülerle yaşadıkları sorunlar yer almaktadır. Sürücülerle yaşanan temel sorunlar ise şöyle sıralanabilir: (a) sürücülerin tur güzergahını bilmemeleri; (b) sürücülerin turistlerden bahşiş istemesi için rehbere baskı yapmaları; ve (c) sürücülerin turistlere yönelik uygunsuz tutum ve davranışlar sergilemeleri.

Sürücülerle yaşanan sorunlara Tablo 3.26'da da dikkat çekilmişti. Tur boyunca turist rehberleriyle birlikte çalışan sürücülerin çoğunun eğitim düzeyi turist rehberlerine göre çok daha düşük olup, turizm ile ilgili yeterli eğitimleri bulunmamaktadır. Bu durum, turist rehberi ile sürücü arasındaki çatışmanın temel nedeni olarak gösterilebilir. Turizm sektöründe çalışan sürücülerin niteliklerini arttırmaya yönelik bir mesleki eğitim almalarının bu sorunlara bir çözüm oluşturabileceği kanaatindeyiz.

3.2.2.7. Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Sorunların Bilgi Eksikliğinden Kaynaklandığını Düşündükleri Alanlar

Turist rehberlerinin yaşadıkları sorunların bilgi eksikliğinden kaynaklandığını düşündükleri alanlar Tablo 3.38'de özetlenmiştir. Ankete cevap veren turist

rehberlerinin %25,2'si, zaman zaman da olsa yaşadıkları yönetsel sorunların "gastronomi" alanındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını ifade ederken, % 20,1'i "turizm mevzuatı", %18,9'u da "seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü" alanındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını ifade etmektedirler.

Tablo 3.38 Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Sorunların Bilgi Eksikliğinden Kaynaklandığını Düşündükleri Alanlar

ALANLAR		Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım (%)	ALANLAR		Frekans (n)	Yüzdesel Dağılım (%)
Arkeoloji	Evet	44	17,3	Turizm Pazarlaması	Evet	44	17,3
	Hayır	210	82,7		Hayır	210	82,7
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Tarih	Evet	20	7,9	S. Ac. ve Tur Operatörlüğü	Evet	48	18,9
	Hayır	234	92,1		Hayır	206	81,1
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Sanat Tarihi	Evet	31	12,2	Tur Yönetimi	Evet	14	5,5
	Hayır	223	87,8		Hayır	239	94,1
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Mitoloji	Evet	23	9,1	Yönetim ve Organizasyon	Evet	25	9,8
	Hayır	231	90,9		Hayır	229	90,2
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Dinler Tarihi	Evet	23	9,1	İş Ahlakı	Evet	42	16,5
	Hayır	231	90,9		Hayır	212	83,5
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Genel Turizm	Evet	10	3,9	Bilgisayar	Evet	25	9,8
	Hayır	244	96,1		Hayır	229	90,2
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Turizm Coğrafyası	Evet	12	4,7	İlk Yardım	Evet	38	15,0
	Hayır	242	95,3		Hayır	216	85,0
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Fiziki Coğrafya	Evet	19	7,5	Psikoloji	Evet	22	8,7
	Hayır	235	92,5		Hayır	232	91,3
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Gastronomi	Evet	64	25,2	Sosyal Psikoloji	Evet	22	8,7
	Hayır	190	74,8		Hayır	232	91,3
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Turizm Ekonomisi	Evet	16	6,3	İletişim	Evet	11	4,3
	Hayır	238	93,7		Hayır	243	95,7
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Turizm İşletmeciliği	Evet	37	14,6	Drama	Evet	28	11,0
	Hayır	217	85,4		Hayır	226	89,0
TOPLAM		**254**	**100**	**TOPLAM**		**254**	**100**
Turizm Mevzuatı	Evet	51	20,1				
	Hayır	203	79,9				
TOPLAM		**254**	**100**				

Gastronomi tur yönetimiyle doğrudan ilgili bir alan gibi görünmese de, yabancı mutfaklar hakkında, yemek alışkanlıkları ve tercihleri hakkında turist rehberlerinin bilgi sahibi olmaları son derece önemlidir. Bu konu ile ilgili detaylı bilgilere sahip olan bir turist rehberi, turist grubunun yemekte ne kadar zaman geçireceğini, ne tür yemekleri tercih edeceğini ve nasıl bir ortamda yemek almak isteyebileceğini daha iyi bir şekilde tahmin edebilir. Ayrıca, konuklarına özellikle yerel yemeklerin hazırlanışı ve tüketimi konusunda da daha ayrıntılı bilgiler sunabilir.

Turizm mevzuatı ile seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü alanları ise, turist rehberliği ve tur yönetimiyle doğrudan ilgili konulardır. Turist rehberinin turistlerin hakkını koruyabilmesi, onları temsil edebilmesi, gerektiğinde kendi haklarını da koruyabilmesi ve mesleğini yasalar çerçevesinde icra edebilmesi için turizm mevzuatı bilgilerinin olması kaçınılmazdır. Ayrıca, turist rehberinin parçası olduğu sistemin nasıl çalıştığını, sistemin elemanları arasında ne gibi ilişkilerin olduğunu bilmesi açısından da seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü alanında bilgi sahibi olmaları büyük önem arz etmektedir. Bu alanlarda, üniversitelerin turist rehberliği bölüm ve programlarında eğitim verilmektedir ancak, araştırmaya katılan turist rehberlerinin büyük bir bölümü Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın açtığı kurslarda eğitim görmüş olan rehberler olduğundan (%87,6), böyle bir sonuca ulaşılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Giriş bölümünde de belirtildiği üzere, bu çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Birincisi, turist rehberlerinin yönetsel fonksiyonlarıyla ilgili mevcut yazında tespit edilen bilgi eksikliğini tamamlamaya yönelik katkıda bulunmak, ikincisi de, tur yönetiminde turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmek ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri getirmektir.

Çalışmanın birinci amacını gerçekleştirmeye yönelik, paket tur, yönetim, tur yönetimi ve turist rehberliği ile ilgili mevcut yazına ulaşılmış ve bu yazın taranarak çalışmada kullanılacak olan ikincil veriler elde edilmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde temel kavramlar olan paket tur ve yönetim süreci hakkında genel bilgiler verilmiştir. Paket turların avantajları olduğu kadar, dezavantajlarının da bulunduğu ve bunların gözardı edilmemesi gerektiği ortaya konulmuştur. Ayrıca, paket turların farklı özelliklerine göre sınıflandırmaları yapılarak, farklı özellikteki kişilerin farklı paket turları tercih edebilecekleri vurgulanmıştır. Paket turların oluşum aşamalarından bahsedilmiş; bu oluşum sürecinin farklı tür ve büyüklükteki seyahat işletmelerinde farklılık arzettiği görülmüştür. Bunların yanı sıra, çalışmada çok önemli bir yeri olan, yönetim süreci üzerinde durularak, bu sürecin temel fonksiyonları incelenmiş ve ikinci bölüm için bir altyapı hazırlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, paket turların operasyon (gerçekleşme) aşamasında, turist rehberinin rolü, yönetimin temel fonksiyonları açısından incelenmiştir. Bu süreç sonunda, turist rehberleri için tur yönetiminde hareket esnekliği olmasına karşın: (a) zamanın kısıtlı olması nedeniyle planlamanın ne kadar önemli olduğu; (b) turda görev alan elemanları ve tura katılan turistleri örgütleyebilmek için tur öncesi yapılan bilgilendirmenin zaruri olduğu ve (c) yöneltme ve etkileme için turist rehberlerinin turist gruplarının özelliklerini ve geldikleri ülkenin kültürünü iyi bilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunların yanı sıra, turistlere hizmet veren farklı kişi, kurum ve kuruluşlarla koordinasyonu sağlayabilmek için iletişimin önemi ortaya çıkmış ve turist rehberinin kontrol amaçlı gerçekleştirmesi gereken işlemler üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın ikinci amacını gerçekleştirmeye yönelik, Türkiye'deki turist rehberlerinin tur esnasında karşılaştıkları yönetsel sorunlarla ilgili birincil verilere ulaşmak ve mevcut

durum tespiti yapabilmek için, anket formu hazırlanmış ve örneklem çerçevesinde uygulanmıştır.

Geçerli bir anket formu oluşturabilmek için Davis ve Consenza (1988)'nın belirttiği dört temel aşama takip edilmiş ve öncelikle kapsamlı bir mevcut yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Yazarın turist rehberliği mesleğindeki tecrübeleri de göz önünde bulundurulmuş ve bazı deneyimli turist rehberleriyle ve çalışmanın danışman öğretim üyesiyle görüşülerek, bir anket taslağı hazırlanmıştır. Bütün bunlar yapıldıktan sonra, pilot araştırma ile anketin ön testi yapılmış, son olarak da, yapılan ön testten alınan geri bildirimler çerçevesinde gerekli düzeltmeler yapılarak, ankete son hali verilmiştir. Aralık 2003'te, Türkiye'nin beş farklı ilinde (Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Nevşehir) turist rehberlerine yönelik düzenlenen hizmet içi eğitim seminerlerinde "bırak ve topla tekniği" ile uygulanan anketlerin geri dönüş oranı yaklaşık yüzde 51'dir.

Geri dönen anketlerin değerlendirilmesinde öncelikle verilerin frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama, ortanca değer (*medyan*), tepe değer (*mod*) gibi merkezi eğilim ölçütlerine bakılmıştır. Ayrıca, elde edilen verilerin merkezi eğilim ölçütlerinin simetrik (normal) olmayan dağılım göstermesinden dolayı, parametrik olmayan testler (*Mann-Whitney U* ve *Kruskal-Wallis*) uygulanmıştır.

İstatistiksel değerlendirmeler sonucunda elde edilen bazı çarpıcı bulgular aşağıda özetlenmiştir.

Anketi cevaplayan toplam turist rehberi sayısı 254 olup, bunların yüzde 76'sı bay, yüzde 24'ü ise bayandır. Bu turist rehberlerinin eğitim düzeyleri ele alındığında, yaklaşık yüzde 87'sinin önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora mezunu olduğu, lise mezunlarının oranı ise, yüzde 13 gibi düşük bir oranda kaldığı görülmektedir. Bu sonuçlar, daha önceden Türkiye'de rehberlere yönelik yapılmış olan çalışmaların sonuçlarıyla benzerlikler arzetmektedir (Polat 2001; Tangüler 2002; Kültür ve Turizm Bakanlığı 2003).

Bu çalışma sonucunda, turist rehberlerinin, paket turların gerçekleşme aşamasında karşılaştıkları tespit edilen yönetsel sorunlar, yönetimin beş temel fonksiyonu açısından sınıflandırılarak aşağıda verilmiştir.

Planlama Fonksiyonu

Bu çalışmayla, ankete cevap veren turist rehberlerinin çok küçük bir bölümünün seyahat acentası veya tur operatörünce yapılan genel tur planlaması sürecine çok sık katıldığı (yüzde 12), önemli bir bölümün ise (yüzde 88) bu sürece hiç katılmadığı veya nadiren katıldığı tespit edilmiştir. Seyahat acentaları, tur programlarının hazırlanmasında, hem turistlerin talep ve tercihlerini hem de destinasyondaki turistik arzın özelliklerini iyi bilmeleri gerektiği için, turist rehberlerinin bilgi ve tecrübesinden daha fazla yararlanması önerilebilir. Böyle bir işbirliği, paket tur programlarının kalitesini arttırarak ve sorunlarını azaltarak, turların daha çekici ve satılabilir olmasını sağlayabilir.

Seyahat acentalarının tura çıkılacak gruptaki turistlerin "ortalama eğitim düzeyleri", "ilgi alanları", "meslekleri", "gelir düzeyleri" ve "ortalama yaşları" hakkında turist rehberlerine bilgi vermede yetersiz kaldıkları ortaya çıkmıştır. Seyahat acentalarının yapılacak olan turun ayrıntılarıyla ilgili de, "grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler" hakkında turist rehberlerine bilgi vermede yetersiz kaldıkları,yine tespit edilen sonuçlar arasındadır. Seyahat acentalarının tura çıkılacak gruptaki turistlerin bir çok kişisel özelliği hakkında ve grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi veya kişiler hakkında bilgi vermede yetersiz olması, turist rehberlerinin sağlıklı planlama yapmakta zorluklarla karşılaştığını göstermektedir. Turist rehberlerine bu konularda yeterli bilginin verilmemesi, turistlere yönelik düzenlenen faaliyetlerin türlerini ve sürelerini saptamayı güçleştirebileceği gibi, tur boyunca karşılaşılabilecek bazı sorunları öngörmeyi ve bunlara hazırlıklı olmayı da zorlaştırmaktadır. Seyahat acentalarının bu konuda duyarlı davranarak, rehberlerin sağlıklı planlama yapabilmesi için gruptaki turistlerin kişisel özellikleri ve turun ayrıntılarıyla ilgili daha detaylı ve yeterli bilgi vermesi gerekmektedir. Bu bilgilerin yazılı halde, tur boyunca kullanılacak diğer bilgi ve belgelerle birlikte bir dosya şeklinde (tur dosyası) verilmesi, turist rehberlerine önemli ölçüde kolaylık sağlayacaktır.

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tur öncesinde planlama yaparken bulmada en çok zorlandıkları bilgilerin "gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşullarıyla ilgili bilgiler" olduğu tespit edilmiştir. Bu konularla ilgili ayrıntılı bilgilerin yer aldığı bilgi kaynaklarının arttırılması ve yaygın hale getirilmesi gerekmektedir. Bunun için, İl

Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve özellikle turist rehberliği meslek örgütlerinin, bulundukları bölgeyle ilgili olarak, bölgenin hijyeni, güvenliği, yol durumu, mola yerleri, ayrıntılı haritaları, bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri ve uzman rehberler hakkında da düzenli ve sınıflandırılmış bilgeleri bulundurarak turist rehberlerinin kullanımına sunmaları faydalı olacaktır.

"Hava şartları" ve "ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyi" faktörlerinin, tur öncesi yapılan günlük zaman kullanımına yönelik planlamada, rehberlerin en önemli gördükleri faktörler olduğu belirlenmiştir. Turist rehberlerinin planlama yaparken önemli olarak gördükleri hava şartları ile ilgili bilgileri bulmada zorlanmadıkları belirlenmiştir. Bunun aksine, turistlerin ilgi alanları konusunda seyahat acentalarından yeterli bilgi alamadıkları göz önünde bulundurulduğunda, ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyini önceden tespit etmede de sorun yaşadıkları söylenebilir.

Örgütleme Fonksiyonu

Anketi cevaplayan turist rehberlerinin hemen hemen tamamının tura başlamadan önce, turistlere (otobüste veya otelde) tur hakkında ayrıntılı bilgi verdikleri belirlenmiştir. Bu bilgilendirmede "turist rehberinin tur esnasındaki görev, yetki ve sorumlulukları" ve "sürücünün (ve varsa muavinin) görev ve sorumlulukları" ile ilgili turistlere çok sık bilgi verilmediği tespit edilmiştir. Ayrıca, tur öncesi turist rehberlerinin tur aracı sürücüsüne (ve varsa muavine) yönelik yaptıkları bilgilendirmede de "görev ve sorumluluklarını" ve "tur esnasında turist rehberine karşı göstermeleri gereken davranışları" hakkında çok sık bilgi vermedikleri belirlenmiştir. Bu bulgular, turist rehberlerinin turistlere turlarda görev alan elemanların görevleri ve sorumlulukları hakkında bilgi vermede yetersiz kaldığını göstermektedir. Bunun yanı sıra, turlarda görev alan elemanlara da görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi vermekte yetersiz kaldıkları ortaya çıkmaktadır. Turların planlandığı gibi ve en az sorunla gerçekleşebilmesi için turist rehberlerinin bu bilgileri daha sık vermeleri gerekmektedir. Bu bilgilerin verilmesi ile, özellikle sürücü ile turist rehberi arasında oluşabilecek sürtüşmeler önlenebilecek ve turun daha düzenli gerçekleşmesi sağlanmış olacaktır.

Yöneltme ve Etkileme Fonksiyonu

Ankete cevap veren turist rehberlerinin tura katılan turistlerle sorun yaşama sıklıklarının çok yüksek olmadığı, ancak yöneltilen açık uçlu bir sorudan, yaşanan en önemli sorunun "grup üyelerini birbiriyle kaynaştırma" olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sorunun çözümü için turist rehberlerinin eğitimleri sırasında aldıkları dersler arasına psikoloji ve sosyal psikoloji gibi derslerin de konması önerilebilir. Bunun yanı sıra, seyahat acentalarının turistlerin kişisel özellikleri hakkında verecekleri ayrıntılı bilgiler de turist rehberlerine grubu kaynaştırmak için seçecekleri faaliyetlerde ipucu olabilecektir. Bazı seyahat acentalarının maliyetlerini düşürmek için farklı milliyetlerden turistleri aynı grupta bir araya getirmesi de turist rehberlerinin tura katılanları birbiriyle kaynaştırmada sorun yaşamasına yol açabilmektedir. Bu durumda ise, aynı milliyetten az sayıda müşterisi olan farklı seyahat acentalarının bu kişileri tek bir grup haline getirerek tura çıkarması bir çözüm olabilir.

Koordinasyon Fonksiyonu

Turist rehberlerinin, turu oluşturan farklı hizmetlerin koordinasyonunda bazı kurum, kuruluş ve işletmelerle koordinasyonu sağlamada sorun yaşama sıklıklarının çok yüksek olmadığı, ancak, nadiren de olsa "konaklama işletmeleriyle" diğer işletmelere kıyasla daha fazla sorun yaşandığı belirlenmiştir. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde temizliğe önem verilmemesi ve buradaki personelin çoğunlukla eğitimsiz olması, önemli bir sorun teşkil etmektedir. Konaklama işletmelerinin yoğun sezonda çok sık çifte rezervasyon (*overbooking)* yapmaları, nitelikli personel çalıştırmamaları sonucunda istenilen standartlarda hizmet vermemeleri, bu işletmelerle koordinasyonda sorun yaşanmasına sebep olabilmektedir. Bu durumun düzeltilebilmesi için konaklama işletmelerinin hizmet standartlarının daha sıkı denetlenmesi ve nitelikli personel çalıştırmalarının sağlanması gerekmektedir.

Turist rehberlerinin tur esnasında turistlerin hizmet aldığı diğer kurum, kuruluş ve işletme personeli ile ilişkilerinde sorun yaşama sıklıklarının da çok yüksek olmadığı, ancak "hediyelik eşya satıcılarıyla" ve "sürücülerle" nadiren de olsa, daha fazla sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Turist rehberlerinin sürücülerle ve hediyelik eşya satıcılarıyla sık sorun yaşadıkları daha önce yapılan bazı çalışmalarla da belirlenmiştir (Batman,

Yıldırgan, Demirtaş 2000). Bu tür sorunların çözümü için turizm taşımacılığı yapan sürücülere ve hediyelik eşya satıcılarına yönelik bir eğitim programı düzenlenmesi önerilebilir. Genel turizm, turizm coğrafyası, iş ahlakı, satış teknikleri ve basit düzeyde yabancı dil gibi derslerin konulabileceği bu eğitim programı sonrasında, bu kişilere sertifika verilerek sektörde daha nitelikli olarak çalışmaları sağlanabilir.

Kontrol Fonksiyonu

Ankete cevap veren turist rehberlerinin büyük bir bölümünün tur sonunda, "turist tatmini ile ilgili" (yüzde 83,5) ve "birlikte çalıştıkları ve hizmet aldıkları kişi ve/veya kuruluşların performansı ile ilgili" (yüzde 88,7) seyahat acentasına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunduğu belirlenmiştir. Bunların yanı sıra, turist rehberlerinin tamamına yakının (yüzde 97,2) tur öncesi yaptıkları planlama ile tur boyunca gerçekleşenleri karşılaştırdığı belirlenirken, bu karşılaştırma sonucunda turist rehberlerinin çoğunun (yüzde 90,5) nadiren de olsa planlananler ile gerçekleşenler arasında sapma olduğunu ifade ettiği ortaya çıkmıştır.

Seyahat acentalarının tur sonrasında turist memnuniyetini ölçen anket uygulamasını istemediğini belirten turist rehberlerinin oranının küçümsenmeyecek düzeyde (yüzde 36,7) olduğu tespit edilmiştir. Buna ilaveten, seyahat acentalarınca turist memnuniyetini ölçen anket uygulatıldığını belirten turist rehberlerinin yüzde 26'sının bu anket sonuçları hakkında haberdar edilmedikleri belirlenmiştir. Seyahat acentaları tur boyunca verilen hizmetlerin kalitesini, turistlerin görüşlerini belirledikleri anket formlarıyla denetlerler. Bunun yanı sıra, turist rehberleri de bu anketlerin sonuçları hakkında seyahat acentalarından aldıkları geri bildirimler sonucunda eksik görülen yönlerini geliştirmeye çalışmakta ve daha iyi hizmet sunabilmek için yapmaları gerekenler hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler. Bu sebeplerden dolayı turist memnuniyetiyle ilgili objektif bilgi sağlayan bu anketlerin mutlaka her turda uygulanması ve sonuçlarından turist rehberlerinin haberdar edilmesi yerinde olacaktır.

Çalışmada uygulanmış olan *Kruskal-Wallis* ve *Mann Whitney U* farklılık testleri sonucunda, turist rehberlerinin tur yönetimiyle ilgili faktörleri içeren bağımlı değişkenler ile yaş grubu, fiilen turist rehberliği yapma süresi, aktif olarak başka bir işte çalışma, çıkılan turların ortalama süresi, genellikle çalışılan gruplardaki kişi sayısı ve

bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı gibi faktörleri içeren bağımsız değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı birtakım farklılıklar bulunmuştur.

Tur Yönetiminde Tecrübenin Önemi

Turist rehberlerinin yaşının artmasıyla birlikte "ulaştırma" ve "eğlence ve animasyon" işletmeleriyle sorun yaşama sıklıklarında azalma olduğu ortaya çıkmıştır. 46 yaş ve üzerinde olan turist rehberlerinin "sürücü ve muavinin tur esnasında turist rehberine karşı göstermesi gereken davranışlar", "sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar" ve "tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme" konularında kendilerinden daha genç olan meslektaşlarına göre çok daha sık bilgi verdikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte, turist rehberlerinin meslekte fiilen çalışma süreleri arttıkça "yol boyu mola yerleri" ve "gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri" hakkında bilgi bulmada, daha az zorlandıkları ve "acenta personeliyle" sorun yaşama sıklığında azalma olduğu belirlenmiştir.

Bu bulgular göz önünde bulundurularak, yaşça daha olgun olan ve meslekte fiilen çalışma süresi daha fazla olan turist rehberlerinin kazandıkları mesleki tecrübe sayesinde, planlama yaparken bazı konularda daha kolay bilgi buldukları, örgütleme yaparken tedbirli davrandıkları ve bazı konularda daha sık bilgi verdikleri ve bazı işletme personeliyle koordinasyonda daha az sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tecrübesiz turist rehberlerinin de tur yönetimi sürecinde daha başarılı olabilmesi için, tecrübeli turist rehberleriyle birlikte tura çıkmaları sağlanmalıdır. Özellikle üniversitelerin turist rehberliği bölüm ve programlarında öğrenim gören öğrencilerin stajlarında tecrübeli turist rehberleriyle tura çıkmalarının sağlanması, onları bir çok konuda deneyim sahibi yapabilecektir. Bu konuda seyahat acentası yöneticilerinin daha duyarlı davranması ve stajyer öğrencileri sadece büro içinde görevlendirmek yerine, fiilen turlara katılmalarının sağlanması gerekmektedir. Ayrıca, turist rehberliği meslek örgütlerinin gönüllülük esasına göre seçeceği tecrübeli turist rehberlerinin, üniversitelerin rehberlik bölüm ve programlarında seminer vermesi veya çeşitli uygulama derslerine katılması da sağlanabilir.

Tur Yönetiminde Tura Çıkma Sıklığının Önemi

Turist rehberliği dışında aktif olarak ikinci bir işte çalışan turist rehberlerinin çalışmayanlara göre "grubu toparlamada" ve "tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede" daha sık sorun yaşadıkları tespit edilmiştir. Buna ilaveten, bir yılda ortalama tura çıkma sıklığı fazla olan turist rehberleri, tura çıkma sıklığı düşük olan turist rehberlerine göre seyahat acentası veya tur operatörünce yapılan genel tur planlaması sürecine daha sık katıldıklarını ifade ederken, seyahat acentalarının verdiği avansın da yeterli olduğunu belirtmektedirler. Bu bulgulardan yola çıkılarak, tura çıkma sıklığı fazla olan turist rehberlerinin yöneltme ve etkilemede bazı konularda daha az sorun yaşadıkları, maddi kaynakları düzenli olarak kullanmada zorlanmadıkları ve seyahat acentalarınca genel tur planlaması için bir danışman olarak daha fazla tercih edildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ankette yer alan açık uçlu soruya verilen cevaplardan da anlaşıldığı üzere, meslekte sosyal güvencenin olmaması, turist rehberliği belgesi (*kokart*) olmadan çalışan ve belirlenmiş taban yevmiyelerin altında hizmet veren turist rehberlerinin yarattığı haksız rekabetin olması, bir çok rehberi başka bir mesleğe yöneltmekte ve turist rehberliği mesleğini ikinci bir iş olarak görmelerine sebep olabilmektedir. Turist rehberlerinin daha sık turlara çıkabilmesi ve rehberliği sürekli bir meslek olarak görebilmesi için: (a) rehberlere özel bir sosyal güvence sistemi kurulmalı; (b) turist rehberliği belgesi olmadan rehberlik yapanlara ve bu kişileri çalıştıran seyahat acentalarına yönelik denetimler sıklaştırılmalı ve daha etkin yaptırımlar uygulanmalı; ve (c) turist rehberlerine seyahat acentalarınca, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın belirlemiş olduğu taban yevmiyeler veya üstünde bir tur ücreti verilmesi sağlanmalıdır.

Tur Yönetiminde Turların Süresinin Önemi

Genelde uzun süreli turlarda rehberlik hizmeti veren turist rehberlerinin, kısa süreli turlarda hizmet veren turist rehberlerine göre, tur öncesi turistlere yönelik yaptıkları bilgilendirmede "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallar" ve "telefon, posta ve diğer iletişim imkanları" ile ilgili bilgileri; tur aracı sürücüsüne (ve varsa muavine) yönelik yaptıkları bilgilendirmede ise, "turistlere karşı göstermesi gereken davranışlar" ve "görev ve sorumlulukları" hakkında daha sık bilgi verdikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca,

seyahat acentalarının genelde uzun süreli turlarda hizmet veren turist rehberlerine müşteri memnuniyetini ölçen anketleri daha sık uygulattığı da tespit edilmiştir.

Tur Yönetiminde Grup Büyüklüğünün Önemi

Genellikle kalabalık gruplara hizmet veren turist rehberlerinin, küçük gruplara hizmet veren turist rehberlerine göre "sürücü, (ve varsa muavinin) görev ve sorumlulukları", "tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallar" ve "sanitasyon ve hijyen" ile ilgili bilgileri daha sık verdikleri, ayrıca "resepsiyon memurlarıyla" ve "bell-boylarla" da daha sık sorun yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Uzun süreli turlarda büyük gruplara hizmet veren turist rehberlerinin iş yükünün fazla olması sebebiyle, bu durumlarda turist rehberine yardımcı olabilecek ve iş yükünü paylaşabilecek bir tur liderinin görevlendirilmesi önerilebilir.

Bütün bunlara ilaveten, ankette yer alan açık uçlu soruya verilen cevaplardan anlaşıldığı üzere, turist rehberlerinin zaman zaman da olsa, yaşadıkları yönetsel sorunların daha ziyade "gastronomi", "turizm mevzuatı" ve "seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü" alanlarındaki bilgi eksikliğinden kaynaklandığını düşündükleri tespit edilmiştir. Ankete katılan rehberlerin büyük bir çoğunluğunun (yüzde 88) Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurslardan mezun oldukları ve bu kurslarda gastronomi, turizm mevzuatı ve seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü gibi derslerinin olmadığı dikkate alındığında, böyle bir sonucun çıkması şaşırtıcı değildir. Turist rehberlerinin bu alanlardaki bilgi eksiklerini tamamlamaları için gelecekte yapılacak olan hizmetiçi eğitim seminerlerine bu konular da dahil edilmelidir. Bu derslere, üniversitelerin rehberlik bölüm ve programlarında yer verildiği , Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurslarda ise verilmediği bilinmektedir. Bakanlık bu dersleri de eğitim programına almalı ya da turist rehberliği kursları açmayarak, turist rehberliği eğitimini üniversitelere bırakmalıdır.

Araştırma sonuçlarının ve çözüm önerilerinin dikkate alınması ile, turist rehberlerinin paket tur yönetiminde daha az sorunla karılaşması ve daha başarılı olması beklenebilir. Bu çalışmanın, turist rehberlerinin yönetsel fonksiyonlarıyla ilgili mevcut yazındaki boşluğu doldurmaya yönelik katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, turist rehberlerine daha verimli ve sistemli bir şekilde paket tur yönetebilmeleri açısından yol gösterici olacağı ve seyahat acentaları ile tur operatörlerinin tur yönetimiyle ilgili

karşılaştıkları sorunlarda turist rehberleriyle işbirliği yapmalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Gelecekteki Çalışmalara Öneriler

Paket tur yönetiminde turist rehberlerinin fonksiyonunun daha iyi anlaşılabilmesi için bundan sonra yapılacak olan benzer çalışmalar; (a) farklı ülke ve farklı zamanlara yönelik olabilir, (b) farklı ülke ve zamanlarda yapılan çalışmaların sonuçlarını karşılaştırmaya yönelik olabilir, (c) farklı milliyetlerden turistlere hizmet veren turist rehberlerine yönelik olabilir, (d) farklı milliyetlerden turistlere hizmet veren turist rehberlerine yönelik yapılan çalışmaların sonuçlarını karşılaştırmaya yönelik olabilir, (e) hem turist rehberlerinden hem de turistlerden bilgi toplanarak karşılaştırmalı olarak yapılabilir ve (f) turist rehberlerinin *planlama, örgütleme, yönelte ve etkileme, koordinasyon* ve *kontrol* fonksiyonlarının her birine değinen odaklaşmış çalışmalar olabilir.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu, Suavi H.; "Seyahat İşletmelerinde Kalitenin Belirleyicisi Olarak Turist Rehberlerinin Rolleri ve Önemleri", (Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesi, Hafta Sonu Semineri III, 13-15 Aralık 1996, Nevşehir), Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Nevşehir 1996, s.192-195.

Ahipaşaoğlu, Suavi H.; Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması Yönetimi ve Rehberliğin Meslek Olarak Seçilmesinin Nedenleri Üzerine bir Uygulama, Varol Matbaası, Ankara 1997.

Ahipaşaoğlu, Suavi H.; Turizmde Rehberlik, 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara 2001.

Akmel, Jale; "Turist Rehberliğinde Üniversite Eğitimi", (Turizm Eğitimi Konferansı, 9-11 Aralık 1992, Ankara), Yorum Yayın, Ankara 1992, s.215-217.

Arıkan, Rauf; Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma, Gazi Kitabevi, 3. Baskı, Ankara 2000.

Atherton, Trevor; "Package Holidays: Legal Aspects", Tourism Management, Vol. 15, Issue 3, June 1994, pp. 193-199.

Babbie, Earl; The Practice of Social Research, Sixth Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California 1992.

Baker, M. J.; Research for Marketing, Macmillan, London 1991.

Baransel, Atilla; Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi-Klasik ve Neo-KlasikYönetim ve Örgüt Teorileri, İstanbul ÜniversitesiYayın No: 2684, İstanbul 1979.

Bartol, Kathryn M.; David Martin; Management, McGraw - Hill, New York 1991.

Batman, Orhan; Recep Yıldırgan; Nihat Demirtaş; Turizm Rehberliği, Değişim Yayınları, Adapazarı 2000.

Bilge, Bülent; Profesyonel Turist Rehberliği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1989.

Bowen, David; "Antecedents of Consumer Satisfaction and Dis-Satisfaction (CS/D) on Long-Haul Inclusive Tours – A Reality Check on Theoretical Considerations", Tourism Management, Vol. 22, Issue 1, February 2001, pp. 49-61.

Brown, S.; "Drop and Collect Surveys: A Neglected Research Technique", Marketing Intelligence and Planning, Vol. 5, Issue1, 1987, pp. 19-23.

Buhalis, Dimitros; "Strategic Use of İnformation Technologies in the Tourism Industry", Tourism Management, Vol. 19, Issue 5, October 1998, pp. 409-421.

Buhalis, Dimitros; Maria Cristina Licata; "The Future of e-Tourism Intermediaries", Tourism Management, Vol. 23, Issue 3, June 2002, pp. 207-220.

Burns, R.B.; Introduction to Research Methods, SAGE Publications, London 2000.

Can, Halil; Organizasyon ve Yönetim, 1.Baskı, Adım Yayıncılık, Ankara 1991.

Can, Halil; Organizasyon ve Yönetim, 2.Baskı, Adım Yayıncılık, Ankara 1992.

Can, Halil; Organizasyon ve Yönetimi, 4. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara 1997.

Cavlek, Nevenka; "Tour Operators and Destination Safety", Annals of Tourism Research, Vol. 29, Issue 2, April 2002, pp.478-496.

Certo, Samuel C.; Modern Management. Diversity, Quality, Ethics and the Global Environment, Eighth Edition, Prentice Hall, New Jersey 2000.

Charters, Steve; Jane Ali-Knight; "Who is the Wine Tourist?", Tourism Management, Vol. 23, Issue 3, June 2002, pp. 311-319.

Clark, M.; M. Riley; E. Wilkie, and R. C. Wood; Researching and Writing Dissertations in Hospitality and Tourism, Thomson International Business Press, London 1998.

Cohen, Eric; "The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of a Role", Annals of Tourism Research, Vol. 12, Issue 1, January 1985, pp. 5-29.

Cross, Don; "Please Follow Me" The Practical Tourist Guide's Handbook, Fourth Edition, Wessexplore Tourist Services, Salisbury 1991.

Curran, Patrick J. T.; Principles and Procedures of Tour Management, CBI Publishing, Boston 1978.

Çimrin, Hüseyin; Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si, 1. Baskı, Akdeniz Kitabevi, Antalya 1995.

Dahles, Heidi; "The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia", Annals of Tourism Research, Vol. 29, Issue 3, July 2002, pp. 783-800.

Davis, D.; R. M. Consenza; Business Research for Decision Making, PWS-Kent Publishing, Boston 1988.

Değirmencioğlu, A. Özdal; Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998.

Dunn Ross, Elisabeth L.; Seppo E. Iso-Ahola; "Sightseeng Tourists' Motivation and Satisfaction", Annals of Tourism Research, Vol.18. Issue 2, 1991, pp. 226-237.

Efil, İsmail; İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1994.

Enoch, Yeal; "Contents of Tour Packages: A Cross Cultural Comparison", Annals of Tourism Research, Vol.23, Issue 3, July 1996, pp.599-618.

Eren, Erol; Yönetim ve Organizasyon, 5.Baskı, Beta Basım A.Ş., İstanbul 2001.

Eren, Erol; Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, 5.Baskı, Beta Basım A.Ş., İstanbul 1998.

Eroğlu, Feyzullah; Davranış Bilimleri, Beta Basım A.Ş., İstanbul 1998.

Eurpean Union; Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on Package Travel, Package Holidays and Package Tours, URL: http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sgadoc?smartapi!celexapi!prod!CELEXnumdoc&lg=EN&numdoc=31990L0314&model=guichett, Erişim 12.11.2003.

FEG-European Federation of Tourist Guide Associaations; CEN Definitions, URL: http://www.touristguides-europe.org/definitions.html, Erişim 21.11.2003.

Fişek, Kurthan; Yönetim, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 387, Ankara 1975.

Gee, Chuck Y.; Eduardo Fayos-Sola; (Editor, Co-Editor), International Tourism: A Global Perspective, Second Edition, World Tourism Organization, Madrid 1999.

Geva, Aviva; Arieh Goldman; "Satisfaction Measurement in Guided Tours", Annals of Tourism Research, Vol.18, Issue 2, 1991, pp.177-185.

Gibson, Heather; Andrew Yiannakis; "Tourist Roles: Needs and the Lifecourse", Annals of Tourism Research, Vol. 29, Issue 2, April 2002, pp. 358-383.

Gökçe, Birsen; Toplumsal Bilimlerde Araştırma, 3. Basım, Savaş Yayınları, Ankara 1999.

Gulick, L.; L. Urwick; (Eds.), Papers on the Science of Administration, Augustu Kelly, New York 1937.

Gündüz, Serhan; Tulga Albustanlıoğlu; " Müze-Turist-Rehber Üçgeninde Rehberlerin Rolü", (Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık 1997, Nevşehir), Erciyes Üniversitesi Matbaası, Kayseri 1997, s. 95-104.

Güney, Salih; Davranış Bilimleri, Nobel Yayınları, Ankara 2000.

Hacıoğlu, Necdet; Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1989.

Hampton, David, R.; Contemporary Management, Second Edition, McGraw-Hill, Auckland 1982.

Holloway, J. Christopher; "The Guided Tour: A Sociological Approach", Annals of Tourism Research, Vol. 8, Issue 3, July 1981, pp. 377-402.

Holloway, J. Christopher; The Business of Tourism, Second Edition, Pitman Publishing, London 1986.

Hudman, Lloyd E.; Donald E. Hawkins; Tourism in Contemporary Society, Prentice Hall, New Jersey 1989.

İçöz, Orhan; Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Turhan Kitabevi, Ankara 1998.

İstanbullu-Dinçer, Füsun; İsmail Kızılırmak; "Turizm Rehberliğinin Gelişimi ve Türkiye'deki Konumu" (Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık 1997, Nevşehir), Erciyes Üniversitesi Matbaası, Kayseri 1997, s.121-175.

Kalkan, Orhan; En Son Değişiklikleriyle Açıklamalı Turizm Mevzuatımız, T.H.K. Basımevi, Ankara 1995.

Karamustafa, Kurtuluş; Tourism Development and International Tour Operators: A Case Study of Turkey, Basılmamış Doktora Tezi, Strathclyde University, The Scottish Hotel School, 1999.

Karamustafa, Kurtuluş; "Marketing-Channel Relationships: Turkey's Resort Purveyors' Interactions with International Tour Operators", The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 41, Issue 4, August 2000, pp. 21-31.

Karamustafa, Kurtuluş; Salih Kuşluvan; "İngiliz Tur Operatörlerinin Turistik Destinasyon Seçiminde Kullandıkları Destinasyon Açısından Türkiye'yi Değerlendirmesi", Pazarlama Dünyası, Cilt 15, Sayı 86, Mart-Nisan 2001, s.16-24.

Karamustafa, Kurtuluş; "Türkiye'de İç Turizm Açısından İnternet Kullanımı", Pazarlama Dünyası, Cilt 4, Sayı 94, Temmuz-Ağustos 2002, s.38-46.

Klemm, Mary; Lynn Parkinson; "UK Tour Operator Strategies: Causes and Consequencess", International Journal of Tourism Research, Vol. 3, Issue 5, September 2001, pp. 367-375.

Koçel, Tamer; İşletme Yöneticiliği, Sekizinci Baskı, Beta Basım, İstanbul 2001.

Kozak, Sabah; Seyahat Acentalarında Tur Düzenleme, Eskişehir Meslek Yüksekokulu Yayınları, Eskişehir 1999.

Kreitner, Robert; Management, Houghton Mifflin, Boston 1989.

Kuşluvan, Salih; Kurtuluş Karamustafa; "Türkiye'de Dış Aktif Turizmin Gelişmesinde Yabancı Tur Operatörlerinin Rolü", Pazarlama Dünyası, Cilt 16, Sayı 5, 2002, s.18-25.

Kültür ve Turizm Bakanlığı; Türkiye'nin Turist Rehberi Profili, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü Raporu, Ankara 2003.

Kültür ve Turizm Bakanlığı; Dillere ve İllere Göre Rehber Dağılımı İstatistikleri, URL: http://www.kultur.gov.tr/portal/turizm_tr.asp?belgeno=45596, Erişim 10.02. 2004.

Lickorish, S.; C. Jenkins; An Introduction to Tourism, Butterworth-Heinemann, Oxford 2000.

Luck, D. V.; R. S. Rubin; Marketing Research, Prentice-Hall, Englewood Cliffs 1987.

Macionis, John J.; Society: The Basics, Prentice Hall, New Jersey 1996.

Mancini, Mark; Conducting Tours, Third Edition, Delmar Publishers, New York 2001.

Medina-Munoz, Rita; Diego R. Medina-Munoz; Juan M. Garcia-Falcon; "Understanding European Tour Operators' Control on Accomodation Companies", Tourism Management, Vol. 24, Issue 2, April 2003, pp. 135-147.

Middleton, T. C., Victor; Marketing in Travel and Tourism, Heinemann Professional Publishing, Oxford 1988.

Middleton Victor T. C.; "Whither The Package Tour?", Tourism Management, Vol. 12, Issue 3, September 1991, pp. 185-192.

Mısırlı, İrfan; Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Detay Yayıncılık, Ankara 2002.

Mill, Robert Christie; Tourism the International Business, Prentice-Hall, New Jersey 1990.

Mill, Robert Christie; Alastair M. Morrison; The Tourism System, Second Edition, Prentice-Hall, New Jersey 1985.

Moutinho, L.; M. Evans; Applied Marketing Research, Addison-Wesley, Wokingham 1992.

Nakip, Mahir; Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, Birinci Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2003.

Nickerson, Norma Polowitz; Foundations of Tourism, Prentice Hall, London 1996.

Özalp, İnan; İşletmelerde Yönetim: Fonksiyonlar ve Organizasyon, Bayteş Yayınları, Eskişehir 1985.

Özkalp, Enver; Levend Kılıç (Editör); Sosyoloji, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını No 300, Eskişehir 1997.

Pizam, A.; "Planning a Tourism Research Investigation", in J. R. B. Ritchie and C. R. Goeldner (eds.), Travel, Tourism, and Hospitality Research, John Wiley and Sons, New York 1994, 91-104.

Plog, Stanley; "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity (An Update of a Cornell Quarterly Classic)", Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, June 2001, Vol. 42, Issue 3, pp. 13-24.

Polat, Tülay; Seyahat İşletmelerinde, Profesyonel Turist Rehberliği, Rehberlik Mesleğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine bir Alan Araştırması, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.

Pond, Cathleen Lingle; The professional Guide: Dynamics of Tour Guiding, John Wiley and Sons, New York 1992.

Poynter, James M.; Tour Design Marketing Management, Regents / Prentice Hall, New Jersey 1993.

Quiroga, Isabel; "Characteristics of Package Tours ın Europe", Annals of Tourism Research. Vol 17, Issue 2, 1990, pp. 185-207.

Ray, Nina M.; Mary Ellen Ryder; ""Ebilities" Tourism: An Exploratory Discussion of the Travel Needs and Motivations of the Mobility-Disabled", Tourism Management, Vol. 24, Issue 1, 2003, pp. 599-616.

Rızaoğlu, Bahattin; Turizm Davranışı, Detay Yayıncılık, Ankara 2003.

Robbins, Stephen P.; Organizational Behavior. Concepts. Controversies. Applications., Eighth Edition, Prentice Hall, New Jersey 1998.

Sabuncuoğlu, Zeyyat; Melek Tüz; Örgütsel Psikoloji, Ezgi Kitabevi, Bursa 1995

Shaw, Margaret; Susan V. Morris; Hospitality Sales: A Marketing Approach, John Wiley and Sons, New York 2000.

Sheldon, Pauline J.; "The Tour Operator Industry: An Analysis", Annals of Tourism Research, Vol. 13, July 1986, pp. 349-365.

Sheldon, Pauline J.; James Mak; "The Demand for Package Tours: A Mode Choice Model", Journal of Travel Research, Vol. 25, Issue 3, 1987, pp. 13-17.

Smith, L. J. S., Tourism Analysis: A Handbook, Longman, Harlow 1995.

Souto, Martha S.; Group Travel, Second Edition, Delmar Publishers Inc., New York 1993.

Stover, R. V., W. J. Stone; "Hand Delivery of Self-Administrated Questionnaires", Public Opinion Quarterly, Issue 2, 1974, pp. 284-287.

Sung, Heidi; Alaister M. Morrison; Joseph T. O'Leary; "Definition of Adventure Travel: Conceptual Frameworks for Empirical Application from the Providers' Perspective", Asia Pacific Journal of Tourism Research, Vol. 1, Issue 2, 1996, pp 47-67.

Sung, Heidi; Alaister M. Morrison; Joseph T. O'Leary; "Segmenting the Adventure Travel Market by Activities: From the North American Industry Providers' Perspective", Journal of Travel and Tourism Marketing, Vol. 9, Issue 4, 2000, pp.1-20.

Şimşek, M.Şerif; Tahir Akgemci; Adnan Çelik; Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış, Nobel Yayınları, Ankara 2001.

Tangüler, Adnan; Profesyonel Turist Rehberliği ve Profesyonel Turist Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.

Tucker, Hazel; "Tourists and Troglodytes. Negotiating for Sustainability", Annals of Tourism Research, Vol. 28, Issue 4, 2001, pp. 868-891.

Turist Rehberleri Birliği; 2003 Yılı Hizmetiçi Seminerlerinin Yer ve Zamanları, URL: http://www.tureb.org.tr/duyurular.asp, Erişim 03.11.2003.

Türk Dil Kurumu; Türkçe Sözlük, 9. Baskı, Ankara 1998.

TÜRSAB-Türkiye Seyahat Acentaları Birliği; İstatistikler/Yabancı Ziyaretçilerin Profili/Paket Turların Kullanım Oranı, URL: http://www.tursab.org.tr/, Erişim17.11.2003.

Usal, Alparslan; Zeynep Kuşluvan; Davranış Bilimleri (Sosyal Psikoloji), 2. Baskı, Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi, İzmir 1998.

Wang, Kuo-Ching; An-Tien Hsieh; Tzung-Cheng Huan; "Critical Service Features in Group Package Tour: An Exploratory Research", Tourism Management, Vol. 21, Issue 2, April 2000, pp. 177-189.

Weaver, David Bruce; "Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality?", Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 42, Issue 2 , April 2001, pp. 104-112

Whipple, Thomas W.; Sharon V. Thach; "Group Tour Management: Does Good Service Produce Satisfied Customers?", Journal of Travel Research. Vol. 27, Issue 2, Fall 1988, pp. 16-21.

Wong, Simon; Elaine Lau; "Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages", Journal of Travel Research, Vol. 40, Issue 1, August 2001 pp. 57-67.

World Federation of Tourist Guide Associations; Report on Tourist Guiding Worldwide 1997, Vienna 1997.

Yale, Pat; The Business of Tour Operations, Longman, Malezya 2001.

Yıldırım, Süreyya; Lütfi Atay; "Turistik Ürün Pazarlaması Sürecinde Tur Rehberinin Fonksiyonu", (Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık 1997, Nevşehir), Erciyes Üniversitesi Matbaası, Kayseri 1997, s. 85-94.

Yıldız, Rıfat; Salih Kuşluvan; S.Yücel Şenyurt; "Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi", (Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü, Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık 1997, Nevşehir), Erciyes Üniversitesi Matbaası, Kayseri 1997, s.7-36.

Yu, Xin; Betty Weiler; Sam Ham; "Intercultural Communication and Mediation: A Framework for Analysing the Intercultural Competence of Chinese Tour Guides", Journal of Vacation Marketing, Vol. 8, Issue 1, July 2001, pp. 75-87.

EK-1: TURİST REHBERLERİNE UYGULANAN ANKET ÖRNEĞİ

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, paket turların uygulanma aşamasında turist rehberlerinin yönetsel fonksiyonları açısından karşılaştıkları sorunları belirlemeyi amaçlayan bir çalışmanın uygulama kısmına birincil veri elde edebilmek için düzenlenmiştir. Bu çalışma, Erciyes Üniversitesi İşletme Anabilim dalında yüksek lisans tezi olarak sunulacaktır. Vereceğiniz cevaplar kesinlikle gizli tutulacak ve bütünsel olarak değerlendirilerek sadece bilimsel amaçlar için kullanılacaktır.

Gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve vereceğiniz bilgiler için şimdiden teşekkür ederiz.

Y. Doç. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğretim Üyesi ve Tezin Danışmanı.
karamustafa@erciyes.edu.tr

Okutman Nihat Çeşmeci, Profesyonel Turist Rehberi, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğretim Elemanı ve Tezin Yazarı.
ncesmeci@erciyes.edu.tr

1. Seyahat acentalarının tur yapacağınız gruptaki turistlerin kişisel özellikleri hakkında bilgi verme yeterliliklerini, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Kişisel Özellikler	Bilgi Verme Yeterliliği			
	Tamamen Yetersiz	Yetersiz	Yeterli	Tamamen Yeterli
	1	2	3	4
1. Ortalama yaşları hakkında bilgi vermede				
2. Ortalama eğitim düzeyleri hakkında bilgi vermede				
3. Cinsiyetleri hakkında bilgi vermede				
4. Meslekleri hakkında bilgi vermede				
5. İlgi alanları hakkında bilgi vermede				
6. Gelir düzeyleri hakkında bilgi vermede				
7. Milliyetleri hakkında bilgi vermede				
8. Geldikleri ülkeler hakkında bilgi vermede				
9. Diğer (Lütfen belirtiniz):				

2. Seyahat acentalarının yapacağınız tur ile ilgili aşağıda belirtilen konularda bilgi verme yeterliliklerini, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Bilgi Türü	Bilgi Verme Yeterliliği			
	Tamamen Yetersiz	Yetersiz	Yeterli	Tamamen Yeterli
	1	2	3	4
1. Turun güzergahı hakkında bilgi vermede				
2. Kalınacak konaklama işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede				
3. Gidilecek yiyecek-içecek işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede				
4. Gidilecek eğlence işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede				
5. Gidilecek hediyelik eşya işletmesi(leri) hakkında bilgi vermede				
6. Grupta özel sorun, istek ve tercihleri olan kişi ya da kişiler hakkında bilgi vermede				
7. Gruptan erken ayrılacaklar hakkında bilgi vermede				
8. Ulaşım aracı veya araçları hakkında bilgi vermede				
9.Diğer (Lütfen belirtiniz):				

3. Çıktığınız turların seyahat acentaları veya tur operatörlerince yapılan genel planlama sürecine katılma sıklığınızı uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak lütfen belirtiniz.

( ) Hiç katılmıyorum.
( ) Nadiren katılıyorum.
( ) Bazen katılıyorum.
( ) Çok sık katılıyorum.

4. Tur öncesinde günlük zaman kullanımına yönelik planlama yaparken, dikkate aldığınız faktörlerin önem derecelerini, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Faktörler	Önem Derecesi			
	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Önemli	Çok Önemli
	1	2	3	4
1. Gruptaki kişi sayısı				
2. Aracın türü ve ortalama hızı				
3. Yol durumu				
4. Hava şartları				
5. Ziyaret edilecek yerlerin turistlerin ilgisini çekme düzeyi				
6. Diğer (Lütfen belirtiniz):				

5. Tura başlamadan önce planlama yaparken aşağıda belirtilen bilgileri bulmada zorlanma düzeyinizi, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Bilgi Türü	Bilgi Bulma Zorluk Derecesi				
	Bu Tür Bilgiye İhtiyacım Olmuyor	Çok Kolay	Kolay	Zor	Çok Zor
	0	1	2	3	4
1. Ziyaret edilecek müze ve ören yerleri hakkında bilgi bulmada					
2. Yol boyu mola yerleri hakkında yeterli bilgiye ulaşmada					
3. Gidilecek bölgedeki yiyecek-içecek işletmeleri hakkında bilgi bulmada					
4. Gidilecek bölgedeki animasyon ve eğlence işletmeleri hakkında bilgi toplamada					
5. Gidilecek bölgede konaklama yapılacak işletmeler hakkında bilgi bulmada					
6. Gidilecek bölgenin ayrıntılı haritasına ulaşmada					
7. Gidilecek bölgenin güvenliğiyle ilgili bilgilere ulaşmada					
8. Gidilecek bölgede hijyen, sanitasyon ve sağlık koşullarıyla ilgili bilgilere ulaşmada					
9. Gidilecek bölgede uzman rehberlere ulaşmada					
10. Yol durumu hakkında yeterli bilgiye ulaşmada					
11. Hava durumu hakkında yeterli bilgiye ulaşmada					
12. Diğer (Lütfen belirtiniz):					

6. Tura başlamadan önce turistlere (otobüste veya otelde) tur hakkında ayrıntılı bilgiler veriyor musunuz?

( ) Evet, veriyorum.

( ) Hayır, vermiyorum. (Lütfen 7. soruyu atlayarak 8. soruya geçiniz)

7. Tura başlamadan önce yapmış olduğunuz bilgilendirmede, **turistleri** aşağıdaki konularda bilgilendirme sıklığınızı, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Verilen Bilgiler	Bilgilerin Önem Derecesi			
	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Çok Sık
	1	2	3	4
1. Tur güzergahıyla ilgili bilgi verilmesi				
2. Rehberin tur esnasındaki görev, yetki ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi verilmesi				
3. Sürücü, varsa, muavinin görev ve sorumluluklarıyla ilgili bilgi verilmesi				
4. Tur aracında ve tur esnasında uyulacak kurallarla ilgili bilgilerin sunulması				
5. Değerli eşyaların muhafazası konusunda bilgilerin verilmesi				
6. Acil durumlarda ne yapılması gerektiği ile ilgili bilgilerin verilmesi				
7. Telefon, posta ve diğer iletişim imkanlarıyla ilgili bilgilerin verilmesi				
8. Ülke veya bölge halkıyla ilişkiler hakkında bilgilerin açıklanması				
9. Sanitasyon ve hijyenle ilgili bilgilerin verilmesi				
10. Hediyelik eşya alımıyla ilgili bilgilerin verilmesi				
11. Fotoğraf ve video çekimi ile ilgili bilgilerin verilmesi				
12. Diğer (Lütfenbelirtiniz):.....				

8. Tura başlamadan önce **tur aracının sürücüsünü, varsa, muavinini** aşağıdaki konularda bilgilendirme sıklığınızı, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Konular	Önem Derecesi			
	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Çok Sık
	1	2	3	4
1. Sürücüye tur güzergahı ve ayrıntıları hakkında bilgi verme				
2. Sürücü ve muavinin tur esnasında rehbere karşı göstermesi gereken davranışları hakkında bilgi verme				
3. Sürücü ve muavinin turistlere karşı göstermesi gereken davranışları hakkında bilgi verme				
4. Sürücü ve muavinin görev ve sorumluluklarını bildirme				
5. Tip paylaşımıyla ilgili ilkeleri belirleme				
6. Diğer (Lütfenbelirtiniz):				

9. Tur başlamadan önce seyahat acentasından aldığınız avans turda yaptığınız harcamalar için yeterli oluyor mu?
   ( ) Evet, oluyor.
   ( ) Hayır, olmuyor.

10. Seyahat acentaları avans verirken, rutin giderlerin dışında bazı beklenmeyen harcamalar için belirli bir miktar para veriyor mu?
   ( ) Evet, veriyor.
   ( ) Hayır, vermiyor.

Not: Dokuzuncu ve onuncu soruların her ikisine de cevabınız "evet" ise, lütfen 12. soruya geçiniz.

11. Dokuzuncu ve/veya onuncu sorulara cevabınız "hayır" ise, zaman zaman yaptığınız ekstra harcamaları tur sonrasında belgelendirerek seyahat acentasından tahsil edebiliyor musunuz?

   ( ) Evet, tahsil edebiliyorum.
   ( ) Hayır, tahsil edemiyorum.
   ( ) Ekstra harcama yapmıyorum; harcamalarımı aldığım avans ile sınırlıyorum ve rutin giderlerin dışında ekstra harcamalarda bulunmuyorum.

12. Tur esnasında turistlerin hizmet aldığı diğer personel ile sorun yaşama sıklığınızı, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Çalışanlar	Sorun Yaşama Sıklığı			
	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Çok Sık
	1	2	3	4
1. Acenta personeliyle				
2. Sürücülerle				
3. Muavinlerle				
4. Resepsiyon memurlarıyla				
5. Bell-boylarla				
6. Yiyecek ve içecek servisi yapan personelle				
7. Müze ve ören yeri görevlileriyle				
8. Hediyelik eşya satıcılarıyla				
9. Diğer (Lütfen belirtiniz):				

13. Turistlerle aşağıda belirtilen durumlarda sorun yaşama sıklığınızı, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Durum	Sorun Yaşama Sıklığı			
	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Çok Sık
	1	2	3	4
1. Gruba hitap etmede				
2. Grup üyelerini birbiriyle kaynaştırmada				
3. Grubu toparlamada				
4. Grubun moralini yüksek tutmada				
5. Grup üyelerini motive etmede				
6. Grubun ilgisini belli bir noktaya odaklamada				
7. Grubun rehberi takip etmesini sağlamada				
8. Tur programını planlanan şekilde gerçekleştirmede				
9. Diğer (Lütfen belirtiniz):				

14. Turu oluşturan farklı hizmetlerin koordinasyonunda aşağıda belirtilen kurum, kuruluş ve işletmelerle sorun yaşama sıklığınızı, lütfen, uygun olan seçeneğe (X) işareti koyarak belirtiniz.

Kurum, Kuruluş ve İşletmeler	Sorun Yaşama Sıklığı			
	Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Çok Sık
	1	2	3	4
1. Konaklama işletmeleriyle				
2. Ulaştırma işletmeleriyle				
3. Yiyecek ve içecek işletmeleriyle				
4. Eğlence ve animasyon hizmeti veren işletmelerle				
5. Müze ve ören yerleriyle ilgilenen kurum ve kuruluşlarla				
6. Hediyelik eşya işletmeleriyle				
7. Diğer (Lütfen belirtiniz):				

15. Tur esnasında, tura katılan bireylerin kültürel farklılıklarından kaynaklanan sorunlar yaşıyor iseniz, lütfen yaşadığınız bu türden sorunları kısaca belirtiniz.

16. Tur sonunda, turist tatmini ile ilgili seyahat acentasına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunuyor musunuz?

( ) Evet, bulunuyorum.
( ) Hayır, bulunmuyorum.

17. Tur sonunda tur boyunca birlikte çalışılan ve hizmet alınan kişi ve/veya kuruluşların performansı ile ilgili seyahat acentasına sözlü veya yazılı geri bildirimde bulunuyor musunuz?
    ( ) Evet, bulunuyorum.
    ( ) Hayır, bulunmuyorum.

18. Tura çıkmadan önce planladıklarınız ile tur boyunca gerçekleşenleri karşılaştırıyor musunuz?
    ( ) Evet, karşılaştırıyorum ve planladıklarım ile tur boyunca gerçekleşenler arasında
        ( ) hiç sapma olmuyor
        ( ) nadiren sapma oluyor
        ( ) bazen sapma oluyor
        ( ) çok sık sapma oluyor
    ( ) Hayır, karşılaştırmıyorum

19. Seyahat acentaları sizden tur sonrasında turistlerin memnuniyetini ölçen anketlerin uygulamasını istiyor mu?
    ( ) Evet, istiyor.
    ( ) Hayır, istemiyor.(Lütfen 20. soruyu atlayarak 21. soruya geçiniz)

20. Tur sonunda turist memnuniyetini ölçen anketler uyguladıysanız, seyahat acentası sizi bu anketlerin sonuçlarından haberdar ediyor mu?
    ( ) Evet, ediyor.
    ( ) Hayır, etmiyor.

21. Tur esnasında zaman zaman da olsa yaşadığınız yönetsel sorunlar, aşağıda belirtilen hangi alan ya da alanlardaki bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır.

Bilgiler	Lütfen uygun olan seçeneğin karşısına (X) işareti koyunuz	Bilgiler	Lütfen uygun olan seçeneğin karşısına (X) işareti koyunuz
1. Arkeoloji		13. Turizm pazarlaması	
2. Tarih		14. Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü	
3. Sanat tarihi		15. Tur Yönetimi	
4. Mitoloji		16. Yönetim ve organizasyon	
5. Dinler tarihi		17. İş ahlakı	
6. Genel turizm		18. Bilgisayar	
7. Turizm coğrafyası		19. İlk yardım	
8. Fiziki coğrafya		20. Psikoloji	
9. Gastronomi		21. Sosyal Psikoloji	
10. Turizm ekonomisi		22. İletişim	
11. Turizm işletmeciliği		23. Drama	
12. Turizm Mevzuatı		24. Diğer (Lütfen belirtiniz) :	

22. Turist rehberlerinin tur esnasında yaşadığı sorunlarla ilgili ilave etmek istediğiniz görüşleriniz varsa, lütfen, aşağıdaki boşluğu kullanarak belirtiniz.

Demografik ve Mesleki Özellikler

23. Cinsiyetiniz ( ) Bay ( ) Bayan	**24. Medeni haliniz** ( ) Evli ( ) Bekar
25. Yaş grubunuz ( ) 25 ve altı ( ) 26-30 ( ) 31-35 ( ) 36-40 ( ) 41-45 ( ) 46-50 ( ) 51 ve üzeri	**26. Rehberlik kokartınızı hangi kurumdaki eğitim sonrasında almaya hak kazandınız?** ( ) Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği kurstan ( ) Rehberlik eğitimi veren bir önlisans kurumundan ( ) Rehberlik eğitimi veren bir lisans kurumundan
27. Halen hangi statüde rehberlik yapıyorsunuz? ( ) Serbest olarak zaman zaman ( ) Serbest olarak sezonluk ( ) Serbest olarak tam zamanlı ( ) Bir acentaya bağlı olarak sezonluk sözleşmeyle ( ) Bir acentaya bağlı olarak tam zamanlı	**28. Eğitim-öğrenim düzeyinizi ve mezun olduğunuz alanı lütfen belirtiniz** ( ) Lise :..... ( ) Önlisans :..... ( ) Lisans:..... ( ) Yüksek lisans :..... ( ) Doktora:.....
29. Rehberlik dışında aktif olarak ikinci bir iş ile meşgul müsünüz? ( ) Evet (Lütfen belirtiniz):..... .... ( ) Hayır	**30. Kaç yıldır fiilen rehberlik yapmaktasınız?** ( ) 2 yıldan az ( ) 2-5 yıl ( ) 6-9 yıl ( ) 10-13 yıl ( ) 14-17 yıl ( ) 18 yıl ve üzeri
31. Rehberlik yaptığınız turlara genelde bir tur lideri katılıyor mu? ( ) Hiç katılmıyor ( ) Nadiren katılıyor ( ) Sıklıkla katılıyor ( ) Sürekli katılıyor	**32. Rehberlik yaptığınız turlar ortalama kaç gün sürmektedir?** ( ) 1 gün ve daha az ( ) 2-5 gün ( ) 6-9 gün ( ) 10 gün ve üzeri
33. Rehberlik yaptığınız turlara genelde bir uzman rehber katılıyor mu? ( ) Hiç katılmıyor ( ) Nadiren katılıyor ( ) Sıklıkla katılıyor ( ) Sürekli katılıyor	**34. Genellikle kaç kişilik gruplarla çalışıyorsunuz?** ( ) 15 ve altı ( ) 16-20 ( ) 21-25 ( ) 26-30 ( ) 31 ve üzeri
35. Rehberlik kokartınızı aldığınız yıl? Lütfen belirtiniz.	**36. Bir yılda ortalama olarak tura çıkma sıklığınız nedir?** ( ) 10 kez ve daha az ( ) 11-50 kez ( ) 51-100 kez ( ) 101 kez ve üzeri
37. Ne kadar süredir aynı acenta ile çalışıyorsunuz? Lütfen ay ve yıl olarak belirtiniz.	**38. Hangi dil veya dillerden rehberlik yapıyorsunuz? Lütfen belirtiniz.** ....
39. Genel olarak hangi milliyetten gruplarla tura çıkmaktasınız? Lütfen gerekirse birden fazla seçeneği işaretleyerek belirtiniz. ( ) Alman ( ) İngiliz ( ) Rus ( ) Fransız ( ) İtalyan ( ) İspanyol ( ) Japon ( ) Türk ( ) Diğer(leri) (Lütfen belirtiniz):	**40. Yurtdışında bulundunuz mu?** ( ) Evet ( ) Hayır **Lütfen gün, ay ve yıl olarak yurtdışında bulunduğunuz toplam süreyi belirtiniz.** Yurtdışında toplam bulunma süresi: ....

ANKETİMİZİ DOLDURARAK BU ÇALIŞMAYA SAĞLAMIŞ OLDUĞUNUZ DEĞERLİ KATKILARINIZDAN DOLAYI TEŞEKKÜR EDERİZ.

ÖZGEÇMİŞ

Nihat Çeşmeci 28 Ekim 1972 yılında İsperih-Bulgaristan'da doğmuştur. Burada ilk ve orta öğrenimi ile lise öğreniminin bir kısmını tamamladıktan sonra Türkiye'ye yerleşmiş ve 1990 yılında Sincan Lisesi'nden mezun olmuştur. 1995 yılında Turizm Bakanlığı'nın açmış olduğu Profesyonel Turist Rehberliği kursunu tamamlamış ve 1996 yılında Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan turizm ve otel işletmeciliği dalında lisans derecesi almıştır. Lisans öğrenimini tamamladıktan sonra birçok farklı seyahat acentasına bağlı olarak ve serbest olarak turist rehberliği yapan Nihat Çeşmeci, 2000 yılında Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda öğretim elemanı olarak göreve başlamıştır. Halen bu kurumda öğretim elemanı olarak çalışmakta olan Nihat Çeşmeci'nin ilgilendiği akademik konular ve lisans düzeyinde verdiği dersler arasında tur planlaması ve yönetimi, turist rehberliği ve turizm coğrafyası bulunmaktadır.

İletişim Bilgileri:

Adres: Erciyes Üniversitesi, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Avanos Yolu 50040 / Nevşehir

Telefon: İş 0384-215 20 00

Ev 0384-215 29 06

Fax: 0384-215 20 06

E-mail: nihat@eunev.edu.tr, ncesmeci@erciyes.edu.tr