



Araştırma Makalesi (Research Article)

**PAKET TURLARDA TURİST REHBERLERİ HİZMETLERİNE İLİŞKİN BİR  
DEĞERLENDİRME (AN ASSESSMENT OF TOURIST GUIDING SERVICES IN PACKAGE  
TOURS)\*\***

Sevcan BİLGİMÖZ<sup>1</sup> (orcid.org/ 0000-0001-9407-1405)

Yalçın ARSLANTÜRK<sup>2\*</sup> (orcid.org/ 0000-0003-0936-5391)

<sup>1</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, Ankara, Türkiye

<sup>2</sup> Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği, Ankara, Türkiye

**Özet**

Paket turlara katılım turizm hareketlerinin en önemli parçalarından biridir. Turizm hizmet yoğun ve bununla birlikte müşteri memnuniyetinin en önemli olduğu sektörlerdendir. Paket turlarda memnuniyet sağlanmasında en önemli faktörden biri ise turist rehberleridir. Turist rehberlerinin tur sırasında ki hizmet ve performansı turistlerin farklı bir deneyime sahip olmasını ve buna bağlı olarak turist memnuniyetinin artmasını sağlamaktadır. Çalışmanın amacı, paket tur katılımcılarının, tur boyunca onlara eşlik eden turist rehberinden memnuniyet düzeylerini belirlemek, aynı zamanda memnuniyet düzeylerinin artmasına yardımcı olacak faktörleri ortaya çıkarmaktır. Bu doğrultuda, paket tur katılımcılarına turist rehberinden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi için anket uygulaması yapılmış, çıkan sonuçlar istatistik paket programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların, turist rehberlerinden ortalama üstü bir memnuniyet düzeyine sahip oldukları ancak tam anlamda bir memnuniyet duymadıkları belirlenmiş ayrıca memnuniyet düzeyinin bazı demografik değişkenlere göre değiştiği tespit edilmiş ve bununla birlikte turist rehberlerine memnuniyeti arttırmak için kendilerini geliştirme konusunda önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Paket Tur, Turist Rehberliği, Memnuniyet

**Abstract**

Participation in package tours is one of the most important parts of tourism activities. Tourism services are intensive and along with this, the most important sectors where customer satisfaction is of great significance. This in mind, one of the most important factors in providing satisfaction in package tours is tourist guides. The service and performance of tourist guides during the tour enables tourists to have a different experience and consequently increase the satisfaction of tourists. The aim of the study is to determine the satisfaction levels of the package tour participants during the tour and the factors that will help them to increase their satisfaction levels. In this direction, a questionnaire was administered to the package tour participants to determine their satisfaction level from the tourist guide, and the results were evaluated with a statistical package program. At the end of the research, it was determined that the participants had an average satisfaction level above the tourist guides but could not create a complete satisfaction; in addition, it was determined that the level of satisfaction varied according to some demographic variables, and suggestions were made to improve themselves in order to increase satisfaction with tourist guides.

**Keywords:** package tour, tourist guiding, satisfaction

\*\* Bu makale, 2019 yılı Haziran ayında Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programında yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

\* Sorumlu yazar: [yalcin.arslanturk@hbv.edu.tr](mailto:yalcin.arslanturk@hbv.edu.tr)

DOI: 10.33083/joghat.2022.144

## **Giriş**

Turizm sektörünün önem arz ettiği her ülkede paket turlar sektörün en önemli parçalarından biri haline gelmiştir. Yerli ve yabancı turistlerin sıklıkla katıldığı turizm aktivitelerinin başında paket turlar gelmektedir. Hizmet sektöründe herhangi bir hizmet satın alan müşteriler, aldıkları hizmetten en yüksek düzeyde memnuniyet duymak isterler. Paket turların tercih nedenlerinden biri ve aynı zamanda turun şekillenmesinde önemli unsurlardan biri turist rehberleridir. Yapılan araştırmalar, paket turlarda müşteri memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde turist rehberlerinin oldukça önemli olduğunu göstermiştir.

## **Kavramsal Çerçeve**

Turizm aktivitelerinin en önemli parçalarından biri paket turlardır. Turist rehberli paket turlar popüler hale gelmiştir ve önemli bir turizm pazarını temsil etmektedir (Bowie ve Chang,2005). Paket turlar genel anlamda bir çok turistik aktivite ve rehberlik hizmeti içeren ve her şey dahil bir fiyattan tüketiciye sunulan turistik ürünlerdir. Paket turlar; bir ya da daha fazla ulaşım, konaklama, yeme-içme, turistik çekicilikler, rekreasyon aktiviteleri ve ekstralar (transfer, profesyonel turist rehberi hizmeti) gibi elemanları içerir (İçöz,2009: 229).

Paket turların turistler tarafından tercih edilmesinde birçok neden bulunmaktadır. Küçükaşan (2009), paket turların güvence ve konfor açısından olduğu kadar bağımsız, paket tur harici seyahatlerle karşılaştırıldığında daha uygun fiyatlı olması ve yeni bir sosyal çevre sağlama gibi avantajlar sunduğunu belirtmektedir. Ayrıca acenteler, paket tur programlarında programın genel hatları dışında, turun içerisinde ekstra turlar düzenlemektedirler, bu ekstra turlara belirli oranda minimum turist sayısını şart koşmaktadırlar. Bu ekstra turlar yine turist rehberi eşliğinde ve kalabalık grup ile birlikte düzenlenmektedir ve katılımcılara farklı sosyalleşme fırsatları sunmaktadır (İşler ve Güzel,2014). İnsanları kendi başlarına seyahat etmek yerine turlara katılmayı tercih etme nedenlerinden biri de turist rehberlidir (Chan, Hsa, ve Baum,2015:23). Turizm ve turlarla ilgili hizmetler oluşumunda rehberler anahtar unsurlardan biri (Arslantürk ve Altunöz,2012) ve aynı zamanda rehberli turlar; kısa zaman diliminde belirli bir destinasyonun ilgi çekici yerlerine bakmanın en iyi yollarındandır (Zerva ve Nijkamp,2016:42).

Turist Rehberleri Derneği Avrupa Federasyonu (The European Federation of Tourist Guides Association) turist rehberini, yurt dışından ya da kendi ülkesinden gelen turistlere, turistlerin tercih ettiği dilde gidilen destinasyonun şehrin merkezini, tarihini, doğasını ve müze çevresini bilgi verici ve eğlendirici bir üslupla tercüme eden kişi olarak tanımlamıştır (Mak, Wong ve Chang,2010). Turist rehberi, bir ülkeyi gezen turist gruplarıyla gelişlerinden dönüşlerine kadar bir arada olan, doğrudan ve en uzun süreyle ilişki içinde bulunan kişidir. Rehberlerin davranışları, konuşmaları, yargıları ve açıklamaları ülke açısından resmen olmasa bile fiilen bağlayıcıdır. Bir rehber ülkesi için hem olumlu hem de olumsuz anlamda bir çok şey yapabilir demektir (Ahipaşaoğlu,2001:49). Tüm mesleklerde olduğu gibi turist rehberliği mesleğinin de kendine has özellikleri ve zorlukları vardır. Turist rehberlerinin sahip olmaları gereken nitelik, bilgi ve becerileri ne düzeyde olursa olsun, öncelikle insanları ve seyahati sevmeleri gerekmektedir. Seyahat sırasında karşılaşılan zorluklarla uğraşmayı sevmeyen ve evinden uzağa çıkmaktan pek hoşlanmayan insanlar bu meslek için ideal aday değildirler. Rehberin kendisi de gittiği yerleri turistler kadar sevmelidir çünkü sadece hevesli ve içten davranan rehberler turistleri mutlu edebilmektedir (Tangüler,2002:8). Bir meslek olarak turist rehberliği; tur sırasında tur katılımcılarının hoş vakit geçirmesi için eğlendirmeyi bilmeyi ve ziyaret edilen turistik mekanları iyi bir ifade ve dil kullanarak anlatım becerisi gerektirir (Ap ve Wong,2001:551). Ayrıca tur liderlerinin iş özellikleri içeriği nedeniyle, çeşitli kültürel durumlara hızla adapte olma, tur gruplarına eşlik ederken ortaya çıkabilecek sorunları çözüme ve turistlerin memnuniyetini sağlamak için çeşitli rol işlevlerini benimseme yeteneğine sahip olmaları gerekir (Tsaur ve Tu, 2019). Tsaur ve Tu (2019) çalışmalarında, tur liderlerinin kültürel yeterliğinin iş performansı üzerindeki etkisine değinen tur liderleri üzerine bir çalışma yapmış, kültürel yeterliliği değerlendirmek amacıyla bir ölçek geliştirmiştir ve bu araştırmayla tur liderlerinin kültürel yeterliğinin iş performansı ve grup üzerinde olumlu yönde etkisi olduğuna ve konunun önemine vurgu yapmıştır. Turist rehberi, bir ülkeyi gezen yabancı turist gruplarıyla gelişlerinden dönüşlerine kadar bir arada olan, doğrudan ve en uzun süreyle ilişki içinde bulunan ülke yurttaşıdır.

Turist rehberleri, iş ve görevlerini seyahat güzergahına ve seyahat acentası tarafından düzenlenen içeriğe göre düzenlemelidir ancak yolculuk sırasında gezginlerin farklı ihtiyaçları olabilmektedir ya da acil durumlar meydana gelebilmektedir bu gibi durumlarda turist rehberlerinin olaylar karşısında tutumları, katılımcılara nasıl yaklaştıkları önemlidir, her tur üyesinin bireysel ihtiyaçlarını karşılamak için tur liderleri fikirlerini eyleme dönüştürmelidir. Bu, tur liderinin görevlerinin yerine getirilmesinde iş becerikliliğinin önemini göstermektedir (Yen, Tsaur ve Tsai, 2018).

20. yüzyılda dünya ekonomisinin ve dünyada sosyal gelişimin büyümesinde turizm sektörünün katkısı büyük olmuştur. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ' göre; 1950 yılında turizm hareketine katılan kişi sayısı 25 milyon iken bu rakam 2007 yılında 898 milyon kişiye ulaşmış, 2017 yılında bu rakam 1,3 milyar kişiye çıkmış ve 2018 yılında 1,4 milyar kişiye ulaşmıştır. Ayrıca, 2030 yılında bu rakamın 1,8 milyar kişiye çıkması beklenmektedir (<http://www2.unwto.org/>). Ayrıca, hane halkı yurt içi turizm istatistiklerine göre 2018 yılında; 78 milyon 523 bin seyahat gerçekleşmiş, toplam harcama, 40 milyar 266 milyon 153 bin TL olmuş, Bu rakamın %8,7'si 3 milyar 507 milyon 822 bin TL si paket tur harcaması olarak gerçekleşmiştir.

Diğer yandan, 2018 yılında gelen yabancı ziyaretçi toplam sayısı, 39 milyon 488.401 kişi olarak gerçekleşmiştir. Turizm gelirleri ise 2018 yılında 2017 yılına göre %12,3'lük büyüme ile 29,5 milyar dolara yükselmiştir, bu rakamın %81,41'lik kısmı yabancı ziyaretçilerden, %18,11'lik kısmı ise yurt dışında ikamet eden vatandaşlardan oluşmuştur (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/> ve <http://www.tuik.gov.tr> ). Bu denli yüksek rakamların olduğu turizm sektöründe hem yerli hem de yabancı turistlerin turizm aktivitelerinde turist rehberlerine çok önemli görevler düşmektedir. Ülkelerin ve şehirlerin imajının oluşturulmasında, bunlara yönelik ön yargıların kırılmasında ve aynı zamanda kültürel yapının doğru bir şekilde aktarılmasında turist rehberlerinin rolü oldukça önemlidir (Arslantürk, Altınöz, Çalık,2013).

### **Paket Turlarda Turist Rehberliği Hizmetlerinden Memnuniyet**

Müşteri memnuniyeti, hizmet yoğun bir sektör olan turizm sektöründe, tüm turizm işletmeleri (oteller, seyahat acentaları, tur operatörleri ve diğer turistik hizmet ve ürün satan turizm işletmeleri) için oldukça önemlidir. Turizm alanında memnuniyetle ilgili yapılan birçok çalışma da memnuniyetin önem derecesi vurgulanmıştır. Yapılan çalışmalar göstermiştir ki, turizm sektöründe memnuniyet hizmet kalitesi ile doğrudan ilişkilidir ve algılanan hizmet kalitesinin memnuniyet üzerinde olumlu yönde etkisi vardır. Diğer yandan memnuniyetin, turizm sektörü için son derece önemli olan tekrar ziyaret niyeti ve müşteri sadakatine doğrudan ve olumlu yönden etki ettiği yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Duman ve Öztürk,2005; Kozak ve Rimmington 2000, Yüksel 2001, Baloğlu 2001,Niininen ve Riley 2003). Özellikle seyahat acentaları, turizm hizmet sektörü içinde yer alan, sektörünün önde gelen kurumlarıdır ve bu acentaların yöneticileri de günümüzde yaşanan yoğun turizm rekabeti içinde faaliyetini sürdürebilmenin anahtarının kaliteli hizmet anlayışı olduğunun farkındadır (Arslantürk, Altınöz, Çalık,2013).

Herhangi bir seyahat acentesi işletmesinde müşteri memnuniyeti için işletmenin kendisi tek unsur değildir, aynı zamanda müşteri memnuniyetinde çalışanların performansı da belirleyicidir. Özellikle paket turlar açısından ele aldığımızda; tur operatörlerinde ve seyahat acentalarında turist rehberlerinin performansı diğer çalışanlarına göre turist memnuniyeti sağlanmasında çok kritik ve önemlidir ayrıca rehberli turlar, turizm pazarı için popüler olmakla birlikte aynı zamanda önemli bir turizm aktivitesini temsil eder (Sezgin ve Düz,2018). Bununla birlikte paket turlarda memnuniyet sağlanması ve turlarda artan talebe yetişmek ve turist rehberliğinde nitelikli personel bulmaya çok ihtiyaç duyulması şaşırtıcı değildir (Arslantürk ve Altınöz,2012).

Satın alınan tur programlarından en yüksek düzeyde memnuniyet sağlamak isteyen tur katılımcıları için paket tur içerisinde önemli unsurlardan biri de turist rehberleridir. Turizm literatüründe yaygın olarak kabul edildiği gibi, hizmet kalitesi kapsamında turist rehberi turist memnuniyetinin sağlanmasında önemli bir faktördür (Mak, Wong ve Chang,2010). Turist rehberin tur sırasındaki performansı turistlerin beklentilerinin ne derecede karşılanacağını belirler (Black ve Weiler, 2005 :19). Rehberler, paket tur boyunca diğer turizm işletmeleriyle ve aynı zamanda katılımcılar ile birlikte sürekli olarak bilgi alışverişindedir. Bununla birlikte turist rehberi tur katılımcıları tarafından destinasyonun uzmanı olarak kabul edildiğinden turistler tur boyunca rehberine güvenir, onun öneri ve tavsiyelerini alırlar. Destinasyonlarda turist rehberi algılanan turist memnuniyetinde oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Turist rehberlerinin, tur hizmetleri sırasındaki performansı turist beklentilerini karşılar veya aşarsa turist memnuniyeti ortaya çıkar. Öte yandan turist rehberinin performansının turistlerin tarafından beklentiye karşılamaması durumunda memnuniyetsizlik ortaya çıkacaktır (McDowall,2010). Turistlerin hizmet kalitesi üzerine algıları rehberin performans kalitesi olarak düşünülebilir (Chang, 2014 :224).

Turist rehberleri hem yerli hem de yabancı turistlerle birebir iletişim kurdukları, tur boyunca turistlere rehberlik ettikleri için turizm sektörü için oldukça önem arz etmektedir. Turist rehberlerinin turist üzerinde ki etkileri, memnuniyetleri vb. yapılan birçok çalışmada gözlemlenmiştir. Güzel (2007) Antalya şehrine gelen 335 Alman turist üzerinde Türkiye'nin imajı ile ilgili görüşleri üzerine tur öncesi (rehberlik hizmeti öncesi) ve tur sonrası (rehberlik hizmeti sonrası) görüşlerini değerlendirmiş ve araştırma sonucunda turist rehberleri sayesinde tur sonrasında turistlerin Türkiye ile ilgili düşüncelerinin birçok unsurda olumlu yönde değiştiği gözlemlenmiştir. Mossberg, (1995) tur liderlerinin performansının turun geneline, turistlerin algısına ve de

memnuniyetine nasıl etki ettiğini araştırmak amacıyla İsveç merkezli bir tur operatörünün Sri Lanka, Bulgaristan, Rodos, ve Türkiye turlarına katılan müşterilerine tur öncesinde ve tur bitiminde olmak üzere araştırma gerçekleştirmiş ve araştırma sonucunda Türkiye ve Bulgaristan turları katılımcılarının tur sonrası algılarını olumlu yönde değiştiği gözlemlenmiştir. Bununla birlikte tur liderlerinin turlarda turistlerin algıları üzerinde önemli etkisi olduğunu vurgulamıştır. Kuo, Cheng, Chang, ve Chuang, (2018) rehberlerin hizmet kalitesinin, turist memnuniyetiyle arasındaki asimetrik etkileri üzerinde çalışmışlar, çalışma Tayvan'ı ziyaret eden iki farklı dil konuşan 2 tur grubu üzerinde gerçekleşmiş ve bir tur rehberinin bilgiyi ölçme ve problem çözme yeteneğine ilişkin zayıf olmasının turist memnuniyeti üzerinde önemli asimetrik olumsuz etkilere yol açabileceğini göstermiş bununla birlikte, rehberlerin kişilerarası iletişimde ve organizasyonda ve mesleki yeterlilikte iyi düzeyde olmasının turist memnuniyeti üzerinde önemli asimetrik olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Turist rehberleriyle ilgili olan diğer bir çalışmada (Tsaur ve Ku, 2019), tur liderlerinin duygusal zekalarının tur üyeleri üzerindeki etkilerine değinilmiş, çalışma sonucunda duygusal zekaya sahip turist rehberlerinin grubu anlayabilme ve iletişim kurmada daha iyi olduğunu ve turist grubunu doğrudan ve pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

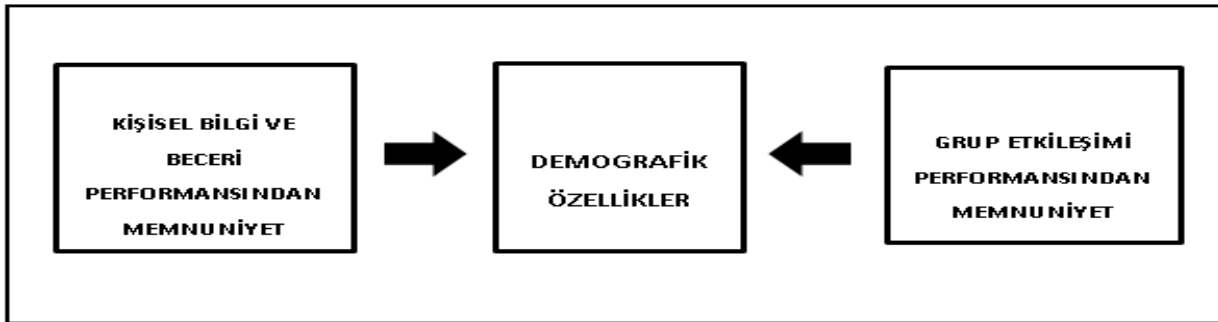
Turist rehberlerinin, ülkelerin turizm sektörü açısından öneme sahip olduğu yapılan birçok araştırmada gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, müşterilere verilen turist rehberliği hizmetinin müşteri beklentilerini karşılayıp karşılamadığının anlaşılabilmesi için de, verilen turist rehberliği hizmetin kalite düzeyinin ölçülmesi gerekmektedir ancak rehberlik hizmet kalitesi kavramının soyut olmasından dolayı ölçümünün de ne kadar zor olduğu bilinmektedir (Arslantürk, Altınöz, Çalık,2013).

## Yöntem

### Amaç ve Önem

Bu çalışmanın amacı boş zamanlarını turizmle değerlendirmeyi tercih eden paket tur katılımcılarının, turist rehberinden memnuniyet düzeylerini belirlemek, aynı zamanda memnuniyet düzeylerinin artmasına yardımcı olacak faktörleri ortaya çıkarmak ve bu doğrultuda turist rehberlerinin eksikliklerini ortaya çıkararak, bu eksikliklerin giderilmesine katkı sağlamaktır. Çalışma 2019 yılında gerçekleştiği için Etik Kurul raporundan muafır.

Turist rehberlerinin, ülkelerin turizm sektörü açısından öneme sahip olduğu yapılan birçok araştırmada gözlemlenmiştir. Adeta bir turizm cenneti olan ülkemiz içinde turist rehberleri çok önemli görevler üstlenmektedirler, ülkemizde TUREB 2019 Haziran verilerine göre kayıtlı 7877'si eylemli ve 2917 eylemsiz rehber olmak üzere toplamda 10794 turist rehberi vardır (<http://tureb.org.tr>). Turist rehberleri turist memnuniyetinin sağlanmasında kritik bir role sahiptirler bununla birlikte yapılan ulusal çalışmalara baktığımızda, çoğu çalışmada rehberler yabancı turist tarafından değerlendirilmiştir yerli turistin görüşlerine çok yer verilmemiştir ancak yerli turistin de turizm açısından oldukça önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Bu yüzden çalışmada paket turda görev alan rehberlerden duyulan memnuniyet yerli turist tarafından değerlendirilmiş, aynı zamanda memnuniyetle ilgili yapılan çoğu araştırmada memnuniyetin bazı demografik özelliklere göre değişim gösterdiği gözlemlenmiştir. Tüm bu veriler ışığında araştırma modeli ve araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 1: Araştırma Modeli

## Hipotezler

Çalışmada amaç ve önemi kapsamında göz önüne alınan değişkenlerle ilgili hipotezler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

**H1:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile demografik özellikleri değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1a:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1b:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1c:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1d:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H1e:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile demografik özellikleri değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2a:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2b:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2c:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2d:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H2e:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan seyahat acentaları veya tur operatörleri vasıtasıyla 2016-2018 yılları arasında yurt içi ya da yurt dışı turist rehberli paket turlara katılmış olan bireyler oluşturmaktadır. Ancak kabul edilebileceği üzere; paket tura katılan bireylerinin hacminin çok yüksek ve toplam sayısının ulaşılabilir olmamasından kaynaklı evren büyüklüğü belirlenmemiştir. Bundan dolayı, paket turlara katılan bireylerin sayısı tahmini olarak 100.000 ve üzeri bir rakam olarak değerlendirilmiştir. Buna bağlı olarak 384 örneklem büyüklüğü bulunmuş, anketin daha güvenilir olması amaçlandığından 480 kişiye anket uygulaması yapılmıştır.

Turist rehberlerinin performanslarını çeşitli değişkenler açısından inceleyen bir dizi çalışma vardır. Güncel literatürde kullanılan ölçeklerin birkaç gelişmiş ölçekten uyarlandığı gözlemlenmiştir (Huang 2010, Hanetal 2009, Zhang ve Chow 2004). Araştırmada en iyi sonuçlara ulaşmak için anket yöntemi kullanılmıştır. Paket tura katılan bireylerin turist rehberinden memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik yapılan bu çalışmada anket formu; Songshan Huang, Cathy H.C. Hsu ve Andrew Chan’ın “Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A study of The Package Tours in Shanghai” adlı makalede kullanılan ölçekten yararlanılarak hazırlanmıştır. Ölçeğin orijinal dili İngilizcedir, ölçek demografik soruların ve turist rehberliğiyle ilgili soruların olduğu iki bölümden oluşturulmuş, turist rehberleriyle ilgili 35 sorudan araştırmaya uygun olan 29 soru alınmış ve Türkçeye çevrilmiştir. Anket uygulaması iki bölümden oluşmuş, ilk bölümde bireylere demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, gelir düzeyi) sorulmuş, ikinci bölümde ise turist rehberlerini değerlendirmeye yönelik 29 adet 5’li Likert ölçekli sorular sorulmuştur.

### **Veri Analizi**

Çalışmada istatistiksel analiz için SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 21. 0 programından yararlanılmıştır. Çalışmada anket sonuçlarından elde edilen bulguları değerlendirmek için istatistiksel yöntemler; ortalama, frekans, yüzde, standart sapma, faktör analizi ve bunun yanı sıra hipotezleri test etmek için t-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır.

### **Bulgular**

Aşağıdaki tabloda bireylerin demografik özelliklerine göre frekans ve yüzde dağılımları verilmiştir.

**Tablo 1:** Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine göre dağılımı

Demografik Değişken	Grup	N	Ort.	Demografik Değişken	Grup	N	Ort.
Cinsiyet	Erkek	200	41,7	Medeni Durum	Bekar	209	5
	Kadın	280	58,3		Evli	271	30,8
	<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>100</b>		<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>100</b>
Yaş	≤18	7	1,5	Eğitim Düzeyi	İlköğretim	24	5
	19-29	104	21,7		Lise	148	30,8
	30-39	152	31,7		Üniversite	223	46,5
	40-49	133	27,7		Yüksek Lisans	63	13,1
	50-59	58	12,1		Doktora	22	4,6
	60≥	26	5,4		<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>100</b>
	<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>100</b>				
Gelir Durumu	1300 TL ve altı	50	10,4	4001-6000 TL	65	13,5	
	1301-2500 TL	161	33,5	6000-10000 TL	14	2,9	
	2501-4000 TL	177	36,9	10000 TL ve üzeri	13	2,7	
	<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>100</b>	

Araştırmaya katılan bireylerin 280'nin (%58,3) kadın, 200'nün (%41,7) erkek olduğunu görmekteyiz. Katılımcıların yaş dağılımlarına baktığımızda çoğunluk yaş aralığı grubunu 152 kişi ile (%31,7) 30-39 yaş arası bireyler ve 133 kişi (%27,7) ile 40-49 yaş arası bireyler oluşturmuştur ve bununla birlikte en az yaş aralığı grubunun kişi ile 18 ve daha küçük bireylerden oluştuğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte araştırmaya katılan bireylerin medeni durumlarına baktığımızda 271'i (%56,6) evli, 209'u (%43,4) bekar katılımcılardan oluşmuştur. Ayrıca araştırmaya katılan bireyleri öğrenim düzeylerine baktığımızda çoğunluk grubu 223 kişi (%46,5) ile üniversite mezunları oluşturmuştur. En az katılımlar ilköğretim 24 kişi (%5) ve doktora 22 kişi (%4,6) düzeyinde oluşmuştur. Bireylerin gelir durumlarına bakıldığında en yüksek katılımın 177 kişi (%36,9) ile 2500-4000 TL arası gelir grubu, 13 kişiyle en az gelir grubu (%2,7) 1000 TL ve üzeri gelir grubu oluşturmuştur.

**Tablo 2:** Katılımcıların anket ifadelerine verdikleri cevapların ortalamaları

İfadeler	$\bar{x}$	S.s
<b>1. Rehberin kişisel bilgi ve beceriyle ilgili ifadeler</b>		
Turist rehberi gezilen destinasyonların kültürü hakkında bilgi sahibiydi.	3,94	0,911
Turist rehberi yerel halkın yaşam tarzıyla ilgili bilgi sahibiydi.	3,64	0,97
Turist rehberi tur katılımcılarına güvenlikle ilgili konuları hatırlattı.	3,65	0,96
Turist rehberi tur katılımcılarına güvenli alışveriş yapabilecekleri yerler hakkında bilgi verdi	3,48	0,01
Turist rehberinin anlatımı akıcıydı.	3,57	0,98
Turist rehberi espri becerisine sahipti.	3,52	0,94
Turist rehberinin zaman yönetimi başarılıydı.	3,67	0,96
Turist rehberi tur etkinliklerini organize etmede başarılıydı.	3,61	0,96
Turist rehberi beklenmeyen acil durumlarla başa çıkabildi	3,62	0,94
Turist rehberi tur esnasında ortaya çıkan sorunları çözebildi.	3,62	0,01
Turist rehberi birçok durumda mantıklı değerlendirme yapabildi.	3,65	0,95
Turist rehberi dürüst ve güvenilirirdi.	3,80	0,96
Turist rehberinin kılık kıyafeti temiz ve uygundu.	3,80	1
Turist rehberi etik kurallara uygun davrandı.	3,78	1,04
Turist rehberi işini severek yaptı	3,74	1
Turist rehberinin fiziki durumu görevini yapmaya uygundu.	3,68	1,1
<b>2. Rehberin Grup Etkileşimi Becerisiyle İlgili İfadeler</b>		
Turist rehberinin kişisel iletişimi iyiydi.	3,45	1,01
Turist rehberi tura katılanlar arasında iletişimi sağlayabildi.	3,5	1,02

Turist rehberi tura katılanların isteklerine cevap verebildi.	3,39	1,09
Turist rehberi kendini tura katılanların yerine koyabildi.	3,45	1,16
Turist rehberi tura katılanların şikâyetlerini dikkate alabildi.	3,71	0,99
Turist rehberi diğer tur personeliyle iş birliği içerisindeydi.	3,79	1,02
Turist rehberi tur katılımcılarına yardım etmede istekliydi.	3,73	1
Turist rehberi tura katılanlara arkadaşça davrandı.	3,71	0,97
Turist rehberi tur katılımcılarına karşı kibar davranış sergiledi.	3,64	1,07
Toplam ortalama değeri:	3,64	

Tablo 2 incelendiğinde paket tur katılımcılarının turist rehberini değerlendirmeye yönelik anket ifadelerine verdikleri cevapların ortalama değerleri görülmektedir. 25 ifadenin genel ortalamasına baktığımızda ortaya çıkan 3,64 oranı paket tur katılımcılarının turist rehberinden genel anlamda memnun olduğunu göstermektedir diyebiliriz. İfadelere baktığımızda en yüksek ortalamanın 3,94 ile “Turist rehberi gezilen destinasyonların kültürü hakkında bilgi sahibiydi” ifadesi olduğu görülmektedir. En yüksek ikinci ve üçüncü ortalamanın sırasıyla 3,82 ile “turist rehberi dürüst ve güvenilirirdi” ve 3,80 ortalama ile “Turist rehberinin kılık kıyafeti temiz ve uygundu” ifadeleri olduğu görülmektedir. “Turist rehberi diğer tur personeliyle iş birliği içerisindeydi”, “Turist rehberi etik kurallara uygun davrandı”, “Turist rehberi işini severek yaptı” ifadeleri de yüksek ortalamaları ile dikkat çekmektedir. Genel olarak paket tur katılımcılarının turist rehberinin gezilen ülke şehirler hakkında olan bilgisinden, turist rehberinin güvenilir biri olduğu konusunda memnuniyetlerinin yüksek derecede olduğunu görmekteyiz. Diğer yandan en düşük ortalamalara baktığımızda; “Turist rehberi tura katılanların isteklerine cevap verebildi”, “Turist rehberi kendini tura katılanların yerine koyabildi” ifadeleri olduğunu görmekteyiz. Paket tur katılımcılarının, empati kurma konusunda ve katılımcılarının isteklerine yerine getirme konusunda turist rehberinden memnuniyet duymadıklarını görmekteyiz.

### Hipotez Testleri

**Tablo 3:** Rehberin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyetlerinin cinsiyet değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	T değeri	p
Rehberin Kişisel Bilgi ve Beceri Performansı	Erkek	200	3,61	0,70	1,55	0,120
	Kadın	280	3,71	0,69		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyet düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ‘bağımsız t-testi’ yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. ( $p > 0,05$ ) – ( $0,12 > 0,05$ ) Bulguya göre **H1a:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmemiştir.

**Tablo 4:** Bireylerin rehberin grup etkileşim performansından memnuniyetlerinin cinsiyet değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	T değeri	p
Rehberin Grup Etkileşim Performansı	Erkek	200	3,53	0,60	2,01	0,044
	Kadın	280	3,65	0,68		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansından memnuniyet düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ‘bağımsız t-testi’ yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. ( $p < 0,05$ ) - ( $0,044 < 0,05$ ). Bu bulguya göre kadın katılımcıların turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet düzeylerinin erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; **H2a:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 5:** Rehberin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyetlerinin yaş değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	F	p
Rehberin Kişisel Bilgi ve Beceri Performansı	≤18	7	3,48	0,68	5,705	0,000
	19-29	104	3,91	0,62		
	30-39	152	3,72	0,68		
	40-49	133	3,55	0,68		
	50-59	58	3,40	0,71		
	60≥	26	3,53	0,88		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyet düzeylerinin yaş faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. ( $p<0,05$ )- ( $0,000<0,05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi yapılmıştır. 19-29 yaşındaki katılımcıların rehberlik hizmetlerinden memnuniyetleri diğer gruplara göre daha yüksektir. En düşük memnuniyet grubunu 50-59 yaş grubu oluşturmuştur. Bu doğrultuda; **H1b**: Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansıyla ilgili memnuniyet düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 6:** Rehberin grup etkileşim performansından memnuniyetlerin yaş değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	F	p
Rehberin Grup Etkileşim Performansı	≤18	7	3,71	0,58	5,338	0,000
	19-29	104	3,84	0,78		
	30-39	152	3,63	0,55		
	40-49	133	3,50	0,59		
	50-59	58	3,37	0,63		
	60≥	26	3,50	0,70		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet düzeylerinin yaş faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. ( $p<0,05$ )-( $0,000<0,05$ ). Katılımcıların yaşları değiştikçe memnuniyet düzeyleri değişmektedir. Bu anlamlılığın hangi gruplar arasında olduğuna bakmak için posthoc testi yapılmıştır. 19-29 yaşındaki katılımcıların rehberlik hizmetlerinden memnuniyetleri diğer gruplara göre daha yüksektir. En düşük memnuniyet grubunu 50-59 yaş grubu oluşturmuştur. **H2b**: Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansıyla ilgili memnuniyet düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 7:** Rehberin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyetlerin medeni durum değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	T değeri	p
Rehberin Kişisel Bilgi ve Beceri Performansı	Bekar	209	3,74	0,63	2,081	0,038
	Evli	271	3,61	0,74		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyet düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için 'bağımsız t-testi' yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. ( $p<0,05$ ) - ( $0,038<0,05$ ). Bu bulguya göre bekar katılımcıların turist rehberinin kişisel ve beceri performansından memnuniyet düzeylerinin evli katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; **H1c**: Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansıyla ilgili memnuniyet düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.



**Tablo 8:** Rehberin grup etkileşim performansından memnuniyetlerinin medeni durum değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	T değeri	p
Rehberin Grup Etkileşim Performansı	Bekar	209	3,67	0,68	2,040	0,042
	Evli	271	3,55	0,062		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet düzeylerinin medeni durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ‘bağımsız t-testi’ yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. ( $p < 0,05$ ) - ( $0,042 < 0,05$ ). Bu bulguya göre, bekar katılımcıların turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet düzeylerinin evli katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda; **H2c:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile medeni durum değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 9:** Rehberin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyetlerinin eğitim düzeyi değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	F	p
Rehberin Kişisel Bilgi ve Beceri Performansı	İlköğretim	24	3,24	0,89	3,606	0,007
	Lise	148	3,59	0,74		
	Üniversite	223	3,72	0,65		
	Yüksek Lisans	63	3,81	0,67		
	Doktora	22	3,67	0,50		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyet düzeylerinin eğitim seviyesi faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. ( $p < 0,05$ )- ( $0,007 < 0,05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi sonucunda ilköğretim grubuyla, üniversite ve yüksek lisans grubu arasında farklılık belirlenmiştir. En çok memnuniyet yüksek lisans ve üniversite grubunda, en az memnuniyet oranı ise ilköğretim grubunda olduğu saptanmıştır.

**H1d:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 10:** Rehberin grup etkileşim performansından memnuniyetlerinin eğitim düzeyi değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	F	p
Rehberin Grup Etkileşim Performansı	İlköğretim	24	3,33	0,71	2,752	0,028
	Lise	148	3,51	0,70		
	Üniversite	223	3,67	0,63		
	Yüksek Lisans	63	3,69	0,57		
	Doktora	22	3,63	0,48		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet düzeylerinin eğitim seviyesi faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için Anova testi yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. ( $p < 0,05$ )- ( $0,028 < 0,05$ ). Farklılığı oluşturan grupları belirlemek için yapılan post-hoc analizi sonucunda ilköğretim grubuyla, üniversite ve yüksek lisans grubu arasında farklılık belirlenmiştir. En çok memnuniyet yüksek lisans ve üniversite grubunda, en az memnuniyet oranı ise ilköğretim grubunda olduğu saptanmıştır **H2d:** Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansı ile ilgili memnuniyet düzeyleri ile eğitim durumu değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 11:** Rehberin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyetlerinin gelir düzeyi değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	F	p
Rehberin Kişisel Bilgi ve Beceri Performansı	1300 tl ve altı	50	3,57	0,92	0,850	0,515
	1301-2500 tl	161	3,68	0,70		
	2501-4000 tl	177	3,66	0,65		
	4001-6000 tl	65	3,69	0,66		
	6001-10000 tl	14	3,55	0,59		
	10000 tl ve üzeri	13	3,99	0,56		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin kişisel bilgi ve beceri performansından memnuniyet düzeylerinin gelir düzeyi faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir ( $p>0,05$ ) – ( $0,515>0,05$ ). Bu bulguya göre **H1e**: Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansıyla ilgili memnuniyet düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmemiştir.

**Tablo 12:** Rehberin grup etkileşim performansından memnuniyetlerinin gelir düzeyi değişkinine göre ortalamaları

	Grup	n	Ort.	S.s	F	p
Rehberin Grup Etkileşim Performansı	1300 tl ve altı	50	3,56	0,85	0,817	0,538
	1301-2500 tl	161	3,65	0,71		
	2501-4000 tl	177	3,56	0,58		
	4001-6000 tl	65	3,62	0,53		
	6001-10000 tl	14	3,47	0,54		
	10000 tl ve üzeri	13	3,82	0,39		

Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet düzeylerinin gelir düzeyi faktörüne göre farklılık gösterip göstermediğini bulmak için ANOVA testi yapılmıştır. Test sonucunda, istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. ( $p>0,05$ ) – ( $0,538>0,05$ ). Bu bulgu sonucunda, **H2e**: Paket tura katılan bireylerin turist rehberinin grup etkileşimi performansıyla ilgili memnuniyet düzeyleri ile gelir düzeyi değişkeni arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezi desteklenmemiştir.

### Sonuç ve Tartışma

Çalışmada, paket tur katılımcılarının turist rehberinden memnuniyet düzeyleri belirlenip ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu amaçla yurt içi ya da yurt dışı paket turlara katılmış yerli turistlere anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma sonunda elde edilen verilerle birlikte elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlara bağlı geliştirilen öneriler aşağıda sunulmaktadır.

Rehberin kişisel bilgi ile beceri performansını değerlendirmeye yönelik ifadelerle baktığımızda; destinasyon bilgisi, yerel halkın yaşam tarzı bilgisi, katılımcılar için alışveriş yeri bilgisi, espri becerisi, zaman yönetimi, anlatımının akıcı olması, sorunları çözme, acil durumlara başa çıkabilme, dürüstlüğü, kıyafeti, işini severek yapması gibi değerlendirme ölçütleri olarak 16 ifadeye yer verilmiştir. Rehberin kişisel bilgi ve beceri performansı veri sonuçlarına baktığımız da ortalamanın 3,67 olduğu görülmüştür, diğer bir deyişle katılımcıların turist rehberinin kişisel bilgi ile beceri performansından genel anlamda memnun oldukları sonucuna varılmıştır, ancak bu memnuniyet düzeyi tam olarak karşılanmamaktadır. İfadelere tek tek baktığımızda ise 3,48 ile en düşük ortalamanın “turist rehberi tur katılımcılarına güvenli alışveriş yapabilecekleri yerler hakkında bilgi verdi” ifadesinde yer aldığını görmekteyiz. Katılımcıların gezilen destinasyonlarda ki alışveriş yerleri konusunda rehberlere çok güvenmediğini söyleyebiliriz, alışveriş yerlerine güvensizliğin nedenlerinden biri olarak genel kanı rehberin kendisinin anlaşılabilir olduğu satış yerlerine götürüp

kendine komisyon alacağı için müşterileri belirli mağazalarla kısıtlaması ve katılımcıların bu konuda memnuniyetsizlik duydukları düşünülebilir. Turist rehberlerinin en önemli gelir kaynağı, tur programı içerisindeki ekstra turlar, ürün ve hizmetler olsa da turist rehberlerinin asıl amacının katılımcılara memnuniyet sağlamak ve bu doğrultuda katılımcıların bir sonra ki turu düşünmesini sağlamak olmalıdır. Bu konudaki memnuniyetsizlik paket turun bağımlı olduğu tur operatörleri, seyahat acentaları, turist rehberi hepsini ilgilendirmektedir, katılımcıların alışveriş yerlerine turun içerisinde program dahilinde götürülmesi katılımcılarda bir zorunluluk yaratmaktadır bu konuda, turist rehberlerine ve seyahat acentalarına düşen görevin paket tur katılımcılarına tekrar güvenin sağlanması, alışveriş yerlerinde turist rehberinin yeterince satış olmadığı durumda bunu gruba yansıtması, alışveriş yerlerine grubun isteği doğrultusunda götürülmesi önerilmektedir, böylece katılımcıların memnuniyet düzeylerinin artması sağlanabilir.

Turist rehberlerinin bilgi ve beceriler kazanması ve gelişmesi verilen eğitim ve rehberin güncel bilgileri takip etmesiyle mümkün olabilir. Turist rehberlerine verilen eğitim üniversitelerin 2 senelik ve 4 senelik fakültelerinde verilmektedir, lisans düzeyinde bu eğitimler bir rehber yetişmesi için oldukça önemlidir, rehberlik ile ilgili dersler ne kadar kaliteli olursa yetişecek olan rehberde oldukça donanımlı ve bilgili olacaktır.

Anket formunda yer alan diğer faktör; rehberin grup etkileşim becerisi performansı ile ilgili olarak 9 ifade yer almaktadır. Katılımcıların, turist rehberinin grup etkileşim performansından memnuniyet ortalamasına baktığımızda, 3,59 ortalama ile memnuniyet durumunun var olduğunu görebilmekteyiz, ancak tam bir memnuniyet durumu sağlanmamaktadır. Rehberin grup etkileşim becerisi performansı ile ilgili olarak en düşük ortalamaya sahip ifade 3,39 ortalama ile “turist rehberi tura katılanların isteklerine cevap verebildi” ifadesi olduğunu görmekteyiz. Buna bağlı olarak katılımcıların tur sırasında kendi isteklerine karşı turist rehberinin bu isteklerini tam olarak karşılayamadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Paket turlar da katılımcıların tur süresi boyunca birçok isteği olabilmektedir. Elbette ki tatillerin en iyi derecede geçmesini isteyen konuklar, çeşitli ihtiyaç ve isteklerinin yerine getirilmesini beklemektedirler, beklentilerin yerine gelmemesiyle memnuniyetsiz durumu ortaya çıkmaktadır. Turist rehberlerinin bu konuda yapması gereken grubun isteklerini dinlemeleri, eğer yerine getirebilecekse uygun bir şekilde bunu yapması, eğer isteklere cevap veremeyeceği bir durum varsa katılımcıya bunu mantıklı sebeplerle açıklaması ve nazik bir şekilde bunu yapamayacağını söylemesi gerekir. Unutulmamalıdır ki müşteri beklentileri ne düzeyde karşılanırsa memnuniyet oranı o düzeyde artmaktadır. Turist rehberi; tur katılımcıların yerine kendini koyabilmeli yani empati yeteneği gelişmiş olmalıdır. Tur katılımcıların sorunlu ve şikâyete sebep olan bir durumları olduğunda, rehber karşısındakini anlayabilmelidir.

Araştırma sonucunda, 2 ana hipotez ve bunlara bağlı olarak 10 tane hipotezden 7 tanesi desteklenmiş, 3 tanesi desteklenmemiştir. H1’in alt hipotezlerine baktığımızda çoğunluk hipotezin desteklendiğini göstermekteyiz, diğer yandan H2’nin alt hipotezlerine baktığımızda yine çoğunluk hipotezlerin desteklendiğini görmekteyiz. Sonuç olarak; her iki ana hipotezde desteklenmiştir diyebiliriz. Genel anlamda paket tur katılımcıların memnuniyet düzeyleri yaş, eğitim, medeni durum gibi demografik faktörlere göre değişim gösterebilmektedir sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan birçok çalışma göstermiş ki turist rehberleri ülke tanıtımı, turist memnuniyeti, turizm sektörü için oldukça önemlidir. Özellikle turizm ile çok büyük gelir elde eden ülkelerde turist rehberlerinin eğitimine önem verilmektedir ve turist rehberliği mesleği önemli bir meslek olarak görülmektedir. Ülkemizde ise turist rehberliğinin bir meslek olarak görülmesinden sonra 6326 Sayılı Turist Rehberliği Mesleğinin Kanunu 07/06/2012’de kabul edilmiş, 22/06/2012’de resmi gazetede yayınlanmıştır. Çeşitli güncellemelerle birlikte en son yönetmelik ise 26/12/2014 tarihinde resmi gazetede yayınlanmıştır ([www.tureb.org.tr](http://www.tureb.org.tr)). Turist rehberliği mesleğinin, meslek kanununun olması mesleğin ne derece önemli olduğunun adeta bir kanıtı niteliğindedir. Turizm sektörünün mücevherleri diyebileceğimiz turist rehberleri için, yönetmeliklerin günün şartlarına göre düzenlenmesi ve bakanlık tarafından belirlenen rehberlik taban ücretlerinin yeterli seviyede olması rehberlerin haklarının korunması açısından oldukça önemlidir.

Araştırma sonucunda, paket tur katılımcıların turist rehberinden genel anlamda memnun oldukları gözlemlenmiştir ancak memnuniyet düzeyinin çok yüksek seviyede olmadığı tespit edilmiştir. Bunun için rehberlerin kendilerini kişisel gelişim, eğitim, kültür gibi konularında kendilerini sürekli olarak geliştirmesi önerilmektedir. Turist rehberleri müşteri memnuniyetinin sağlanması için güncel koşullara göre kendilerini sürekli olarak yenileyebilmelidir. Turist rehberi, en başta yönettiği paket tura hakim olmalı, liderlik rolünü iyi oynayabilmelidir. Memnuniyet üzerinde aktif rol oynayan özelliklere baktığımızda; turist rehberi, gidilen destinasyon hakkında yeterince bilgi sahibi olmalı, gidilen yerde yerel yaşam hakkında katılımcıları bilgilendirebilmelidir. Turist rehberinin tur sırasında ortaya çıkan sorunları çözebilmesi, acil durumlarla baş

edebilme yeteneğinin de gelişmiş olması gerekmektedir. Turist rehberi nazik olmalı, etik kurallara uygun davranmalıdır, ayrıca zaman yönetimini iyi kullanabilmeli, tur etkinliklerini iyi organize edebilmeli, bunların dışında kılık kıyafetine özen gösterip, işini severek yapmalıdır.

Boş zamanının en verimli şekilde değerlendirmesi bireyler için oldukça önem arz etmektedir. Turist rehberlerinin tur ve hizmetlerde müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisinin olduğu birçok çalışma ile belirlenmiştir. Ancak turizm sektöründe turist rehberlerinin önemi yeterince anlaşılmamıştır. Turist rehberleri için sektörün gizli mücevherleri diyebiliriz. Bu kadar öneme sahip turist rehberlerine akademik alanda, araştırmalarda daha çok yer verilmeli, üniversitelerde turist rehberliği bölümlerinde ders içerikleri çoğaltılıp, uygulamalı derslerin artıp, kaliteli eğitimler verilmelidir. Bununla birlikte turist rehberleri mesleklerinin öneminin farkına varmalı, kendilerini gerek güncel bilgiler olsun gerek genel kültür olsun sürekli olarak geliştirmelidir. Turist rehberleri, hizmet verdikleri turistler üzerinde memnuniyet düzeyini nasıl arttırabilirim sorusunu sürekli olarak kendilerine sormaları gerekmektedir. Memnuniyet düzeylerinin üst seviyelerde tutulması için, rehberler memnuniyetsizlik yaratan sorunların çözümü için kendilerini gereken her alanda geliştirmelidir.

Turist rehberlerinden duyulan memnuniyeti araştıran birçok çalışmada rehberler yabancı turistler tarafından değerlendirilmiştir, ancak ülkemiz vatandaşlarının rehberlerden duyduğu memnuniyet düzeyini araştıran az çalışma vardır. Ülkemizde geçtiğimiz senelerde artan terör olayları, diğer yabancı ülkelerle sorunlar (Rusya ile uçak krizi, Suriye sorunu vb.) gibi sebeplerle birlikte gelen yabancı turist sayısında ciddi azalma olmuş, turizm de umut yerli turistlerin turizm aktivitelerine bağlanmıştır. Bu durum aslında yerli turistinde turizm sektörü için ne denli önemli olduğunu ortaya koymuştur. Bundan sonraki yapılacak çalışmalarda yerli turist değerlendirilmelerine daha fazla yer verilmesi önerilmektedir.

## Kaynakça

- Ahipaşaoğlu, H.S. (2001). *Turizmde Rehberlik*. (Birinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ap, J. and Wong K. K. F., (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems, *Tourism Management*, 22, 551-563.
- Arslantürk, Y., & Altunöz, O. (2012). Practice-trips: efficiency and quality perceptions of prospective tour guides. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 832-836.
- Arslantürk, Y., & Altunöz, O. (2012). Antecedents of satisfaction in guided tours: an introduction. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 891-895.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö., & Çalık, A. Ö. (2013). Turist Rehberliği hizmet kalitesi ölçümü: SERVQUAL yaklaşımı. *Journal of International Social Research*, 6(27).
- Black, R. and Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: a systematic review. *The Journal of Tourism Studies*, 16(1), 24-37.
- Bowie, D., & Chang, J. C. (2005). Tourist satisfaction: A view from a mixed international guided package tour. *Journal of Vacation Marketing*, 11(4), 303-322.
- Chan, A., Hsu, C. H. and Baum, T. (2015) The impact of tour service performance on tourist satisfaction and behavioral intentions: a study of Chinese tourists in Hong Kong. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(1-2).pp.18-33. ISSN 1054-8408.
- Chang, K.C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19:2, 219-247.
- Güzel, Ö. F. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü, Alman turistler üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Huang, S., Hsu, C. H., & Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- İçöz, O. (2009). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. (Altıncı Baskı). Ankara: Turhan Kitapevi.
- İnternet: <http://www2.unwto.org/>, Son Erişim Tarihi: 20.03.2019
- İnternet: <http://www.tuik.gov.tr>, Son Erişim Tarihi: 20.02.2019
- İnternet: <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>, Son Erişim Tarihi: 29.04.2019

İnternet: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>, Son Erişim Tarihi: 26.02.2019

- İşler Büyüker, D., ve Güzel, Ö. F. (2014). Tur yönetiminde profesyonel turist rehberinin deneyimsel rolü: Alman turistlerin kültür turu satın alma davranışlarına yönelik bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19, (1), 125-138.
- Kuo, N. T., Cheng, Y. S., Chang, K. C., & Chuang, L. Y. (2018). The asymmetric effect of tour guide service quality on tourist satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(4), 521-542.
- Küçükaslan, N. (2009). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planması ve Tur Yönetimi*. (Birinci Baskı). İstanbul: Alfa Akademi Basım Yayım Dağıtım.
- Mak, A., Wong, K. and Chang, R. (2010). Factors affecting the service quality of the tour guiding profession in Macau. *International Journal of Tourism Research*, 2-3.
- McDowall, S. (2010). International tourist satisfaction and destination loyalty: Bangkok, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(1), 21-42.
- Sezgin, E ve Düz, B. (2018). Testing the proposed “GuidePerf” scale for tourism performances of tour guides in relation to various tour guiding diplomas *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 170-182.
- Tangüler, A. (2002). *Profesyonel Turist Rehberliği ve Profesyonel Turist Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği)*(Basılmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Tsaur, S. H., & Ku, P. S. (2019). The Effect of Tour Leaders’ Emotional Intelligence on Tourists’ Consequences. *Journal of Travel Research*, 58(1), 63-76.
- Tsaur, S. H., & Tu, J. H. (2019). Cultural competence for tour leaders: Scale development and validation. *Tourism Management*, 71, 9-17.
- Yen, C. H., Tsaur, S. H. And Tsai, C. H. (2018). Tour leaders’ job crafting: scale development. *Tourism Management*, 69, 52-61.
- Zerva, K., and Nijkamp, P. (2016). Tour guides as information filters in urban heterotopias: Evidence from the Amsterdam red light district. *Tourism Management Perspectives*, 18, 42-50.