

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİST REHBERLİĞİ
ANABİLİM DALI
SEYAHAT İŞLETMECİLİĞİ VE TURİST REHBERLİĞİ BİLİM
DALI

TURİST REHBERLERİNİN MESLEKİ
YETERLİLİKLERİNİN TUR MEMNUNİYETİ ÜZERİNE
ETKİSİNDE TURİST REHBERLERİ İLE UYUMUN
ARACILIK ROLÜ: İSTANBUL İLİ ARAŞTIRMASI

Aykut GÜN

YÜKSEKLİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Alper ATEŞ

Konya-2024

Bu çalışma, 05/06/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Seyahat İşletmeciliğı ve Turist Rehberliğı Anabilim Dalı Seyahat İşletmeciliğı ve Turist Rehberliğı Bilim Dalı Programında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Savunma
Tez Jürisi**

Doç. Dr. Alper ATEŞ
Selçuk Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Prof. Dr. F. Atıl BİLGE
Selçuk Üniversitesi
Turizm Fakültesi

Doç. Dr. Halil AKMEŐE
Necmettin Erbakan Üniversitesi
Turizm Fakültesi

ÖNSÖZ

Gerek çalışma hayatımda gerekse akademik anlamda ilerlemeye başladığım bu yolda, beni sürekli motive ederek destek veren, başarılarımda en büyük pay sahibi olan, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen aileme minnet ve şükranlarımı sunarım.

Akademik anlamda yapmış olduğum çalışmalarında çok değerli fikirlerinden ve görüşlerinden yararlandığım tez danışmanım Doç. Dr. Alper ATEŞ'e minnet ve şükranlarımı sunarım.

Saygılarımla,

Aykut GÜN



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Aykut GÜN	Numarası : 144265002007
	Ana Bilim/ Bilim Dalı	Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği	
	Dalı	Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği	
	Danışman	Doç. Dr. Alper ATEŞ	
Tezin Adı		Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Tur Memnuniyeti Üzerine Etkisinde Turist Rehberleri İle Uyumun Aracılık Rolü: İstanbul İli Araştırması	

ÖZET

Turizm sistemi içerisinde turist rehberleri, turist deneyimlerini yönetme, yönlendirme ve düzenleme, destinasyon imajını geliştirme, sorumlu turizm hedeflerinin uygulanmasına yardımcı olma, misafirlere sunduğu ve yorumladıkları şeyler ile destinasyonu ilgi çekici kılma, yerel kültürü tanıtmaya, misafirleri yerel etkinliklere katılmasını sağlama, bilgi verme gibi çeşitli birçok görevi üstlenen ziyaretçiler ile destinasyon arasında bir köprü oluşturmada önemli rol oynayan “temsilci” veya “elçi” olarak hareket etmektedir. Günümüzde turist rehberleri, destinasyonların turizm sektöründe gerek ekonomik gerek sosyal gerekse tanıtılması ve gelişmesi açısından başarılı olmasını etkileyen en önemli faktörlerden biri durumundadır. Tez çalışmasının konusunu turist rehberleri oluşturmaktadır. Tez çalışmasının amacı ise, turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin, turist rehberi ve tur memnuniyeti üzerine etkisinde ziyaretçi-turist rehberi uyumunun aracılık etkisinin ölçülmesi oluşturmaktadır. Amaç doğrultusunda araştırma nicel bir uygulama olarak tasarlanmış ve araştırma tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formları İstanbul’a turlarla gelen misafirlere gerek yüz yüze gerekse çevrimiçi ortamda uygulanarak veriler elde edilmiştir. Hatalı ve eksik doldurulan anket formları haricinde toplamda 808 adet anket formundan elde edilen verilerle analizler yapılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan ölçeğin geçerliliği, güvenilirliği ve hipotezleri test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik özellikleri ve tura katılımına ilişkin frekans dağılımları da incelenmiştir. Araştırmada sonuç olarak, turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin, turist rehberi ve tur memnuniyeti üzerine etkisinde ziyaretçi-turist rehberi uyumunun aracılık etkisi tespit edilmiştir. Test edilen hipotezlerin tamamı kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular ve sonuçlar literatürdeki benzer çalışmalarla karşılaştırılarak yorumlanmış ve öneriler oluşturulmuştur.

Anahtar kelimeler: Tur, Turist, Turist Rehberi, Tur Memnuniyeti, Turist Rehberi ile Uyum





T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Aykut GÜN	Numarası: 144265002007
	Ana Bilim/ Bilim	Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği	
	Dalı	Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği	
	Danışman	Doç. Dr. Alper ATEŞ	
Tezin İngilizce Adı		The Mediating Role of Harmony with Tourist Guides in the Effect of Professional Competencies of Tourist Guides on Tour Satisfaction: Istanbul Province Research	

ABSTRACT

Tourist guides act as "representatives" or "ambassadors" who play an essential role in bridging the gap between visitors and destinations by managing, guiding, and organizing tourist experiences; enhancing the destination image; helping to implement responsible tourism goals; making the destination enjoyable through what they present and interpret to guests; introducing local culture; enabling guests to participate in local activities; providing information; and many other tasks. Today, tourist guides are one of the most important human factors affecting the economic, sociological, and cultural development and success of destinations in the tourism sector. This thesis aims to measure the mediating effect of visitor-tourist guide rapport on the relationship between the professional competencies of tourist guides and tour satisfaction. This study investigated how visitor-tour guide rapport mediates the relationship between tourist guides' professional competencies and tourist satisfaction. The questionnaire forms were administered face-to-face and online to tourists visiting Istanbul with guided tours, resulting in data collection. Analyses were made with the data obtained from 808 questionnaire forms, excluding incorrect and incomplete questionnaire forms. The study employed structural equation modeling to assess the visitor-tour guide rapport scale's validity, reliability, and hypotheses. Furthermore, the demographic characteristics of the participants and frequency distributions related to tour participation were examined, providing a comprehensive analysis. The study revealed that visitor-tour guide rapport mediated the relationship between the professional competencies of tourist guides and the satisfaction levels of both tourists and tours. The analysis confirmed that all hypotheses tested in the study were accepted. The study findings were compared to existing literature, resulting in practical recommendations based on the results.

Keywords: Tour, Tourist, Tourist Guide, Tour Satisfaction, Rapport with Tourist Guide

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR VE SİMGELER	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1
1.1.Turist Rehberliği ve Tarihsel Gelişimi.....	3
1.2. Turist Rehberliği Mesleğinin Üstün ve Zayıf Yönleri	4
1.3. Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi	7
1.4. Turist Rehberlerinin Rollerini	8
1.5. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Özellikleri	10
1.5.1. Bilgi	10
1.5.2. Beceriler	12
1.5.3. Nitelikler ve Fiziksel Görünüm	15
II. BÖLÜM	18
2.1.Turist Rehberi ile Tur Memnuniyeti Üzerine Yapılan Literatürdeki Çalışmalar	18
III. BÖLÜM	24
TURİST REHBERLERİNİN MESLEKİ YETERLİLİKLERİNİN TUR MEMNUNİYET ÜZERİNE ETKİSİNDE TURİST REHBERLERİ İLE UYUMUN ARACILIK ROLÜ: İSTANBUL İLİ ARAŞTIRMASI	24
3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	24
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	25

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	25
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	26
3.4.1. Evren ve Örneklem.....	27
3.5. Bulgular ve Yorumlamalar.....	28
3.5.1. Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri.....	28
3.5.2. Güvenilirlik Analizi.....	30
3.5.3. Geçerlilik Analizi	33
3.5.4. Normallik Testi.....	40
3.5.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	40
3.5.5.1. Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerini Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	42
3.5.5.2. Turist Rehberi İle Uyum Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi	44
3.5.5.3. Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi	47
3.5.5.4. Genel Tur Memnuniyeti Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi	48
3.5.5. Hipotezlerin Test Edilmesi	49
KAYNAKÇA.....	76
EK 1	85

KISALTMALAR VE SİMGELER

H: Hipotez

KB: Kişisel Bağlantı,

KE: Kişisel Etkileşim

N: Evren

n: Örneklem

PB: Profesyonel Bilgi,

PD: Profesyonel Davranış

PY: Profesyonel Yetenek,

TM: Tur Memnuniyeti

TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri,

TRU: Turist Rehberi İle Uyum

vd. : ve diğerleri

TABLolar LİSTESİ

- Tablo 3.1. Anket Formunun Boyutları ve Oluşturulmasında Yararlanılan Kaynaklar
40
- Tablo 3.2. Farklı Evren Büyüklükleri İçin Hesaplanmış Örneklem Büyüklüğü 41
- Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan Bireylerin Cinsiyet Dağılımları 42
- Tablo 3.4. Araştırmaya Katılan Bireylerin Yaş Dağılımları 43
- Tablo 3.5. Araştırmaya Katılan Bireylerin Medeni Durum Dağılımları43
- Tablo 3.6. Araştırmaya Katılan Bireylerin Aylık Gelir Düzeyleri Dağılımları44
- Tablo 3.7. Araştırmaya Katılan Bireylerin Eğitim Düzeyi Dağılımları44
- Tablo 3.8. Araştırmaya Katılan Bireylerin Daha Önce Herhangi Bir Tura Katılmalarına İlişkin Dağılımları45
- Tablo 3.9. Araştırmaya Katılan Bireylerin Tura Katılım Durumlarına İlişkin Dağılımları 45
- Tablo 3.10. Ölçek Güvenirliğinin Yapısal Değerlendirilmesi46
- Tablo 3.11. Ölçeğin ve Boyutlarının Cronbach's Alpha Değerleri47
- Tablo 3.12. KMO Örneklem Yeterliliği Ölçüleri İçin Nitelendirmeler48
- Tablo 3.13. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları49
- Tablo 3.14. Turist Rehberi İle Uyum Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları50
- Tablo 3.15. Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları51
- Tablo 3.16. Tur Memnuniyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları51
- Tablo 3.17. Katılımcıların Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları52
- Tablo 3.18. Katılımcıların Turist Rehberi İle Uyum Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları53

- Tablo 3.19. Katılımcıların Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları54
- Tablo 3.20. Katılımcıların Tur Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları55
- Tablo 3.21. Anket Formunda Yer Alan Ölçeklerin Skewness ve Kurtosis Değerleri 55
- Tablo 3.22. Önerilen Modelin Mükemmel Uyum Değerleri ve Kabul Edilebilir Uyum Değerleri57
- Tablo 3.23. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Modelinin Uyum Değerleri Tablosu58
- Tablo 3.24. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Boyutları Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu59
- Tablo 3.25. Turist Rehberi İle Uyum Modelinin Uyum Değerleri Tablosu60
- Tablo 3.26. Turist Rehberi İle Uyum Boyutları Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu62
- Tablo 3.27. Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti Regresyon Ağırlıkları Tablosu 63
- Tablo 3.28. Genel Tur Memnuniyeti Regresyon Ağırlıkları Tablosu64
- Tablo 3.29. Hipotez 1'i Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu65
- Tablo 3.30. Hipotez 1'e Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu66
- Tablo 3.31. Hipotez 2'yi Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu68
- Tablo 3.32. Hipotez 2'ye Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu69
- Tablo 3.33. Hipotez 3'ü Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu71

- Tablo 3.34. Hipotez 3'ü Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu72
- Tablo 3.35. Hipotez 4'ü Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu74
- Tablo 3.36. Hipotez 4'e Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu76
- Tablo 3.37. Hipotez 5'i Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu77
- Tablo 3.38. Hipotez 5'e Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu78
- Tablo 3.39. Hipotez 6'yı Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu80
- Tablo 3.40. Hipotez 6'ya Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu81
- Tablo 3.41. Hipotez 6'ya Yönelik Aracılık Etkisi Değerleri82
- Tablo 3.42. Hipotez 7'yi Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu84
- Tablo 3.43. Hipotez 7'ye Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu85
- Tablo 3.44. Hipotez 7'ye Yönelik Aracılık Etkisi Değerleri86
- Tablo 3.45. Hipotez Kabul/Ret Tablosu87

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1.1. Turist Rehberinin Rollerini 20
- Şekil 3.1. Araştırmanın Sembolik Modeli 39
- Şekil 3.2. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Path (Yol) Diyagramı 58
- Şekil 3.3. Turist Rehberi İle Uyum Path (Yol) Diyagramı 61
- Şekil 3.4. Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti Path (Yol) Diyagramı 63
- Şekil 3.5. Genel Tur Memnuniyeti Path (Yol) Diyagramı 64
- Şekil 3.6. Hipotez 1'i Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 65
- Şekil 3.7. Hipotez 2'yi Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 68
- Şekil 3.8. Hipotez 3'ü Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 71
- Şekil 3.9. Hipotez 4'ü Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 73
- Şekil 3.10. Hipotez 5'i Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 76
- Şekil 3.11. Hipotez 6'yı Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 79
- Şekil 3.12. Hipotez 7'yi Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı 83

GİRİŞ

Tarihsel olarak turist rehberliği en eski insan faaliyetlerinden biridir. Geçmişten günümüze kadar geçen süre zarfında modern kitle turizminin başlamasıyla birlikte turist rehberleri seyahat ve turizm endüstrisinin önemli bir faktörü haline gelmiştir. Günümüzde turist rehberleri olmadan bir destinasyonu tam anlamıyla algılamak oldukça zordur. Bu duruma bağlı olarak turist rehberliği üzerine yakın zamanda akademik literatürde daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. Turizm sistemi içerisinde turist rehberlerinin birçok kapsamlı ve önemli ana ve alt rolleri bulunmaktadır. Turist rehberlerinin rollerine örnek olarak, öğretmen veya eğitmen, güvenlik görevlisi, kişinin ülkesinin elçisi, halkla ilişkiler temsilcisi veya şirket temsilcisi, şovmen, problem çözücü, sırdaş ve danışman, bilgi sağlama, sosyalleşmeyi kolaylaştırma, yerel halk turist arasında etkileşim kurabilme, kültürel değerlerin korunması ve yaygınlaşması, doğal ve kültürel çevrenin yorumlanması, turistleri doğru hareket etmesini sağlama vb. birçok rolü bulunmaktadır. Tüm bu rolleri göz önünde bulundurulduğunda turist rehberinin üstlendikleri roller oldukça karmaşık ve çeşitlidir (Holloway, 1981). Tur rehberleri, turistler, ev sahibi topluluk ve turist şirketleri arasında bağlantı görevi gördükleri için turizm ürününün önemli bir bileşenidir. Tur şirketlerinin turistlere verilen sözü yerine getirme konusunda onlara bağımlı olmasının nedeni, turizm hizmet zincirindeki diğer oyunculara göre konuklarla daha uzun süre etkileşimde bulunmalarıdır. Bu nedenle tur rehberleri tüm tur operasyonunun omurgasını oluşturmaktadır (Guzman-Parra, Vila-Oblitas & Maqueda-Lafuente, 2016). Turlara katılan bireylerin ihtiyaçları, motivasyonları, istekleri, tercihleri, kültürel geçmişleri, eğitim düzeyleri gibi birçok unsur bireysel turist deneyimlerini oluşmasında önemli etkenlerdir. Bir başka ifadeyle turu oluşturan bireylerin farklı beklentilere, rollere ve davranışlara sahip bireylerden oluşması tur rehberlerinin ne kadar önemli bir görevi olduğunun göstergesidir (Rabotić, 2009). Turist rehberleri, turistlere tatmin edici bir hizmet sunmak için becerileri, bilgileri ve tutumları birleştiren çok zorlu bir iştir. Buna rağmen turist rehberleri turizm sistemi içerisinde üstlendikleri önemli rollere ve yaygın olarak kabul edilen faydalarına rağmen, yeterince önemsenmeyen ve hak ettiği değeri görmeyen bir insan kaynağını temsil etmektedir (Dioko & Unakul, 2005). Turist rehberleri mesleklerinin gereklerini yerine

getiren ve gerektiğinde sorumluluk ve inisiyatif alabilme özellikleri ile donanım ve profesyonellik gerektiren bir meslektir. Dünya genelinde turizm faaliyetlerine katılanların sayısının artmasıyla birlikte rehberlik mesleğinin de önemi artmakta ve bu konuda literatürde çalışmaların gerek niteliksel gerek niceliksel olarak aynı doğrultuda ilginin arttığı görülmektedir.

Tez çalışması üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turist rehberliğinin ortaya çıkışı, tarihsel süreci, turist rehberinin özellikleri, görevleri, önemi açıklanmaktadır. İkinci bölümde ise, turist rehberinin mesleki yeterliliklerine yönelik, tur memnuniyetine yönelik ve turist rehberi ile uyuma yönelik yapılan literatürdeki çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin tur memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık etkisinin olup olmadığını belirlemek üzere İstanbul'a düzenlenen turların katılımcıları üzerine yapılan çalışmanın analizlerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde yapılan araştırmanın konusunun belirlenmesi, ana amacı ve alt amaçları, araştırmanın sembolik modeli, oluşturulan hipotezler, araştırmanın sınırlılıkları, anket formunun oluşturulması, anket formunun uygulama alanının belirlenmesi, araştırmanın yöntemi, analizler ve bulgulara yer verilmiştir. Test edilen hipotezlerin sonuçları ve yapılan analizlerden elde edilen bulguları alan yazındaki benzer çalışmaların bulgularıyla karşılaştırılarak sonuç ve öneriler değerlendirilmiştir.

I. BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.Turist Rehberliği ve Tarihsel Gelişimi

Turist rehberliğinin tarihi antik çağlara kadar uzanmaktadır. İlk turist rehberleri, antik Yunan ve Roma dönemlerinde, özellikle tapınaklar, anıtlar ve diğer önemli yerlerde ziyaretçilere rehberlik eden kişilerdir. M.S. 130 yılında Romalı ziyaretçiler (İmparator Hadrian ve karısı Kraliçe Sebena) Mısır'da Nil Nehri boyunca yukarıya doğru yelkenliler ile yol alarak Konuşan Heykelini görmeye gelmişlerdir. Bu ve bunun gibi bölgeye yapılan birçok gezi Mısırlı Rahipler eşliğinde gerçekleşmiş ve dünyanın yazılı kayıtlara ilk rehberler olarak geçmişlerdir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 6). 16. yüzyılda ise Büyük Tur olarak bilinen aristokratlar tarafından gençlerin öğretmenleriyle gerçekleştirilen seyahatler başlanmış ve rehberlik hizmeti büyük önem kazanmıştır (Güneş & Şengül, 2017, s. 8). Ortaçağ döneminde özellikle hac gibi dini seyahatlerin artması rehberlik hizmetinin yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Rönesans döneminde kültür ve sanatın canlanmasıyla birlikte rehberlik hizmetine yönelik talep artmıştır. Rehberlik hizmetleri 19. Yüzyılın sonlarında 20. Yüzyılın başlarında seyahat acentalarının ortaya çıkmasıyla profesyonel bir meslek haline gelmiştir. Günümüzdeki modern turist rehberliği ise, daha yakın dönemlere dayanmaktadır. II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan ekonomik büyüme ve ulaşımın gelişmesiyle birlikte turizm sektörünün hızla genişlemesi aynı doğrultuda turist rehberliği mesleğine olan talebi de artırmıştır.

Cohen (1985) turist rehberliği kavramının tarihi kökeninin mitoloji, coğrafi keşifler ve tarihle yakından ilişkili olduğunu belirterek, rehber kavramını “yol gösteren” ve “yabancı bir ülkedeki gezginleri yönlendiren kişi” olarak tanımlamıştır. Literatür incelendiğinde turist rehberliği ile ilgili birçok tanımlama bulunmaktadır. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (2014)'ne göre turist rehberliği, “*Seyahat acenteliği faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla, kişi veya grup hâlindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı*

belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Turist rehberliği mesleği turistlere destinasyon hakkında tarihi, kültürel, sosyolojik ve merak edilen her alanda bilgiler sunarak kitleler arası kültürel bir köprü görevi üstlendiğini belirtmiştir (Yenipınar & Zorkirişçi, 2013, s. 116). Literatürde turist rehberliğinin görev ve sorumluluklarına yönelik yapılan bir tanımlamaya göre; Turist rehberliği, turistlerin ilk karşılandığı andan itibaren son ana kadar geçen süre içinde verilen bir hizmet olup, bu süreçte turistlerin gidilen destinasyonda farklı kültürler eşliğinde farklı deneyimler yaşamasına ve bu deneyimlerden turistlerin memnun ayrılmasına katkı sağlayan ülkeye, bölgeye ve topluma yüksek sorumluluğu olan bir meslektir (Güzel & Köroğlu, 2015, s. 157).

1.2. Turist Rehberliği Mesleğinin Üstün ve Zayıf Yönleri

Turist rehberliği turizm sektörünün yapısı gibi hizmet ağırlıklı ve emek yoğun bir meslektir. Yoğun olarak insan ilişkilerine dayanan ve iş doyumunu yüksek olan turist rehberliği mesleği kişisel gelişimi önemseyen kişiler için önemli ve keyifli bir meslektir (Yarcan, 2007, s. 33). Her meslekte olduğu gibi turist rehberliği mesleğinde de bazı zorluklar içermekte ve bu nedenle bu mesleği seçen bireylerin hem üstün yönlerini/avantajları hem de zayıf yönlerini/dezavantajları göz önünde bulundurması oldukça önemlidir. Turizm rehberliği mesleğinin en önemli üstün yönleri/avantajları ise (Batman, 2003, s. 133; Yenipınar, 2019, s. 12-13):

- *Tanıtım Elçiliği ve Ülkeye Hizmet Etme Onuru:* Turist rehberleri, ziyaretçilere rehberlik yaparak, gezdikleri yerin kültürü, tarihi, gelenekleri, yemekleri ve diğer turistik özellikleri hakkında bilgi veren, ziyaretçilere yerel yaşamı deneyimleme fırsatı sunan, turistlerin buldukları yer hakkında daha derinlemesine bir anlayış kazanmalarına yardımcı olması açısından tanıtım elçiliği yapmaktadır. Turistlere bölgede hizmet verirken aynı zamanda bölgenin fiziksel ve kültürel değerlerine sahip çıkarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerini yerine getiren bir koruyucu ve sürdürülebilirliğin temsilcisidir (Yıldırım, 2021, s. 27-28). Turist rehberleri, ülke turizminin gelişmesine katkı sağlayarak yerel topluluğun ekonomik büyümesine destek olmakta ve gelen ziyaretçilere hizmet ederken ülkeyi temsil etme onurunu taşımaktadır.

- *Özgür Bir Yaşam Tarzı / Esnek Çalışma Koşulları*: Rehberler genellikle serbest meslek olarak çalışmakta ve bu durum kendilerine daha esnek çalışma saatleri ve iş programları sağlaması açısından kendi programlarını planlama ve özelleştirme imkanı sunmaktadır (Batman, 2003, s. 133; İlhan & Soybalı, 2018, s. 19).
- *Farklı Kültürdeki İnsanlarla Tanışma- Kaynaşma Fırsatı*: Turist rehberleri, farklı kültürlerden gelen ve farklı yaş gruplarından turistlerle etkileşimde bulunma şansına sahiptirler. Bu, sosyal becerilerini geliştirme ve yeni insanlarla tanışma fırsatı sunar (Batman, 2003, s. 133).
- *İyi Para Kazanma*: Turist rehberliği mesleği, birçok faktöre bağlı olarak değişen bir gelir potansiyeline sahiptir. İyi para kazanma şansı, bir turist rehberinin sahip olduğu deneyim, uzmanlık alanları, dil becerileri, çalıştığı şirketin büyüklüğü ve destinasyonların popülerliği gibi birçok etkene bağlıdır (İlhan & Soybalı, 2018, s. 19).

Turist rehberliği mesleğinin birçok olumlu yönü bulunsa da turizm ve seyahat endüstrisindeki özel koşullar, çalışma şartları ve mesleki zorluklara bağlı olarak bazı zayıf yönleri de bulunmaktadır. Turist rehberliği mesleğinin bu zayıf yönleri ise (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 140-145; Çolakoğlu, Efendi & Epik, 2017, s. 146-149; Ak, Kargiglioğlu & Erkol-Bayram, 2019, s. 25; Yenipınar, 2019, s. 12-13):

- *Turist Rehberliğinin Fiziki Güce Dayalı Olması*: Turist rehberliği genel olarak iletişim ve liderlik becerilerine dayansa da müze gezileri, doğa yürüyüşleri vb. içerikleri olan turlarda uzun süre ayakta kalma, yürüme, konuşma, ses kontrolü gibi bir dizi fiziksel yeteneği ve dayanıklılığı gerektirmektedir (Arslan & Şimşek, 2018, s. 43).
- *Turist Rehberliğinin Mevsimlik Bir İş Olması*: Birçok destinasyon hizmet sunduğu turizm türüne göre (kış turizmi, deniz-kum-güneş vb.) ziyaretçi akışını yaşamaktadır. Turist rehberliği mesleğini seçen kişilerin sezon dışı dönemlerde işin devamlılığı olmaması veya azalması nedeniyle gelirlerini yönetme ve farklı iş bulma stratejileri geliştirmelerini gerektirebilir (Şahin & Acun, 2016, s. 565; Eser & Şahin, 2020, s. 1348).

- *Turist Rehberliğinin İş Güvencesinin Olmaması:* Turist rehberliği serbest meslek olarak yapılan bir iş olduğu için rehberlerin iş güvenceleri sınırlı düzeydedir. Bunun temel nedeni birçok turist rehberi, bağımsız birer girişimci olarak çalışmakta ve kendi işlerini kurarak, genellikle tur operatörleri, seyahat acenteleri veya tur şirketleriyle mevsimlik veya destinasyona yönelik taleplere bağlı olarak serbest çalışan anlaşmaları yapmalarından kaynaklanmaktadır (Korkmaz, Gökdemir, Göç & Demir, 2021, s. 44).
- *Turist Rehberliğinin Dışsal Faktörlere Bağlı Olması:* Turist rehberliği iş koşulları, turist talepleri, sezonluk dalgalanmalar, ekonomik durgunluk, politik istikrarsızlık, küresel olaylar, güvenlik endişeleri, seyahat kısıtlamaları, çevresel ve doğal koşullar, hükümet politikaları, yasal düzenlemeler vb. faktörler turist rehberliği mesleğini etkileyebilmekte ve belirsiz kılabilir (Ahipaşaoğlu, 1997, s. 11).
- *Turist Rehberliği Mesleğinde Sürekli Kendilerini Yenileme Zorunluluğu:* Turist rehberleri, müşteri istek ve beklentilerindeki, seyahat endüstrisindeki, teknolojideki vb. değişimleri rekabetçi bir ortamda başarılı olmak ve misafirlere kaliteli hizmet sunabilmek için sürekli öğrenmek ve kendilerini geliştirme zorunluluğu bulunmaktadır. Bu durum aynı zamanda mesleklerini sadece bilgi bakımından değil, aynı zamanda iletişim, hizmet kalitesi ve sürdürülebilir turizm ilkeleri açısından da güncel tutmalarını gerektirmektedir (Ahipaşaoğlu, 1997, s. 11; Yenipınar & Kardaş, 2019, s. 3).
- *Turist Rehberliğinde Emekliliğin Olmaması veya Çok Gecikmesi:* Turist rehberleri genel olarak serbest çalışmaları ve kendi işlerini yönetmeleri, mevsimlik işler ve değişken bir gelire sahip olmaları, rekabetin yoğun olması, istihdam sağlamadaki sorunlar, iş tutkusu, mali zorluklar ve sosyal güvenlik eksikliği gibi nedenlerden dolayı emekli olamama veya emekliliğin gecikmesine neden olmaktadır (İlhan & Soybalı, 2018, s. 19).
- *Turist Rehberliği Mesleğinde Ailevi Sorunların Oluşabilmesi:* Turist rehberliği mesleği belirli dönemlerde yoğun olmasına bağlı olarak uzun ve düzensiz çalışma saatlerinin olması ve iş gereği seyahat etmek zorunda kalması sonucu aile bağlarını zorlayabilmekte ve kopukluk yaratabilmektedir (Taşkın, 2021, s. 55; Özkan, 2022, s. 5).

1.3. Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi

Turist rehberlerinin önemini anlayabilmek için turizm sektörü içerisindeki yeri ve sağladığı faydaları kapsamlı bir biçimde incelemek gerekmektedir. Avusturya Profesyonel Spor ve Eğlence İşletmeleri Birliği (2014), yayınladığı rapora göre turizm sektöründe turist rehberlerinin birçok önemli katkısı/faydası bulunmaktadır. Bu katkılar (Brito, 2020, s. 37):

- Destinasyonun reklam ve tanıtımı için bir pazarlama aracı görevi üstlenir.
- Bir ülkenin, bir bölgenin anlaşılmasına, kültürünün yaygınlaşmasına, tanıtılmasına önemli katkı sağlar.
- Teknik uzmanlıkları, yerel koşullara ilişkin özel bilgileri, gerek ziyaretçileri gerekse ziyaret edilen destinasyonu ve/veya mirasın korunması konusundaki tutumları, destinasyona yönelik ziyaretçilerin olumlu izlenimler edinmesine katkı sağlar.
- Bir turist rehberinin bilgi ve becerilerinin fazla olması nedeniyle aynı zamanda faaliyet alanı birçok sorumluluk gerektirir.
- Turist rehberleri sağlık veya güvenlik sorunları yaşanması durumunda ne gibi önlemler alınması gerektiğini ve kriz yönetimini iyi bilen kişilerdir.
- Turizm barışçıl bir uluslararası iletişim aracıdır ve nitelikli turist rehberleri karşılıklı anlayışı teşvik eder ve önyargıları ortadan kaldırılmasına yardımcı olur. Turist rehberleri bunu yaparak barışçıl işbirliğinin ve kültürlerarası anlayışın geliştirilmesine katkı sağlar.

Turist rehberleri turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Turist rehberleri, ziyaret edilen yerler hakkında tarih, kültür, coğrafya, sanat ve diğer konularda geniş bir bilgiye derinlemesine sahip oldukları için ziyaretçileri bilgilendirmektedir. Bunu yaparken aynı zamanda yerel kültürün anlaşılmasına, yerel halk ile turistler arasında köprü görevi üstlenmesi ve turistlerin ziyaret ettikleri destinasyondan memnun ayrılabilmesini ve ülke imajının da gelişmesini sağlamada önemli bir rol üstlenmektedir.

1.4. Turist Rehberlerinin Rollerini

Turist rehberleri, turistlerin seyahat deneyimini zenginleştirmek ve daha sorunsuz bir şekilde seyahat etmelerine ve turistlerin memnun kalmalarına yardımcı olmak için birçok rol üstlenmektedir. Literatür incelendiğinde turist rehberlerinin rollerine yönelik birçok sınıflandırma bulunmaktadır. Turist rehberlerinin rollerini ilk defa Cohen (1985) çalışmasında liderlik ve arabulucu rolü olmak üzere sınıflandırmıştır.

Şekil 1.1. Turist Rehberinin Rollerini

(A) Liderlik Rolü	Enstrümantal	Sosyal
(B) Arabulucu Rolü	Etkileşim	İletişim

Kaynak: Cohen, 1985, s. 10.

Cohen (1985) yapmış olduğu sınıflamada turist rehberlerinin liderlik rolünü enstrümantal ve sosyal rol olmak üzere ikiye ayırmıştır.

Turist Rehberinin Enstrümantal Rollerini: Turist rehberlerinin enstrümantal rollerini, turistlerin seyahat deneyimini daha etkili ve sorunsuz hale getirmek amacıyla pratik ve operasyonel görevleri yerine getirmelerini ifade etmektedir. Daha sade bir ifadeyle enstrümantal rol, turist rehberin turistlere yönelik görevlerini ifa etmesini içermektedir. Enstrümantal rollerin alt rollerini ise (Cohen, 1985, s. 10):

- *Yol gösterme (Yön bulma):* Turist rehberi, turun başlangıcından bitişine kadar sorumludur. Turist rehberi, ziyaretçilere tur başlamadan önce turla ve gidilecek arazi ilgili oryantasyon sağlaması, ziyaretçilerin yanında bulundurmaları gereken aletler, kıyafetler, alınması gereken ilaçlar vb. konusunda ayrıntılı bilgi vermelidir. Zamanlama açısından turun rotasına ve planına uygun bir programlama yaparak turun işleyişini garanti etmelidir. Her zaman alternatif bir rota oluşturabilmeli, rota ve yön konusunda oluşabilecek sorunlara hızlı bir biçimde çözüm üretebilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra turist rehberi, ziyaretçilere gerekli yerlerde gerekli uyarıları yapması ve ziyaretçilerin

kurallarla ilgili bilgi sahibi olduklarından emin olmaları önemli rolleridir (Howard, Smith & Thwaites, 2001, s. 32).

- *Ulaşım (Erişim)*: Turist rehberlerinin görevlerinden biri, turistlerin kendi başlarına göremeyecekleri ya da yeterince gezemeyecekleri yerleri rehberleri eşliğinde gezmelerini sağlamaktır.
- *Güvenlik*: Turist rehberlerinin sorumlulukları arasında, turistlerin programa uyması ve seyahat esnasında güvenli bir şekilde seyahat etmeleri yer almaktadır. Rehber aynı zamanda turistlerin kendilerine zarar verecek yerlere gitmemesi konusunda da sorumludur. Verilen süreyi kontrol edebilmesi, turun programa göre ilerlemesini sağlamak ve diğer katılımcılar ile birlikte toplu bir şekilde kurallara uyum içerisinde devam etmesini sağlamak gibi çeşitli avantajlara sahiptir.

Turist Rehberinin Sosyal Roller: Turist rehberi, tur grubu içerisinde uyumu sağlamak ve korumaktadır. Turist rehberi, grubun uyum içerisinde olması, sorunsuz turunu tamamlayabilmesi için ve memnuniyet sağlayabilmesi için sosyal rol bileşenleri önemlidir. Sosyal bir lider olarak bir turist rehberi, takım oluşturmak, grubu bir araya getirmek ve moral sağlamak zorundadır. Turist rehberlerin eğlenceli bir yorum yapmalarının veya anlatımlarında mizaha yer vermelerinin grup uyumunu sağlamada önemli bir araç olduğunu belirtmektedirler. Eğlenceli yorumlar ya da mizah, zorlu doğa koşullarında herkesin az da olsa eğlenmesini sağlayarak grup içinde olumlu bir ortam yaratabilir. Bununla birlikte, mizah, insanların yabancıların da kendileri gibi bir grubun bir üyesi olduklarını kabul etmeleri ve eğlenceli bir deneyim sağlar (Howard vd., 2001, s. 32).

Cohen (1985) yapmış olduğu sınıflamada turist rehberlerinin arabulucu rolleri etkileşim ve iletişim rolü olmak üzere ikiye ayırmıştır.

Turist Rehberinin Etkileşim Roller: Turist rehberlerinin etkileşim rolleri temsil ve organizasyon bileşenlerinden oluşmaktadır. Turist rehberi, ülkesini temsil ettiği için katılımcıları uyum ve koordinasyon konusunda yönlendirmekte ve gerekli kurallar hakkında bilgilendirmeler yapmaktadır.

Turist Rehberinin İletişim Rollerini: Turist rehberlerinin iletişimsel rolü sahip olduğu kültürel, arkeolojik, tarihi bilgilerin yanı sıra turistlerle etkili iletişim kurabilmesi gerekmektedir. Turist rehberleri turistleri bilgilendirmesi için tarih, kültür, coğrafya gibi konularda geniş bir bilgiye sahip olmaları önemlidir. Bunun yanı sıra turist rehberleri diksiyon, beden dili ve etkili iletişim tekniklerini bilmesi, grupla veya bireylerle etkileşimde önemli rol oynamaktadır.

1.5. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Özellikleri

Turist rehberleri turizm endüstrisinde turistin destinasyon hakkındaki izlenimlerini şekillendirmeye yardımcı olmak, sektördeki seyahat acentelerinin sürdürülebilir işleyişini sürdürmede kilit oyuncularından birisi olması, turist memnuniyeti oluşturmada ve tekrar ziyaret etme niyetine, ülkenin zengin turistik ürün ve hizmetlerinin tanıtılması vb. birçok önemli rolü bulunmaktadır. Tüm bu rolleri yerine getirebilmek için turist rehberleri sahip olması gereken birçok özellik bulunmaktadır. Literatür incelendiğinde turist rehberlerinde bulunması gereken özelliklere yönelik birçok sınıflama bulunmaktadır. Literatürde en yaygın olarak kabul gören sınıflandırmalardan birisini Tetik (2006) çalışmasından bu özellikleri kişilik özellikleri, bilgi, beceriler ve fiziksel görünüm olarak yapmıştır.

1.5.1. Bilgi

Her meslekte olduğu gibi turist rehberliği mesleğinin gerektirdiği bilgi düzeyi bulunmaktadır. Bunlar (Tetik, 2006, s. 52-54):

Yabancı Dil Bilgisi: Turistler genellikle farklı ülkelerden geldikleri için, birden fazla dil bilmeleri gerekmektedir. Turist rehberleri, turistlerin gezdikleri, öğrenmek istedikleri yerleri en azından turistlerin ana dilinde ve/veya diğer yaygın dillerde anlatan kişidir. Turistlere doğru bilgi ve doğru iletişimin kurulması açısından yabancı dil oldukça önemlidir.

Genel Kültür Bilgisi: Turist rehberlerinin genel kültür bilgisi, gezdikleri yerlerle ilgili geniş ve ayrıntılı bir bilgi yelpazesini kapsamaktadır. Turist rehberleri anlatacakları yerlerin dışında tarih, arkeoloji, coğrafya, sanat, kültür, mimari, gastronomi, ekonomi, siyasi, aktüel olaylar, yerel etkinlikler gibi birçok alanda

turistlerin öğrenmek istedikleri, merak ettikleri her türlü konuda bilgi sahibi olması gerekmektedir.

Diğer Kültürler Hakkında Bilgi Sahibi Olma: Turist rehberleri, sadece kendi ülkelerinin kültürlerini değil, aynı zamanda farklı kültürler hakkında da geniş bir bilgiye sahip olmaları gerekmektedir. Bu durum turist rehberlerine, turistlerle daha iyi etkileşim kurmalarına, farklı kültürleri anlamalarına, turistlerin bakış açılarına göre empati yapabilme yeteneğine ve çeşitli kültürel gruplara saygı göstermelerine yardımcı olmaktadır. Genel olarak farklı kültürlerin giyimleri, inançları, yemek alışkanlıkları, gelenekleri, kültürel ihtiyaçları, toplumsal normları, iletişim stilleri, sosyal hiyerarşi, tarih ve politika gibi konularda bilgi sahibi olmaları turist rehberlerinin turistlerle iletişimini kolaylaştırmaktadır.

Yöre Hakkında Bilgi Sahibi Olma: Turist rehberlerinin gezdikleri yöre hakkında detaylı bilgi sahibi olmaları, turistlere daha zengin ve anlamlı bir deneyim sunmalarını sağlamaktadır. Turist rehberlerinin turistleri etkileyici ve bilgi dolu bir şekilde yönlendirmelerine yardımcı olacak olan konular:

- *Tarih ve Arkeoloji:* Turist rehberleri, yörenin tarihi önemli tarihi kişilikler antik kalıntılar, tarihi olaylar ve bölgenin geçmişi hakkında bilgi vermek, kültürel bağlamı anlamalarına yardımcı olması açısından bilgi sahibi olması oldukça önemlidir.
- *Coğrafi Özellikler:* Yörenin coğrafyası, iklimi, doğal özellikleri ve coğrafi yapı hakkında bilgi sahibi olmak turistlerin ilgilerini çekebilmek açısından önemlidir.
- *Yerel Kültür ve Gelenekler:* Yöre halkının kültürü, gelenekleri, örf ve adetleri hakkında detaylı bilgiye sahip olmak, turistlere yöre kültürünü ve yerel yaşam tarzını tanıtmaya yardımcı olur.
- *Yerel Mutfağı ve Lezzetleri:* Yöreye özgü yemekler, içecekler ve yerel mutfakın özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak, turistlere yöresel lezzetleri denemeleri konusunda önerilerde bulunulmasına yardımcı olmaktadır.
- *Doğal ve Kültürel Rekreasyon Alanları:* Yöredeki doğal güzellikleri, parkları, plajları, gölleri veya diğer rekreasyon alanlarını bilmek, turistlere dinlenme ve eğlence seçenekleri sunulmasına yardımcı olmaktadır.

- *Folklor ve Halk Hikayeleri:* Yöreye özgü halk hikayeleri, efsaneler ve folklorik öyküler hakkında bilgi sahibi olmak, yerel kültürün mitolojik ve halk inançlarını turistlerin dikkatini çekebilmek adına önemlidir.
- *Yerel Ekonomik Durum:* Yörenin ekonomik yapısı, tarım ürünleri, sanayi ve ticaret hakkında bilgi sahibi olmak, turistlere bölgenin genel ekonomik dinamiklerini anlatma konusunda önemlidir.
- *Yerel Sanat ve El Sanatları:* Yörede üretilen geleneksel sanat eserleri, el sanatları ve yerel sanatçılar hakkında bilgi sahibi olmak, turistlere bölgenin sanatsal yönlerini gösterilmesi noktasında etkili olabilmektedir.
- *Mimari ve Tarihi Yapılar:* Yöredeki önemli mimari eserler, tarihi yapılar ve anıtlar hakkında bilgi sahibi olmak, turistlere bu yapıları daha iyi anlatma ve tanıtmada yardımcı olmaktadır.

İlkyardım Bilgisi: İlkyardım, “Herhangi bir kaza veya yaşamı tehlikeye düşüren bir durumda, sağlık görevlilerinin yardımı sağlanıncaya kadar, hayatın kurtarılması ya da durumun kötüye gitmesini önleyebilmek amacı ile olay yerinde, tıbbi araç gereç aranmaksızın, mevcut araç ve gereçlerle yapılan ilaçsız uygulamalardır” şeklinde tanımlanmaktadır (İnan, Kurt ve Kubilay, 2011, s. 6). Turist rehberleri aynı zamanda turda yer alan tüm katılımcılardan sorumlu olduğu için turist rehberlerinin ilkyardım bilgisine sahip olmaları, acil durumları etkili bir şekilde yönetebilmeleri ve turistlerin sağlığını güvence altına almaları açısından oldukça önemlidir. İlkyardım bilgisi, beklenmedik durumlarla başa çıkma yeteneğini artırmakta ve acil durumların etkilerini en aza indirilmesine yardımcı olmaktadır.

1.5.2. Beceriler

Rehberlerin yetiştirilme şekli, yaşadıkları ülke ve bölge, aile ve toplumdaki edindikleri bilgi, gelenek ve görenek, rehberlerin yetenekleri ve kapasitelerini etkileyebilmektedir. Bununla birlikte, sahip olmaları gereken beceriler, öğrenerek kazanılabilir ya da geliştirilebilir.

Anlatım Becerisi: Turist rehberi, sorumlu olduğu grubu doğru yönlendirme yapabilmesi ve turların çoğunda kalabalık bir turist grubunun önünde konuşması gerektiği için topluluk önünde konuşma ve anlatım konusunda başarılı olması

gerekmektedir. Turist rehberleri anlatım becerilerinde ve bilgiyi aktarabilme noktasında başarılı olabilmesi için görsel, işitsel veya duyuşsal işleme yöntemlerini kullanabilir. Bunun dışında anlatım becerisini, ses tonu, bilgi, anlatım biçimi vb. birçok etkileyen faktör bulunmaktadır (İrigüler ve Güler, 2016, s. 211).

İletişim Becerisi: Turist rehberleri, gerek yazılı gerek sözlü iletişimde güçlü olmaları, grup içindeki dinleyicilere bilgi aktarabilmeleri açısından ve aynı zamanda diğer tüm işlerini kolaylaştırıcı bir işleve sahip olmasından dolayı etkili iletişim kurabilme yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Turist rehberinin etkili/başarılı bir iletişim sağlayabilmesi için grup önünde çekinmeden, özgüvenli bir biçimde akıcı bir şekilde konuşması, heyecanını yenmesi ve deneyimlerini kullanması, konuşma esnasında göz kontağı kurması ve anlatımlarında vücut dilini (vücut, yüz ve el hareketleri) kullanmaya özen göstermesi gerekmektedir (Tetik, 2006, s. 57-58).

Yorumlama Gücü: Yorumlama, dinleyiciyi uyarmak ve ilham vermek için verilen bilgilerle anlamları ortaya çıkarmayı ve ilişkileri geliştirmeyi amaçlar. Yetenekli bir turist rehberinin yorumu, insanların düşünmesini ve aynı zamanda bir yerle ilgili anlamlar çıkarmasını sağlamaktadır. Bilgi, yorumun bir parçasını oluşturmakta iken tercümanlık ise dinleyicinin tüm duyularıyla anlatılanlara katılmasına ve bu konuda aydınlanmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin bir binanın veya heykelin önünde durup bunların tam olarak inşa edildiği tarih ya da hangi malzemeden yapıldığı hakkında konuşmak bilgi gerektirirken, neden yapıldığına veya nasıl yapıldığına yönelik hikaye anlatımıyla süslenmedikçe grup için oldukça sıkıcı ve sıradan bir deneyim olmasına neden olabilmektedir (Tangüler, 2002, s. 28; Tetik, 2006, s. 59).

Esprî Yapabilme Becerisi/Mizah Anlayışı: Turist rehberleri iyi bir mizah anlayışına sahip olmaları ve anekdotlar anlatmaları, turistlerin can sıkıntısını önlemek için etkili konuşmada önemlidir. Mizah anlayışına sahip olan turist rehberleri bir geziyi daha unutulmaz kılar, daha keyifli hale getirmede, deneyimi daha heyecanlı hale getirme, ortamı daha samimi hale getirme de, yabancı grupların birbirleriyle olumlu bir şekilde bağ kurmasına imkan sağlar. Turist rehberleri mizah anlayışında siyasi olmamaya, turistleri gücendirmeyecek, din ve inanç gibi hassas konularda dikkat etmesi, saygılı olması ve aşırıya da kaçmaması gerekmektedir (Tetik, 2006, s. 59-60).

Organizasyon Yapabilme Becerisi: Profesyonel bir turist rehberi her tur öncesinde hazırlık yapar ve eksik bir şey olup olmadığını kontrol etmesi gerekmektedir. Turist rehberi aynı zamanda güvenliğin, verimliliğin, zaman yönetiminin önemini bilincinde olması ve oluşabilecek sorunlara hazırlıklı olması gerekmektedir. Bu nedenle turist rehberleri tur programını planlama, misafirleri karşılama, konaklama, yeme-içme ve eğlence olanaklarıyla ilgilenmesi, tur programını yürütmesi ve turistleri bilgilendirmesi aşamalarında turistlerin destinasyona vardıkları andan ayrılış anlarına kadar organizasyon becerilerine sahip olmaları gerekmektedir. Turist rehberlerinin nitelikleri arasında yer alan doğru zamanlama, başlangıç ve bitiş saatleri, programlama, hızlı karar verebilme gibi organizasyonu kontrol altında tutabilmesi, oluşabilecek sorunları büyümeden çözebilmesi açısından önemlidir (Tetik, 2006, s. 60; İrigüler ve Güler, 2016, s. 212).

Koordinasyon Sağlama Becerisi: Genel olarak turist rehberleri yönetim fonksiyonlarının planlama (tur planı hazırlama vb.), organizasyon (turistleri karşılama, konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence ihtiyaçlarını karşılama vb.), liderlik, koordinasyon ve kontrol aşamaları ve bunların turist rehberliğine uygulanabilirliği konusunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Tur rehberliği her ayrıntıya dikkat edilmesi gereken bir meslektir. Örneğin müzelerin, ören yerlerinin veya sergilerin açılış ve kapanış saatleri, öğle yemeği düzenlemeleri, ekstra tur satışları, parasal konular, yolda geçirilen süre, çeşitli ön rezervasyonların onaylanması vb. bunların hepsi gerek organizasyon gerekse koordinasyon becerilerinin önemli bir parçasıdır (Tetik, 2006, s. 60-61; İrigüler ve Güler, 2016, s. 212).

İlgi Odaklayıcı Sorular Sorma Becerisi: Turist rehberlerinin ilgi odaklayıcı sorular sorma becerisi, grup içindeki turistlerle etkileşim kurarak, onların ilgi alanlarına odaklanmalarını sağlamak ve daha kişisel bir deneyim sunmak için önemlidir. İlgi odaklayıcı sorular, turistlerin katılımını artırabilir, rehberin anlatımını zenginleştirebilir ve turun genel kalitesini iyileştirebilir.

Sorularla Başa Çıkabilme Becerisi: Turist rehberliği mesleki olarak işinde tecrübe kazandıkça soruları yanıtlaması daha kolaylaşmaktadır. Yeni başlayan turist rehberleri sorulardan kaçınırken tecrübe sahibi turist rehberleri daha sakin ve daha özgüvenli bir biçimde sorularla başa çıkabilmekte ve süreci yönetebilmektedir. Turist

rehberleri genellikle benzer sorularla karşı karşıya kaldığı için deneyim arttıkça daha tatmin edici cevaplar vermektedir. Mesleğe yeni başlayan turist rehberleri ise bazen cevabını bulamadıkları sorularla karşı karşıya kalırlar ve bu durum onlarda özgüven eksikliği hissetmelerine neden olabilmektedir. Benzer biçimde din ve inanç, siyaset gibi tartışma yaratacak konularda turist rehberi grup üyelerinin homojen bir yapıya sahip olmadığını, farklı bakış açılarına sahip farklı kişilerden oluştuğunu unutmamalı ve ölçülü yaklaşmalıdır. Bunun dışında ise turist rehberinin mahremiyetine yönelik ve aşağılayıcı veya karşıt sorular yöneltebilmekte ve turist rehberi ılımlı ve sakin bir yaklaşım sergileyerek kısa veya esprili cevaplar vermesi gerekmektedir.

Kendilerini Yenileyebilmeleri: Turist rehberleri, kuralların mevzuatın sürekli değiştiği farklı ortamlarda çalışırlar. Profesyonel bir turist rehberi, eğitimin yeterli olmadığını kabul etmeli, sürekli yeni bilgiler özümseyerek tüm yeni gelişmeleri takip etmeli ve kendini geliştirmelidir (İrigüler ve Güler, 2016, s. 213). Turist rehberlerinin kendilerini yenileyebilmeleri, seyahat endüstrisindeki değişimlere ayak uydurabilmeleri ve turistlere daha iyi bir deneyim sunabilmeleri açısından önemlidir. Turist rehberleri, sektördeki yeni gelişmeleri ve destinasyonları yakından takip etmeli ve sürekli olarak kendilerini güncellemelidir. İlgili kurslara katılmak, seminerlere gitmek ve eğitim programlarına dahil olmak, bilgi düzeylerini artırabilir. Ayrıca turizm ve seyahat endüstrisinde teknolojik gelişmelerin hızla ilerlemesi, turist rehberlerinin dijital araçları ve iletişim teknolojilerini etkili bir şekilde kullanarak turistlere daha iyi hizmet verebilmeleri açısından son derece önemlidir. Bunun yanı sıra teknolojinin gelişmesine bağlı olarak internet ve sosyal medya platformlarının gelişmesi beraberinde kullanılan dile etki etmiş yeni kelimeler kavramlar ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu duruma bağlı olarak bu kavramları öğrenmeli değişen turizm trendlerine ve müşteri beklentilerine uyum sağlamak daha iyi iletişim kurabilmek amacıyla yabancı dil becerilerini sürekli olarak geliştirmeleri gerekmektedir.

1.5.3. Nitelikler ve Fiziksel Görünüm

Turist rehberlerinin nitelikleri ve fiziksel görünümü, kişinin deneyimi, eğitimi ve iletişim becerileri gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebilir. Turistlerin hem yerel halkın hem de ülkenin imajını oluşturmada turist rehberinin temsilini

besleyen ve tamamlayan bilgi ve bazı becerilerin yanı sıra bazı temel kişilik özellikleri ve fiziksel görünüm de önemlidir. Turist rehberlerinin nitelikleri liderlik ruhu, dışa dönük olma, misafirperverlik, iş ahlakı/etik değerler ve fiziksel görünümünden oluşmaktadır.

Liderlik Rolü: Turist rehberlerinin liderlik ruhu, grupları etkili bir şekilde yönetme, kararlar alabilme, sorunları çözebilme ve müşterilere rehberlik ederken güven ve saygı kazanma yeteneğini içermektedir. Liderlik ruhu, grubu yönlendirmek ve teşvik etmek için etkili ve keyifli bir tur sağlama noktasında önemli bir unsurdur. Liderlik rolü turist rehberinin görev sorumluluklarının üzerindedir. Bu nedenle turist rehberleri için liderlik zor ve karmaşıktır.

Dışa Dönük Olma: Dışadönük insanlar çok çeşitli insanlarla iletişim kurma eğiliminde olan, başkalarının ilgisine ihtiyaç duyan ve topluluk önünde konuşmalara katılan, farklı faaliyetlere, etkinliklere katılma eğiliminde olan kişilik tipidir. İnsan ilişkilerinin hassas bir şekilde ele alınması gereken turist rehberliği mesleğine uygulandığında dışa dönük olmak olumlu bir havanın ve etkileşimlerin oluşmasını sağlar. Tatile çıkan bir grup insanın, kendilerine saygı duyan ve onları samimiyetle dinleyen bir turist rehberinden başka bir beklentisi yoktur. Nazik, sabırlı, duyarlı, bencil olmayan, işini gerçekten takdir eden ve öfkesini kontrol edebilen bir turist rehberi görmeyi bekleyenler sadece turistler değil aynı zamanda sektör paydaşlarıdır (Tetik, 2006, s. 65).

Misafirperverlik: Seyahat sosyal bir olgudur ve bu olgunun bir parçası olarak turist rehberleri için misafirperverlik göstermek en önemli rollerinden birisidir. Turistlerin kendilerini rahat ve evlerinde gibi hissetmeleri için dil bilmeden, kültür tanımadan, evlerinden binlerce kilometre uzakta oldukları yerde onlara sıcak ve samimi bir ortam sağlamakla mümkün olabilir. Grubun tamamına gösterilen ilgi ve her misafirle olan etkileşim, misafirperver, arkadaş canlısı ve bütünleştirici bir dokunuş gerektirir. Misafirperver bir turist rehberi, her konuğa iyi niyet duygusuyla nasıl iyi bir ev sahibi olunacağını nezaket göstermesi gerekmektedir. Turist rehberleri için misafirperverlik aynı zamanda turistlerin duygularına duyarlı olan ve ihtiyaç duyulduğunda yardımcı olmaya istekli olan kişilerdir.

İş Ahlakı/Meslek Etiği: Her meslekte olduğu gibi turist rehberliğinin de kendine özgü normları ve düzenlemeleri bulunmaktadır. Turist rehberleri, turistlerle etkileşimde bulunurken, destinasyonları tanıtırken ve grupları yönetirken belirli standartlara uymak zorundadırlar. Turist rehberlerinin seyahat acentelerine, tüm hizmet sağlayıcıların ve ortakların çalışanlarına ve ayrıca müşterilerine karşı belirli etik sorumlulukları ve standartları vardır. Turist rehberi, bilgiyi nazik, özenli ve görev bilinciyle ustaca sunmalı, propaganda ve önyargılardan uzak, ayrımcı tutumlardan kaçınmalıdır. Grubun değer ve çıkarlarına karşı aşırı duyarlı olmalı ve cinsiyet, din, siyaset gibi tartışmalı konularda kişisel görüşlerini paylaşmamalıdır. Ev sahibi ülkenin temsilcileri olarak, herhangi bir sorun durumunda kimseye kendi etik standartlarını ve değerlerini empoze etmeye çalışmamalıdır (Tetik, 2006, s. 66-67). Turist rehberlerinin iş ahlakı ve etik kurallar konusunda hassas olmaları profesyonelliklerini korumalarına ve turizm sektöründeki itibarlarını yükseltmelerine yardımcı olur. Meslek etiği ve iş ahlakına bağlılık, turist rehberlerinin uzun vadeli başarıları için kritik öneme sahiptir.

Rehberin Giyim Tarzı: Bir turist rehberinin grup üyelerine verdiği ilk izlenim, onun lider imajını büyük ölçüde etkileyebilmektedir. Turist rehberi, gruptaki her turistin yakından incelediği kişi olduğundan giyim ve aksesuarları imaj oluşturmalarına yardımcı olmaktadır. Doğru kıyafet ve kişisel bakım saygı göstergesi olması nedeniyle turist rehberleri, turun türüne veya günlük aktivitelere en uygun kıyafetleri seçmeye özen göstermelidir. Turist rehberinin giyim tarzı rahat olmalı ve mevsime veya otelin konumuna uygun, kolay kırıışmayan, turun süresine göre yedekli kıyafetleri olması gerekmektedir. Erkek turist rehberleri saç ve sakal kesimlerine, kadın turist rehberleri ise, aşırı aksesuar, aşırı makyaj yapmaktan kaçınmaları gerekmektedir (Güzel, 2007, s. 20).

II. BÖLÜM

2.1. Turist Rehberi ile Tur Memnuniyeti Üzerine Yapılan Literatürdeki Çalışmalar

Koçoğlu ve Yıldırım Kalem (2023) çalışmalarında turist rehberlerinin performansının turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar Karabük ili Safranbolu ilçesini rehberli turla ziyaret eden Uzak Doğulu turistleri üzerine anket uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar sonuç olarak turist rehberlerinin performansının turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun yanı sıra turist rehberlerinin performanslarını belirlemeye ait alt boyutlar içerisinde turist rehberlerinin etkinlikleri tanıtma becerileri ile problem çözme becerileri turist memnuniyetini en çok etkileyen boyutlar olduğunu belirtmişlerdir.

Syakier ve Hanafiah (2022) çalışmalarında turist rehberi performansının turist memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerindeki rolünü araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırmacılar Malezya'nın Kuala Lumpur kentini ziyaret eden turistler üzerine uyguladıkları anketlerden verileri elde etmişlerdir. Araştırmacılar sonuç olarak tur rehberlerinin ve turist memnuniyetinin davranışsal niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve bunun da tekrar ziyaret niyetlerini ve itibarını etkilediğini tespit etmişlerdir.

Arslan ve Tanrısevdi (2022) çalışmalarında turist rehberlerinin performanslarının turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerine etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar Efes Antik Kenti'ni Temmuz-Eylül 2021 tarihleri arasında ziyaret eden bireylere uyguladıkları anket formuyla verileri elde ederek analizler yapmışlardır. 399 adet anket formundan elde ettikleri verilerle analizlerini gerçekleştiren araştırmacılar turist rehberlerinin eğlence-tanıtma, görünüşü, problem çözme ve örgütsel becerileri, yerli turistlerin memnuniyetini anlamlı ve olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Turist rehberlerinin empati becerisi, mesleki yeterliliği ve iletişim becerileri yerli turist beklentilerinin altında kaldığını tespit etmişlerdir.

Özbek ve İskender (2021) çalışmalarında turist rehberlerinin anlatımının tur tatmin düzeyi üzerindeki etkisi araştırmışlardır. Araştırmada anket tekniği kullanmış olan çalışmada turist rehberlerinin anlatımının tur tatmin düzeyini anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca araştırmacılar yerli ve yabancı ziyaretçi olarak karşılaştırma yapmışlardır. Analiz sonucunda rehberin anlatım düzeyi ile yerli/yabancı katılımcılar arasında anlamlı farklılık tespit etmişlerdir. Araştırmada sonuç olarak yabancı ziyaretçiler, turist rehberlerinin anlatım düzeyine yönelik görüşleri yerli turistlere göre daha olumlu olduğunu tespit etmişlerdir.

Ninpradith, Viriyasuebphong ve Voraseyanont (2019) çalışmalarında Çinli turistlere hizmet sunan Taylandlı turist rehberinin hizmet kalitesi yeterlilik düzeyinin memnuniyet düzeylerine etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırmacılar Bangkok'taki rehberli turlara katılan, bilinçli olarak seçilmiş 400 Çinli turistten veri toplamak için anket tekniği kullanmışlardır. Geliştirdikleri ölçeği test etmek amacıyla Yapısal Eşitlik Modellemesini kullanmışlardır. Katılımcıların demografik özelliklerini tanımlamak için frekans ve yüzde gibi tanımlayıcı istatistikler kullanan araştırmacılar turist rehberinin yeterliliği ve hizmet kalitesinin yapısal modelinin turist memnuniyeti üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmacılar ayrıca tur rehberlerinin yeterlilik özelliklerinin hizmet kalitesi düzeyi üzerinde doğrudan pozitif etkiye sahip olduğunu, hizmet kalitesi düzeylerinin de memnuniyet düzeyi üzerinde doğrudan pozitif etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar elde ettikleri bulgu ve sonuçlar doğrultusunda tur şirketleri ve seyahat acenteleri için tur rehberlerinin işe alınması ve gerekli yeterlilik konusunda eğitilmeleri konusunda kılavuzların geliştirilmesini, devlet sektörleri veya ilgili kurumlar için rehberler, iş pozisyonuyla ilgili bilgi, beceri, nitelik ve etik alanındaki tur rehberlerinin standartlarını içerecek ve Çinli turistlere uygun olacak şekilde geliştirilmesi gerektiğini önermişlerdir.

Kılıçlar ve Çevrimkaya (2019) çalışmalarında turist rehberlerinin sunmuş oldukları hizmetleri ve turist rehberlerinin niteliklerinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin ölçmeyi amaçlamışlardır. Çanakkale iline düzenlenen rehberli turlara katılan katılımcılar üzerine gerçekleştirdikleri anket çalışması yapmışlardır. Turist rehberlerinin nitelikleri olarak mesleki sorumluluk, kişisel özellikler, profesyonel yeterlilik, yönetim ve organizasyon ve grup içi sorumluluk boyutlarını incelemişlerdir.

Araştırmacıların yapmış oldukları regresyon analizi sonucunda müşterilerin genel anlamda turist rehberlerinden memnun oldukları ve rehberlerin kişisel özelliklerinin memnuniyet düzeylerini etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar ayrıca turist rehberlerinin mesleki sorumlulukları, kişisel özellikleri ve grup içi sorumluluk faktörlerinde memnuniyet üzerinde anlamlı bir fark görülmediğini ve cinsiyet farklılığının turist rehberinin performansı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Ünal ve Caber (2019) çalışmalarında turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, destinasyona yönelik imajlarına ve memnuniyetleri üzerine etkisini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Araştırma kapsamında Antalya şehir turuna katılan Alman turistlere yönelik gerçekleştirdikleri anket çalışması sonucunda turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri, algılanan destinasyon imajı ve genel memnuniyetleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Araştırmacılar ayrıca genel turist memnuniyetini en fazla etkileyen destinasyon imajının bilişsel boyutları “sosyal çevre ve olanaklar” ve duygusal boyutunda “canlandırıcılık” olduğunu tespit etmişlerdir.

Kuo, Cheng, Chang ve Chuang (2018) çalışmalarında turist rehberi hizmet kalitesinin turist memnuniyeti üzerinde yarattığı asimetric etkiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Tayvan’ı ziyaret eden turistler üzerine yapılan araştırmada Mandarin Çincesi konuşan tur gruplarından ve İngilizce konuşan tur grupları olarak verileri elde etmişlerdir. Araştırmacılar sonuç olarak bir turist rehberinin bilgi ve problem çözme yeteneğini ölçme puanının turist memnuniyeti üzerinde önemli asimetric olumsuz etkilere yol açabileceğini tespit etmişlerdir. Araştırmacılar ayrıca bir turist rehberinin kişilerarası iletişim, organizasyon ve mesleki yeterlilik alanlarında iyi puan aldığında tur memnuniyeti üzerinde önemli asimetric olumlu etkiler ortaya çıkardığını belirtmişlerdir.

Bozkurt (2018) yüksek lisans tez çalışmasında turist rehberlerinin performanslarının turist memnuniyeti ve turistlerin alışveriş davranışı üzerine etkisi incelemiştir. Nevşehir ilini ziyaret eden yerli turistleri kapsayan çalışmada katılımcıların turist rehberlerinin performanslarıyla memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacı ayrıca turist

rehberlerinin performansları ile turistlerin alışveriş davranışları arasında bir ilişki olmadığını tespit etmiştir.

Kemboi ve Jairus (2018) çalışmalarında Kenya'nın Kuzey Rift turizm bölgesindeki tur rehberlerinin performanslarının turist memnuniyeti üzerine etkilerini araştırmışlardır. Araştırmacılar Kuzey Rift bölgesindeki hem yerli hem de yabancı turistlerin turist rehberi performansını değerlendirmek için kesitsel araştırma tasarımı kullanılmış ve Performans Değerlendirme Ölçüm Analizi uygulamışlardır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistikler ve Pearson korelasyonu kullanan araştırmacılar, parkurun Nakuru Gölü, Baringo ve Bogoria gölleri ve Kitale olmak üzere üç bölgede toplanan ve analiz sonuçlarına göre tur rehberlerinin ticari ekipman ve araçlarda yetersiz donanıma sahip olduğunu, zayıf kişilik özelliklerini, turist hizmetini kişiselleştiremediklerini, turist ilgilerini teşvik ettiğini ve problem çözme konusunda yetersiz olduklarını tespit etmişlerdir. Elde ettikleri bu bulgulara rağmen turist rehberi performans özelliklerinin turist memnuniyetine önemli ölçüde (%78,14) katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılar çözüm olarak turist memnuniyetini gerçekleştirmek için tur rehberlerinin ticari ekipman ve yol gösterici araçlar edinmeleri, kişilik özelliklerini geliştirmeleri, turist ilgisini uyandıracak mizah becerilerini aşılama ve problem çözme tekniklerini geliştirmeleri önermişlerdir.

Lin, Lin ve Chen (2017) çalışmalarında turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerin hizmet kalitesi ve turist memnuniyeti üzerindeki etkilerini açıklamayı amaçlamışlardır. Anket formu ile elde ettikleri veriler aracılığıyla yapmış oldukları analiz sonucu tur rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin hizmet kalitesi ve turist memnuniyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmacılar ayrıca tur rehberlerinin hizmet kalitesinin turist memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini, tur rehberlerinin yetkinlik gelişimine yönelik pratik uygulamalara dair içgörü sağlamak ve seyahat acentelerinin, tur rehberliğinin hizmet kalitesini etkili bir şekilde artırmak ve turist memnuniyetini artırmak için tur rehberlerinin mesleki yeterliliklerini güçlendirmelerine yardımcı olacak öneriler sunmuşlardır.

Huang, Weiler ve Assaker (2015) çalışmalarında miras turizmi bağlamında turist memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerinde hem bilişsel hem de duygusal turist rehberi yorumlama sonuçlarının etkilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar

Avustralya'nın Victoria kentindeki bir miras turizm alanı olan Sovereign Hill, Ballarat'a gelen Çinli turistlere uyguladıkları anket ile verileri elde etmişlerdir. Tur rehberliği, yorumlama ve turist memnuniyetine ilişkin kapsamlı bir literatür taramasına dayalı olarak hiyerarşik bir yapısal model oluşturulmuş ve kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi uygulayarak test etmişlerdir. Araştırmacılar sonuç olarak, bilişsel yorumlama sonucunun turist memnuniyeti ve ziyaretçi gelişini sürdürme üzerinde duygusal yorumlama sonucundan daha büyük bir etkiye sahip olduğunu, rehberli tur deneyiminden duyulan memnuniyetin ise doğrudan davranışsal niyeti etkilediğini ve bilişsel yorumlama sonucunun davranışsal niyet üzerindeki etkisine büyük ölçüde aracılık ettiğini tespit etmişlerdir.

Chang (2014) tarafından algılanan güvenilirlik ve yardımseverlik konusunda olan güveni ve turist memnuniyetinin aracı etkilerini, akış deneyiminin düzenleyici etkisini inceleyerek, turist rehberi performansının turist alışveriş davranışı üzerindeki etkisini açıklayan bir model üzerinde çalışma yapmıştır. Araştırmacı sonuç olarak turist rehberi performansının algılanan güvenilirlik güveni, algılanan yardımseverlik güveni ve turist memnuniyeti üzerinde olumlu etkileri olduğunu tespit etmiştir. Araştırmacı ayrıca turist rehberi performansı ile turistin alışveriş davranışı arasındaki ilişkiye yalnızca algılanan yardımseverlik güveni ve turist memnuniyetinin aracılık etkisi olduğunu ve algılanan güvenilirlik, güven ve turist memnuniyeti üzerinden değerlendirilen turist rehberi performansı, modeldeki diğer rotalarla karşılaştırıldığında turistin alışveriş davranışı üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Huang, Hsu ve Chan (2010) çalışmalarında Şanghai'daki paket turlar bağlamında turist rehberi performansının turist memnuniyeti ile olan ilişkisini incelemişlerdir. Turist memnuniyetini rehberlik hizmetinden memnuniyet, tur hizmetlerinden memnuniyet ve genel tur deneyiminden memnuniyet olmak üzere üç boyutta incelemişlerdir. Araştırmacılar sonuç olarak turist rehberi performansının, turistlerin rehberlik hizmetinden memnuniyeti üzerinde doğrudan anlamlı bir etkiye sahip olduğu, tur hizmetleri ve tur deneyiminden memnuniyeti üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Rehberlik hizmetinden duyulan memnuniyet,

tur hizmetleri memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini fakat genel tur deneyiminden duyulan memnuniyet üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Bowie ve Chang (2005) çalışmalarında tur liderlerinin rolü ve tedarikçilerin hizmet performansı (güzergah düzenlemeleri, yardımcı destek ve hizmet sunumu) dahil olmak üzere rehberli paket tur hizmeti karşılaşması sırasında müşteri memnuniyetiyle ilgili değişkenleri tanımlamayı amaçlamışlardır. Araştırmacılar İskandinav destinasyonlarına yönelik karma millet turu sırasında katılımcı gözlem yoluyla verileri elde etmişlerdir. Araştırmacılar müşterinin turdaki tutum ve davranışları ile eşitliğin, hizmet sunumu sırasında müşteri memnuniyetini etkilediği tespit etmişlerdir. Ayrıca turdaki hedonizm ve keyif alma (heyecan faktörleri) tüketim deneyiminin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu, tur operatörünün seyahat programı planlaması ve otel seçimi (temel faktörler), tur liderinin yetkinliği (performans faktörü) olmak üzere şikayetlerin iki ana kaynağı olarak belirlemişlerdir. Araştırmacılar ayrıca tur ürününün başarısını etkilemede tur liderinin psikolojik, ruhsal ve pratik olarak önemli bir belirleyici olduğunu belirtmişlerdir.

III. BÖLÜM

TURİST REHBERLERİNİN MESLEKİ YETERLİLİKLERİNİN TUR MEMNUNİYET ÜZERİNE ETKİSİNDE TURİST REHBERLERİ İLE UYUMUN ARACILIK ROLÜ: İSTANBUL İLİ ARAŞTIRMASI

Tez çalışmasının bu bölümünde araştırmanın konusu, araştırmanın amacı, araştırmanın sembolik modeli, araştırmanın önemi, araştırmanın yöntemi, araştırmanın sınırlılıkları, anket formunun oluşturulması, araştırmanın hipotezleri, uygulama alanının seçimi, evren ve örneklemin hesaplanması, uygulanan analizler, elde edilen bulgular ve yorumlamalar yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Seyahat ve turizm endüstrisinde turist rehberleri, ziyaret edilen yerler hakkında yerel bilgi ve uzmanlık sunmaları sayesinde turistlere daha kapsamlı ve anlamlı bir deneyim sunma, gezilecek yerlerin keşfi, varış yerindeki yerel dil konusunda engellerin aşılması, turistleri potansiyel tehlikeler konusunda uyarma ve güvenli bölgeleri gösterme noktasında önemli bir kaynak olması, yerel kültürün ve geleneklerin tanıtılması, turistlerin merak ettikleri veya ihtiyaç duydukları herhangi bir konuda yardımcı olma, bilgi verme, turistlerin seyahatlerini planlamalarına ve düzenlemelerine yardımcı olma gibi birçok konuda büyük bir öneme sahiptir.

Araştırmanın amacı, turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin, turist rehberi ve tur memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist-rehber uyumunun aracılık etkisini ölçümlemektir. Araştırmada alt amaçlar ise;

- Turist rehberlerine yönelik literatüre katkı sağlamak, katılım sağladıkları turlarda turist rehberinin mesleki yeterliliklerine, turist-turist rehberi uyumu, turist rehberi memnuniyeti ve tur memnuniyetine yönelik algılarını ortaya koymak,
- Katılımcıların demografik değişkenleri ile turist rehberinin mesleki yeterlilikleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek,
- Katılımcıların demografik değişkenleri ile turist-turist rehberi uyumu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek,
- Katılımcıların demografik değişkenleri ile turist rehberi memnuniyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek,
- Katılımcıların demografik değişkenleri ile tur memnuniyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit etmek,

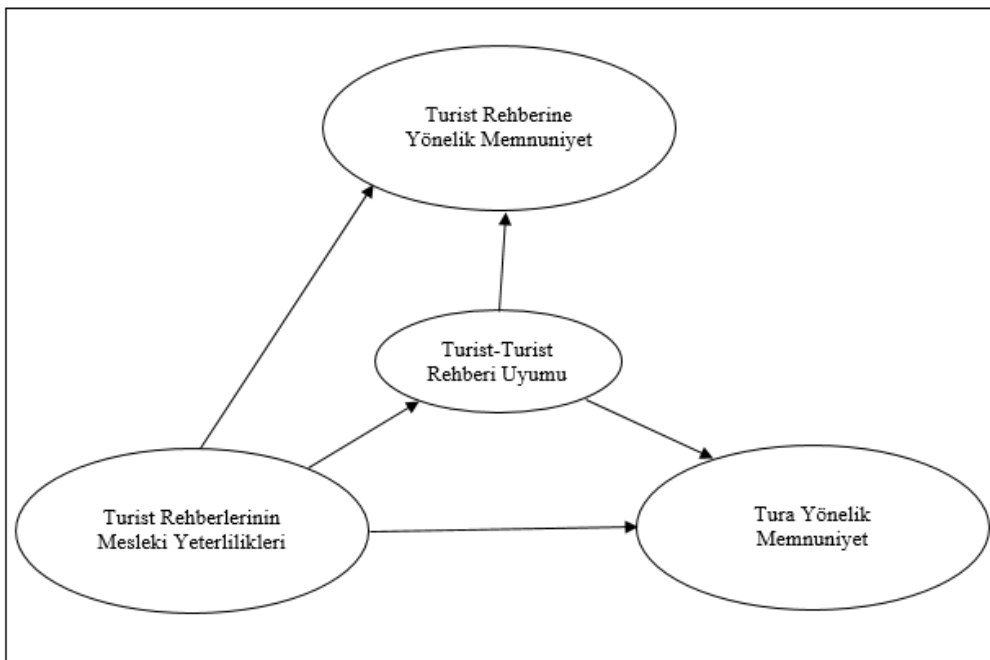
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Literatürde turist rehberleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde turist rehberliği eğitimi, turist rehberliğinde karşılaşılan sorunlar, turist rehberlerinin performansları vb. konuların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bu duruma bağlı olarak araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan modelde yer alan turist-turist rehberi uyumuna yönelik literatürün sınırlı olması bu araştırmadan elde edilen sonuçların karşılaştırılması noktasında önemli bir sınırlılığı oluşturmaktadır. Anket uygulamasında çok geniş bir uygulama alanı olmasına rağmen İstanbul'u ziyaret eden yabancı turistlere uygulanması ve belirli bir dönem (zaman aralığı) içerisinde yapılması araştırmanın önemli bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca anket formuna katılım gönüllük esasına dayalı olmasından dolayı elde edilen veriler tamamen katılımcıların kişisel algılamaları olması nedeniyle katılımcıların çeşitli etkenlerden dolayı anket formunu içtenlikle doldurmamaları olasılığı taşıması da bir diğer önemli bir sınırlılığı oluşturmaktadır. Anket çalışmasının anket formunu dolduran bireylerin evreni temsil yeteneğini ifade edebilme düzeyinin bilinmemesi de araştırmanın önemli sınırlılığını oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin, turist rehberi ve tur memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist-rehber uyumunun aracılık etkisini ölçümlenmek amacıyla araştırmanın sembolik modeli oluşturulmuştur. Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan sembolik modeli Şekil 3.1.'de sunulmuştur.

Şekil 3.1. Araştırmanın Sembolik Modeli



Araştırmanın sembolik modeli doğrultusunda belirlenen hipotezleri ise;

Hipotez 1. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyetleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 2. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi ile uyum üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 3. Katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 4. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 5. Katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Hipotez 6. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık rolü vardır.

Hipotez 7. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık rolü vardır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda tur rehberleri üzerine yapılan çalışmalar literatür taraması yapılarak incelenmiştir. Araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda araştırma nicel olarak tasarlanmış ve veri toplamak amacıyla anket tekniği tercih edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 5 adet (cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, yaş); katılımcıların daha önce herhangi bir tura katılma durumlarına yönelik ve tura kiminle katıldıklarını belirlemeye yönelik 2 adet olmak üzere toplamda 7 adet soru bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda yararlanılan kaynaklar Tablo 3.1’de yer almaktadır.

Tablo 3.1. Anket Formunun Boyutları ve Oluşturulmasında Yararlanılan Kaynaklar

Boyut	Alt Boyut	Önerme Sayısı	Yararlanılan Kaynaklar
Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterlilikleri	Profesyonel Bilgi	4 Önerme	Black ve Ham (2005); Huang, Hsu ve Chan (2010); Mak, Wong ve Chang (2011); Lin, Lin ve Chen (2017); Hwang ve Lee (2019)
	Profesyonel yetenekler	4 Önerme	
	Profesyonel davranış	4 Önerme	
Turist Rehberleri İle Uyum	Kişisel bağlantı	3 Önerme	Hwang ve Lee (2019); Gremler ve Gwinner (2000); Hwang, Kim ve Hyun (2013)
	Keyifli Etkileşim	3 Önerme	
Tur Memnuniyeti		3 Önerme	Chen ve Chen (2010); Chang (2014); Hwang ve Lee (2019); Veasna, Wu ve Huang (2013); Çetinkaya ve Öter (2016); Kılıçlar ve Çevrimkaya (2019); Chan, Hsu ve Baum (2015)
Turist Rehberi Memnuniyeti		3 Önerme	Ekmekçi (2005); Lin, Lin ve Chen (2017); Hwang ve Lee (2019)

Anket formunun ikinci bölümünde yer alan önermeler için yanıt seçeneklerine sırasıyla 1’den 5’e kadar ağırlıklar verilmiştir. Bu ağırlıklar (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde derecelendirilmiştir. Anket formu gerek maliyet gerekse zaman tasarrufu açısından yüz yüze yapılmasının yanı sıra Google formlar üzerinden elektronik ortamda tur katılımcılarına bulunduğu sosyal medya üzerinden link paylaşarak elde edilmeye çalışılmıştır. Gerek yüz yüze gerekse çevrimiçi ortamda doldurulan anket formlarından elde edilen veriler istatistik paket programı aracılığıyla analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.4.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın konusu ve amacı doğrultusunda oluşturulan anket formunun uygulanacağı yabancı ülkelere İstanbul’a düzenlenen turların katılımcıları araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreni tam olarak bilinmediği için Neuman (2010) tarafından geliştirilen farklı evren büyüklükleri için hesaplanmış örneklem büyüklüğü cetvelinden yararlanılmıştır.

Tablo 3.2. Farklı Evren Büyüklükleri İçin Hesaplanmış Örneklem Büyüklüğü

Evren Büyüklüğü	Örneklem Büyüklüğü (%95 güven düzeyi)	Örneklemdeki Evrenin Yüzdesi (%)	Evren Büyüklüğü	Örneklem Büyüklüğü (%99 güven düzeyi)	Örneklemdeki Evrenin Yüzdesi (%)
50	44	88,0	200	171	85,5
100	80	80,0	500	352	70,4
500	222	44,4	1 000	543	54,3
1000	286	28,6	2 000	745	37,2
5 000	370	7,4	5 000	960	19,2
10 000	385	3,9	10 000	1061	10,6

100 000	398	0,4	20 000	1121	5,6
1 000 000	400	0,04	50 000	1160	2,3
10 000 000	400	0,004	100 000	1173	1,2

Kaynak: Neuman, 2010, s. 351.

Neuman (2010) geliştirdiği evren örneklem hesaplama cetveli incelendiğinde araştırma evreninin tam olarak bilinmemesi nedeniyle 1 000 000 ve üzeri büyüklükteki evren için %95 güven düzeyine göre örneklem oranı %4 ve örneklem sayısı ise 400 olarak ifade edilmektedir. Örneklem hesaplama cetveli kapsamında öncelikli hedef olarak belirlenen bu örneklem sayısına ulaşılmaya çalışılmış ve analizlerin geçerliliğini artırabilmek için belirlenen örneklem sayısı aşılmaya çalışılmıştır.

3.5.Bulgular ve Yorumlamalar

İstanbul’u turlar ile ziyaret eden yabancı turistlere uygulanan anket çalışmasından 846 adet anket formu elde edilmiş ve bu anket formlarından işaretlenmeyen, eksik veya hatalı doldurulan 38 adet anket formu çıkartılarak 808 adet anket formundan elde edilen veri seti üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Bu bölümde anketlerden elde edilen verilere SPSS ve AMOS istatistik paket programı kullanılarak yapılan analizlere ve testlere yer verilmiştir.

3.5.1. Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

Araştırma amacı doğrultusunda uygulanan anket formunun birinci bölümünde yer alan katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir düzeylerine ilişkin frekans dağılımları incelenerek yorumlanmıştır. Ayrıca katılımcıların daha önce herhangi bir tura katılma durumlarına yönelik ve tura kiminle katıldıklarını belirlemeye yönelik iki soruya ilişkin frekans dağılımları incelenerek yorumlanmıştır.

Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan Bireylerin Cinsiyet Dağılımları

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	471	58,3
Erkek	337	41,7
Toplam	808	100

Katılımcıların cinsiyet dağılımlarına ilişkin Tablo 3.3 incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %58,3’ü (471 katılımcı) kadın katılımcı ve %41,7’si (337 katılımcı) erkek katılımcıdır.

Tablo 3.4. Araştırmaya Katılan Bireylerin Yaş Dağılımları

Yaş Aralıkları	Sayı	Yüzde
18-24 Yaş	102	12,6
25-34 Yaş	170	21,0
35-44 Yaş	196	24,3
45-54 Yaş	142	17,6
55 Yaş ve Üzeri	198	24,5
Toplam	808	100

Katılımcıların yaş dağılımlarına ilişkin Tablo 3.4. incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %12,6'sı (102 katılımcı) 18-25 yaş aralığında, %21,0'ı (170 katılımcı) 25-34 yaş aralığında, %24,3'ü (196 katılımcı) 35-44 yaş aralığında, %17,6'sı (142 katılımcı) 45-54 yaş aralığında ve %24,5'i (198 katılımcı) 55 yaş ve üzerinde katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 3.5. Araştırmaya Katılan Bireylerin Medeni Durum Dağılımları

Medeni Durum	Sayı	Yüzde
Evli	479	59,3
Bekar	329	40,7
Toplam	808	100

Katılımcıların medeni durum dağılımlarına ilişkin Tablo 3.5. incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %59,3'ü (479 katılımcı) evli katılımcılardan ve %40,7'si (329 katılımcı) bekar katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 3.6. Araştırmaya Katılan Bireylerin Aylık Gelir Düzeyleri Dağılımları

Aylık Gelir Düzeyi	Sayı	Yüzde
17002 TL ve Altı	108	13,4
17003 TL-27000 TL	135	16,7
27001 TL-37000 TL	116	14,4
37001 TL-47000 TL	128	15,8
47001TL ve Üzeri	321	39,7
Toplam	808	100

Katılımcıların aylık gelir düzeyleri dağılımlarına ilişkin Tablo 3.6. incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %13,4'ü (108 katılımcı) 17002 TL ve Altı (asgari ücret) gelir

düzeyinde, %16,7'si (135 katılımcı) 17003 TL-27000 TL arasında gelir düzeyine, %14,4'ü (116 katılımcı) 27001 TL- 37001 TL arasında gelir düzeyine, %15,8'i (128 katılımcı) 37001 TL-47000 TL arasında gelir düzeyine, %39,7'si (321 katılımcı) 47001 TL ve üzeri aylık gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 3.7. Araştırmaya Katılan Bireylerin Eğitim Düzeyi Dağılımları

Eğitim Düzeyi	Sayı	Yüzde
İlköğretim/ Lise	93	11,5
Önlisans/Lisans	518	64,1
Lisansüstü	197	24,4
Toplam	808	100

Katılımcıların eğitim düzeyi dağılımlarına ilişkin Tablo 3.7. incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %11,5'i (93 katılımcı) İlköğretim/Lise eğitim düzeyine, %64,1'i (518 katılımcı) Önlisans/Lisans eğitim düzeyine, %24,4'ü (197 katılımcı) Lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir.

Tablo 3.8. Araştırmaya Katılan Bireylerin Daha Önce Herhangi Bir Tura Katılmalarına İlişkin Dağılımları

	Sayı	Yüzde
Evet/Katıldım	423	52,4
Hayır/ İlk defa katılıyorum	385	47,6
Toplam	808	100

Katılımcıların daha önce herhangi bir tura katılmalarına ilişkin Tablo 3.8. incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %52,4'ü (423 katılımcı) katıldığını belirtirken ve %47,6'sı (385 katılımcı) ilk defa bir tura katıldıklarını belirtmiştir.

Tablo 3.9. Araştırmaya Katılan Bireylerin Tura Katılım Durumlarına İlişkin Dağılımları

	Sayı	Yüzde
Tek Başıma/ Yalnız	290	35,9
Arkadaşım/Arkadaşlarımla	321	39,7
Aile/Akraba	197	24,4
Toplam	808	100

Katılımcıların tura katılım durumlarına ilişkin Tablo 3.9. incelendiğinde ankete katılan toplam 808 katılımcının %35,9'u (290 katılımcı) tura yalnız katıldığını, %39,7'si (321 katılımcı) tura arkadaşları ile katıldığını, %24,4'ü (197 katılımcı) tura aile veya akrabaları ile katıldıklarını belirtmiştir..5.2.Güvenilirlik Analizi

Araştırmanın amacı doğrultusunda veri toplamak için seçilen ölçüm aracının (anket formu) güvenilir olması ve araştırma amacı doğrultusunda ölçüm yapılabilmesi gerekmektedir. Güvenilirlik, bir araştırmada kullanılan veri toplama tekniklerinin, aynı konuda bir başka zaman ve mekanda yapılan bir diğer araştırmada da aynı sonuçları veya benzer sonuçları vermesi özelliğini ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle, aynı konuda, aynı koşullarda yapılan iki ölçüm arasındaki farkın olmaması veya bilinen değişkenlerin belirlediği farkla elde edilmesidir (Aziz, 2011, s. 58). Brown (1997) bir ölçeğin güvenilirliğini tahmin etmek amacıyla test-tekrar test güvenilirliği, eşdeğer form güvenilirliği ve iç tutarlılık güvenilirliğinden değerlerinden birisi kullanılmaktadır. Literatürde en sık ve yaygın olarak kullanılan iç tutarlılık değerlerinden biri de Cronbach Alfa değerlerinin incelenmesidir. Cronbach Alfa değerinin çok sık kullanılmasının nedeni ise kolay hesaplanması ve testin iki kez uygulanmasını gerektirmemesidir (Brown, 2002, s. 17). Cronbach alfa katsayısı testin iç tutarlılığına ilişkin bir tahmin sağlamak ve bir dizi test puanındaki sistematik veya tutarlı varyans oranını tahmin etmek için kullanılmaktadır. “0” ile “1” arasında bir değere sahip olmakta, 0,00 (hiçbir sapma tutarlı değilse) ile 1,00 (tüm varyanslar tutarlıysa) arasında tüm değerler de mümkündür (Brown, 2002, s. 17-18).

Tablo 3.10. Ölçek Güvenirliğinin Yapısal Değerlendirilmesi

Sınırlar	Karar
$a < 0.40$	“Ölçek güvenilir değildir ve ölçeğin yeniden düzenlenmesi uygundur.”
$0.40 \leq a < 0.50$	“Ölçek çok düşük güvenilirlik düzeyine sahiptir. Ölçeğin yeniden düzenlenmesi veya modifiye edilmesi uygundur.”
$0.50 \leq a < 0.60$	“Ölçek düşük güvenilirlik düzeyine sahiptir. Prototip ölçek olarak kullanılması, ancak iyileştirme çalışmalarının yapılması uygun olur.”
$0.60 \leq a < 0.70$	“Ölçek yeterli güvenilirlik düzeyine sahiptir.”
$0.70 \leq a < 0.90$	“Ölçek yüksek güvenilirlik düzeyine sahiptir.”
$a \geq 0.90$	“Ölçek çok yüksek güvenilirlik düzeyine sahiptir.”

Kaynak: Özdamar, 2010, s. 605.

Araştırmada kullanılan turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri, turist rehberleri ile uyum, rehberlik hizmeti memnuniyeti ve tur memnuniyeti ölçeklerine yönelik Cronbach’s Alpha değerleri ayrı ayrı hesaplanmış ve Tablo 3.11’de gösterilmiştir.

Tablo 3.11. Ölçeğin ve Boyutlarının Cronbach's Alpha Değerleri

	Önerme Sayısı	Cronbach's Alpha Değeri
Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri	12	0,897
-Profesyonel Bilgi	4	0,825
-Profesyonel Yetenekler	4	0,862
-Profesyonel Davranış	4	0,823
Turist Rehberi İle Uyum	6	0,837
-Kişisel Bağlantı	3	0,843
-Keyifli Etkileşim	3	0,813
Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti	3	0,786
Tur Memnuniyeti	3	0,747

Araştırma kapsamında oluşturulan anket formunda yer alan ölçeklere ve alt boyutlarına yönelik 808 anket formundan elde edilen verilere güvenilirlik testi uygulanmıştır. Turist rehberinin mesleki yeterliliğine yönelik üç alt boyut ve 12 önermeden oluşan ölçeğin tamamına yönelik yapılan güvenilirlik testinin Cronbach Alpha değeri 0,897 olarak hesaplanmıştır. Bu ölçeğin dört önermeden oluşan turist rehberinin profesyonel bilgisine yönelik boyutun Cronbach Alpha değeri 0,825 olarak; dört önermeden oluşan turist rehberinin profesyonel yeteneklerine yönelik boyutun güvenilirliği ise 0,862 olarak; dört önermeden oluşan turist rehberinin profesyonel davranışlarına yönelik boyutun güvenilirliği ise 0,823 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların turist rehberi ile uyumlarına yönelik iki alt boyut ve 6 önermeden oluşan ölçeğin tamamına yönelik yapılan güvenilirlik testinin Cronbach Alpha değeri 0,837 olarak hesaplanmıştır. Bu ölçeğin üç önermeden oluşan turist rehberi ile kişisel bağlantıya yönelik boyutun Cronbach Alpha değeri 0,843 olarak; üç önermeden oluşan turist rehberi ile keyifli etkileşime yönelik boyutun Cronbach Alpha değeri 0,813 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların turist rehberliği hizmetinden memnuniyetine yönelik 3 önermeden oluşan ölçeğe yönelik yapılan güvenilirlik testinin Cronbach Alpha değeri 0,786 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların genel tur memnuniyetine yönelik 3 önermeden oluşan ölçeğe yönelik yapılan güvenilirlik testinin Cronbach Alpha değeri 0,747 olarak hesaplanmıştır. Oluşturulan anket formunda yer alan ölçeklerin ve alt boyutlarına uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha değerleri incelenerek Tablo 3.10'da yer alan Cronbach Alpha değerlerinin yorumlanması ile ilgili araştırmanın analizlerinin yapılması için herhangi güvenilirlik sorununun olmadığı tespit edilmiştir.

3.5.3.Geçerlilik Analizi

Bir araştırmanın verilerinin ve istatistiksel çözümlemesinin güvenilir olması yeterli değildir. Güvenilir olmasının yanı sıra geçerli olması da gerekmektedir. Geçerlilik bir araştırmada kullanılan ölçüm yapan aracın, o konuda ölçüm yapmaya uygun olması olarak ifade edilmektedir. Geçerlilik ölçüm aracının uygun olmasının yanısıra konuyu yanılgısız olarak da ölçmesi beklenmektedir (Aziz, 2011, s. 59).

Birçok özellik doğrudan ölçülememesi nedeniyle yapı geçerliliği yöntemine başvurulmaktadır. Yapı geçerliği (construct validity), doğrudan ölçülemeyen bir özelliği ölçen bir testin ölçme derecesi olarak ifade edilmektedir. Yapı doğrudan ölçülememesine rağmen, yapı davranışlarının göstergeleri sıklıkla ölçülür. Yapı geçerliğinin belirlenmesinde kullanılan birçok yöntem bulunmakta ve bunlardan biri de faktör analizidir. Faktör analizi sonucunda, ilgili yapıdaki yüksek ilişkili maddelerin aynı faktör altında toplanması beklenmektedir. Bu çerçevede, ölçme aracında tek boyutun (yapının) olduğu düşünülüyorsa maddelerin tek bir faktör üzerine yüklenmesi, ölçme aracında birden fazla boyut (yapı) var ise (ya da var olduğu düşünülüyor ise) her yapının ayrı bir faktör üzerinde yer alabilmesi (yüklenbilmesi) gerekmektedir (Alpar, 2018, s. 515-516). Başka bir ifadeyle faktör analizi çok değişkenli veri yapılarını aralarında yüksek düzeyde korelasyon olan değişkenlerin bir araya getirilerek yeni ve anlamlı faktör yapıları oluşturmak amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Özdamar, 2010, s. 4). Faktör analizinin uygulanmasının ön koşulu Kaiser Meyer Olkin (KMO) ve Bartlett's testlerinin değerlerinin uygun değerlerde olması istenmektedir.

Bartlett testi ile p: değişken sayısını göstermek üzere p \times p boyutlu korelasyon matrisinin, birim matristen farklı olup olmadığının incelenmesini ifade etmektedir (Alpar, 2018, s. 591). Bartlett's testinin p değerinin 0,05'den küçük olması veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Keser, Öngen Bilir ve Aytaç, 2017, s. 61). KMO testi, faktör analizinin uygunluğunu ve değişkenlerin türdeş olup olmadığını test eden bir yöntemdir (Özdamar, 2010, s. 307). KMO değeri "0" ile "1" arasında bir değer almakta ve bu değer alt sınırı 0,50'dir (Hair vd., 2010, s. 95-96).

Tablo 3.12. KMO Örneklem Yeterliliği Ölçüleri İçin Nitelendirmeler

Sınırlar	Karar
0,90-1.00	Örneklem yeterliliği çok iyi
0,80-0,89	Örneklem yeterliliği iyi
0,70-0,79	Örneklem yeterliliği orta
0,60-0,69	Örneklem yeterliliği kötü
0,50-0,59	Örneklem yeterliliği çok kötü
0,50'nin Altı	Örneklem yeterliliği kabul edilemez

Kaynak: Alpar, 2018, s. 592

Anket formunda kullanılan ölçeklerin KMO değerleri için 0,50'nin üzerinde ve Bartlett's testi değerinin 0,05 değerinden küçük olması faktör analizinin ön koşullarının karşılanması için yeterlidir.

Tablo 3.13. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans	Ortalama	Alfa
Profesyonel Bilgi			2,664	22,200	2,84	,825
Profesyonel Bilgi1	,710	,812			2,76	,890
Profesyonel Bilgi2	,675	,774			2,95	,889
Profesyonel Bilgi3	,640	,741			2,68	,889
Profesyonel Bilgi4	,611	,707			2,97	,889
Profesyonel Yetenekler			2,759	22,992	2,79	,862
Profesyonel Yetenekler4	,742	,814			2,75	,887
Profesyonel Yetenekler2	,733	,803			2,69	,887
Profesyonel Yetenekler3	,693	,754			2,88	,886
Profesyonel Yetenekler1	,687	,708			2,83	,884
Profesyonel Davranış			2,692	22,431	2,89	,823
Profesyonel Davranış2	,746	,836			2,93	,890
Profesyonel Davranış3	,635	,741			2,88	,889
Profesyonel Davranış4	,625	,735			2,93	,890
Profesyonel Davranış1	,617	,710			2,83	,889

NOT: Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği: %91,2; Bartlett küresellik testi için Ki-Kare: 4477,837, s.d.: 66, p=0.000; n: 808; Genel ortalama: 2,8457; ss.:0,7824; Ölçeğin tamamı için Alpha: 0,897; Açıklanan toplam varyans: % 67,623 Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle Katılmıyorum..... 5: Kesinlikle Katılıyorum

Turist rehberinin mesleki yeterlilikleri ölçeğinde yer alan 12 madde ile yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda en düşük eşkökenlilik 0,611 ve en düşük faktör yükü ise 0,707 olmuştur. Özdeğer ve varyansları hesaplanırken varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Toplamda üç boyuttan oluşan ölçekte turist rehberinin profesyonel bilgi boyutunun açıklanan varyansı %22,200; turist rehberinin profesyonel yetenekler boyutunun

açıklanan varyansı %22,992; turist rehberinin profesyonel davranış boyutunun açıklanan varyansı %22,431 olmak üzere üç boyuttan oluşan yapı toplam varyansın %67,623'ünü açıklamaktadır. Ayrıca KMO örneklem yeterliliği %91,2 ve Bartlett Küresellik Testi ($\chi^2=4477,837$; $sd=66$; $p<0,001$) nin değerleri de anlamlı olduğu ve ölçeğin genel ortalaması da 2,8457 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.14. Turist Rehberi İle Uyum Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans	Ortalama	Alfa
Kişisel Bağlantı			2,292	38,206	3,09	,843
Kişisel Bağlantı2	,787	,847				,749
Kişisel Bağlantı3	,724	,847				,849
Kişisel Bağlantı1	,794	,837				,740
Keyifli Etkileşim			2,222	37,031	2,98	,813
Keyifli Etkileşim1	,796	,887			2,96	,707
Keyifli Etkileşim3	,733	,828			3,08	,746
Keyifli Etkileşim2	,680	,761			2,90	,778

NOT: Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği: %80,4; Bartlett küresellik testi için Ki-Kare: 2157,538, s.d.: 15, $p<0.001$; n: 808; Genel ortalama: 3,0419; ss.:0,928; Ölçeğin tamamı için Alpha: 0,837; Açıklanan toplam varyans: % 75,237 Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle Katılmıyorum..... 5: Kesinlikle Katılıyorum

Turist rehberi ile uyum ölçeğinde yer alan 6 madde ile yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda en düşük eşkökenlilik 0,680 ve en düşük faktör yükü ise 0,761 olmuştur. Özdeğer ve varyansları hesaplanırken varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Toplamda iki boyuttan oluşan ölçekte turist rehberi ile kişisel bağlantı boyutunun açıklanan varyansı %38,206; turist rehberi ile keyifli etkileşim boyutunun açıklanan varyansı %37,031 olmak üzere iki boyuttan oluşan yapı toplam varyansın %75,237'sini açıklamaktadır. Ayrıca KMO örneklem yeterliliği %80,4 ve Bartlett Küresellik Testi ($\chi^2=2157,538$; $sd=15$; $p<0,001$) nin değerleri de anlamlı olduğu ve ölçeğin genel ortalaması da 3,0419 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.15. Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Eş Kökenlilik	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans	Ortalama	Alfa
Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti			2,117	70,65	3,05	,786
Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti 1	,797	,893			3,04	,611
Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti 2	,710	,843			2,97	,714
Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti 3	,610	,781			3,13	,799

NOT: Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği: %66,3; Bartlett küresellik testi için Ki-Kare: 783,731, s.d.: 3, $p<0.001$; n: 808; Genel ortalama: 2,8581; ss.:0,8856; Ölçeğin tamamı için Alpha: 0,786; Açıklanan toplam varyans: % 70,565 Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle Katılmıyorum..... 5: Kesinlikle Katılıyorum

Turist rehberliği hizmeti memnuniyeti ölçeğinde yer alan 3 madde ile yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda en düşük eşkökenlilik 0,610 ve en düşük faktör yükü ise 0,781 olmuştur. Tek boyuttan oluşan ölçekte toplam varyansın %70,65'ini açıklamaktadır. Ayrıca KMO örneklem yeterliliği %66,3 ve Bartlett Küresellik Testi ($\chi^2=783,731$; $sd=3$; $p<0,001$) nin değerleri de anlamlı olduğu ve ölçeğin genel ortalaması da 2,8581 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.16. Tur Memnuniyeti Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

	Eş Kökenlilik	Faktör Yükü	Öz Değer	Varyans	Ortalama	Alfa
Tur Memnuniyeti			1,993	66,423	2,71	,747
Tur Memnuniyeti 3	,705	,840			2,73	,621
Tur Memnuniyeti 2	,689	,830			2,68	,639
Tur Memnuniyeti 1	,598	,774			2,74	,723

NOT: Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği: %67,9; Bartlett küresellik testi için Ki-Kare: 565,603, s.d.: 3, $p<0,001$; n: 808; Genel ortalama: 2,7199; ss.:1,06; Ölçeğin tamamı için Alpha: 0,747; Açıklanan toplam varyans: % 66,423 Yanıt kategorileri: 1:Kesinlikle Katılmıyorum..... 5: Kesinlikle Katılıyorum

Tur memnuniyeti ölçeğinde yer alan 3 madde ile yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda en düşük eşkökenlilik 0,598 ve en düşük faktör yükü ise 0,774 olmuştur. Tek boyuttan oluşan ölçekte toplam varyansın %66,423'ünü açıklamaktadır. Ayrıca KMO örneklem yeterliliği %67,9 ve Bartlett Küresellik Testi ($\chi^2=565,603$; $sd=3$; $p<0,001$) nin değerleri de anlamlı olduğu ve ölçeğin genel ortalaması da 2,7199 olarak tespit edilmiştir.

Literatür incelendiğinde sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda faktör yüklerinin 0,40'tan büyük olması yeterli olarak kabul edilmektedir (Yeşilyurt, 2018, s. 149). Anket formunu oluşturan ölçeklerin ve boyutlarını oluşturan önermelerin faktör yükleri incelendiğinde 0,40'tan büyük olduğu gözlenmektedir.

Tablo 3.17. Katılımcıların Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları

Profesyonel Bilgi	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turist rehberi turistik yerler hakkında yeterli bilgiye sahipti.	10,8	32,4	35,3	12,1	9,4	2,76	1,09
Turist rehberi gittiğimiz yerlerle ilgili anlatımları ve açıklamaları yeterliydi.	8,8	29,8	30,4	19,2	11,8	2,95	1,14
Turist rehberi yeterli düzeyde turizm bilgisine sahipti.	13,1	34,9	32,4	9,8	9,8	2,68	1,12
Turist rehberi yerel kültür hakkında yeterli bilgiye sahipti.	9,7	28,8	30,8	15,3	15,3	2,97	1,20
Toplam						2,84	0,92
Profesyonel Yetenekler	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turist rehberinin iletişim becerileri yeterli düzeydedir.	11,9	32,7	26,5	18,3	10,6	2,83	1,17
Turist rehberi, turistlerin gerçek düşüncelerini anlamaya çalıştı.	11,1	38,1	29,5	13,0	8,3	2,69	1,09
Turist rehberi, farklı özelliklere sahip olan turistlerin ihtiyaçlarını karşıladı.	11,0	28,8	31,6	17,6	11,0	2,88	1,15
Turist rehberi iyi ve akıcı bir dile sahipti.	12,3	33,0	29,6	16,7	8,4	2,75	1,12
Toplam						2,79	0,95
Profesyonel Davranış	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turist rehberi oldukça dürüst bir tavrı vardı.	12,7	27,5	33,8	15,6	10,4	2,83	1,15
Turist rehberi duygularına oldukça hakimdi.	10,5	26,7	30,8	22,3	9,7	2,93	1,13
Turist rehberi oldukça iyimserdi.	12,1	27,7	29,8	19,7	10,6	2,88	1,17
Turist rehberi oldukça esprili ve güler yüzlüydü.	10,3	28,1	29,0	23,5	9,2	2,93	1,13
Toplam						2,89	0,92
Genel Toplam						2,84	0,78

n= 808; Ölçek: "1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum"

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan anket formunda kontrol amaçlı ters kodlama olan iki adet önerme bulunmaktadır. Bu nedenle elde edilen verileri istatistik paket

programı aracılığıyla döndürülerek (1=5, 2=4, 3=3, 4=2, 5=1) Tablo 3.17 oluşturulmuştur. Tablo 3.17 incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip olan önerme “Turist rehberi yerel kültür hakkında yeterli bilgiye sahipti.” (2,97), en düşük ortalamaya sahip olan önerme ise, “Turist rehberi yeterli düzeyde turizm bilgisine sahipti.” (2,68) önermesine aittir. Ölçeğin genel toplam ağırlıklı aritmetik ortalaması 2,845, standart sapma ise 0,782’dir. Katılımcılar, 12 önerme arasında en az değişkenliğe sahip değerlendirmeyi “Turist rehberi turistik yerler hakkında yeterli bilgiye sahipti.” (Standart sapma 1,09), en çok değişkenliğe sahip (en heterojen) değerlendirme ise “Turist rehberi yerel kültür hakkında yeterli bilgiye sahipti.” (Standart sapma 1,20) önermesi olmuştur.

Tablo 3.18. Katılımcıların Turist Rehberi İle Uyum Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları

Kişisel Bağlantı	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turist rehberiyle yakınlık kurmak istedim.	12,1	18,6	25,2	30,9	13,1	3,14	1,21
Turist rehberi ile samimi bir iletişimim vardı.	13,7	18,4	23,6	27,5	16,7	3,14	1,28
Turist rehberine kişisel bir ilgi duydum.	15,6	15,7	33,5	23,4	11,8	3,00	1,21
Toplam						3,09	1,08
Keyifli Etkileşim	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turist rehberine karşı yakınlık/sıcak/samimi bir his vardı.	15,8	18,4	30,1	24,4	11,3	2,96	1,23
Turist rehberi ile uyumlu bir iletişimim vardı.	16,0	20,8	29,5	23,9	9,9	2,90	1,21
Turist rehberi ile etkileşim kurmakta oldukça rahattım.	16,1	18,8	23,8	23,6	17,7	3,08	1,33
Toplam						2,98	1,07
Genel Toplam						3,04	0,92

n= 808; Ölçek: “1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum”

Tablo 3.18. incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip olan önerme “Turist rehberiyle yakınlık kurmak istedim.” (3,14), en düşük ortalamaya sahip olan önerme ise, “Turist rehberi ile uyumlu bir iletişimim vardı.” (2,90) önermesine aittir. Ölçeğin genel toplam ağırlıklı aritmetik ortalaması 3,041 standart sapma ise 0,928’dir. Katılımcılar, altı önerme arasında en az değişkenliğe sahip değerlendirmeyi “Turist rehberiyle yakınlık kurmak istedim.” (Standart

sapma 1,21), en çok değişkenliğe sahip (en heterojen) değerlendirme ise “Turist rehberi ile etkileşim kurmakta oldukça rahattım.” (Standart sapma 1,33) önermesi olmuştur.

Tablo 3.19. Katılımcıların Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları

Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turist rehberinin hizmetlerinden memnun kaldım.	7,8	29,3	27,7	21,0	14,1	3,04	1,17
Turist rehberinin hizmetlerinden keyif aldım.	8,8	28,1	32,4	18,7	12,0	2,97	1,14
Turist rehberinin hizmetleri beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.	15,3	15,5	25,7	26,7	16,7	3,13	1,29
Toplam						3,05	1,00

n= 808; Ölçek: “1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum”

Tablo 3.19. incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip olan önerme “Turist rehberinin hizmetleri beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.” (3,13), en düşük ortalamaya sahip olan önerme ise, “Turist rehberinin hizmetlerinden keyif aldım.” (2,97) önermesine aittir. Ölçeğin genel toplam ağırlıklı aritmetik ortalaması 3,05 standart sapma ise 1,009’dur. Katılımcılar, üç önerme arasında en az değişkenliğe sahip değerlendirmeyi “Turist rehberinin hizmetlerinden keyif aldım.” (Standart sapma 1,14), en çok değişkenliğe sahip (en heterojen) değerlendirme ise “Turist rehberinin hizmetleri beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.” (Standart sapma 1,29) önermesi olmuştur.

Tablo 3.20. Katılımcıların Tur Memnuniyeti Ölçeğine İlişkin İfadelere Katılım Durumları ve Dağılımları

Tur Memnuniyeti	1	2	3	4	5	Ort.	Std Sapma
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Turdan memnun kaldım.	20,5	25,5	27,7	11,8	14,5	2,74	1,30
Turun içeriği ve sunulan hizmetlerden oldukça keyif aldım.	23,9	23,1	27,1	12,1	13,7	2,68	1,32
Turun içeriği ve sunulan hizmetler beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.	22,5	20,7	30,7	13,4	12,7	2,73	1,29
Toplam						2,71	1,06

n= 808; Ölçek: “1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum”

Tablo 3.20. incelendiğinde en yüksek ortalamaya sahip olan önerme “Turdan memnun kaldım.” (2,74), en düşük ortalamaya sahip olan önerme ise, “Turun içeriği ve sunulan hizmetlerden oldukça keyif aldım.” (2,68) önermesine aittir. Ölçeğin genel toplam ağırlıklı aritmetik ortalaması 2,719 standart sapma ise 1,067’dir. Katılımcılar, üç önerme arasında en az

değişkenliğe sahip değerlendirmeyi “Turun içeriği ve sunulan hizmetler beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.” (Standart sapma 1,29), en çok değişkenliğe sahip (en heterojen) değerlendirme ise “Turun içeriği ve sunulan hizmetlerden keyif aldım.” (Standart sapma 1,32) önermesi olmuştur.

3.5.4. Normallik Testi

Araştırma kapsamında anket formunda yer alan turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri (profesyonel bilgi, profesyonel yetenekler, profesyonel davranış), turist rehberi ile uyum (kişisel bağlantı, keyifli etkileşim), rehberlik hizmeti memnuniyeti ve tur memnuniyeti ölçeklerinin ve alt boyutlarının normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için tüm algı değişkenlerinin Skewness (çarpıklık), Kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir.

Tablo 3.21. Anket Formunda Yer Alan Ölçeklerin Skewness ve Kurtosis Değerleri

	Min	Max	Ort.	ss	Kurtosis	Skewness
Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri	1,00	5,00	2,845	0,782	-0,806	0,247
-Profesyonel Bilgi	1,00	5,00	2,854	0,924	-0,121	0,372
-Profesyonel Yetenekler	1,00	5,00	2,792	0,956	-0,411	0,304
-Profesyonel Davranış	1,00	5,00	2,898	0,929	-0,886	0,007
Turist Rehberi İle Uyum	1,00	5,00	3,041	0,928	-1,033	-0,135
-Kişisel Bağlantı	1,00	5,00	3,097	1,084	-0,928	-0,195
-Keyifli Etkileşim	1,00	5,00	2,986	1,074	-1,055	-0,026
Rehberlik Hizmeti Memnuniyeti	1,00	5,00	3,051	1,009	-0,767	0,079
Tur Memnuniyeti	1,00	5,00	2,719	1,067	-0,560	0,209
n=808						

Ölçekteki verilerin normallik dağılımını karşılama durumunu tespit etmek amacıyla skewness ve kurtosis değerleri incelenmiş ve ölçekteki faktörlerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında bir değere sahip olması veri setinin normal dağılımını karşıladığı şeklinde yorumlanmaktadır (Özasma, 2020, s. 628). Literatürdeki bazı çalışmalarda çarpıklık ve basıklık ölçüsü +2 ile -2 aralığında (George & Mallery, 2003); bazı çalışmalarda ise bu değerlerin ölçüsünün -3 ile +3 aralığında değerler alması durumunda normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir (Kalaycı, 2010).

3.5.5. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), psikometri ve yapısal eşitlik modelleme alanında, hipotezleştirilmiş bir faktör yapısının gözlemlenen verilere uyumunun iyiliğini değerlendirmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir. Sosyal bilimlerde, psikolojide ve diğer disiplinlerde,

gözlemlenen değişkenler ile gizli (gözlenemeyen) yapılar veya faktörler arasındaki ilişkileri inceleyerek teorik bir modelin geçerliliğini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir.

Doğrulayıcı faktör analizi tatmin edici bir model elde edildikten sonra, araştırmacılar tahmin edilen parametreleri yorumlar ve gizli faktörler ile gözlenen değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında sonuçlar çıkartılmasını sağlamaktadır. DFA, teorileri test etmek ve ölçüm araçlarının geçerliliğini değerlendirmek için güçlü bir araçtır. Araştırmacıların, gözlemlenen verilerin teorik beklentileriyle ne kadar iyi uyum sağladığını değerlendirmelerine imkan sağlayarak, incelenen olgunun altında yatan yapılara ilişkin içgörüler sağlamaktadır. Bir başka ifadeyle doğrulayıcı faktör analizi ölçeği oluşturan maddelerin yapılandırıldığı düşünülen birden fazla örtük değişkenin, bir başka örtük değişken tarafından açıklandığı varsayılmakta ve bu varsayımın veriye uygunluğunun test edilmesidir (Erdoğan vd., 2007, s. 3). Doğrulayıcı faktör analizi için en fazla kullanılan yöntemler arasında Amos, Lisrel vb. programlar aracılığıyla çizilen yapısal eşitlik modeli kullanılmaktadır. Oluşturulan yapısal eşitlik modeliyle, gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki etki düzeyinin, gözlenen değişkenlere ait hata varyanslarıyla birlikte hesaplandığı standartlaştırılmış yükler ile açıklanmaktadır. Standartlaştırılmış yüklerin ve ilişki düzeylerinin anlamlılık düzeylerine yönelik madde uyum indekslerine bakılarak yorumlanmaktadır (Bayram, 2010, s. 63).

Tablo 3.22. Önerilen Modelin Mükemmel Uyum Değerleri ve Kabul Edilebilir Uyum Değerleri

Uyum İyiliği	Referans Değerler	
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri
X^2/df	$0 < X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$
RMSEA	$0 < RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$
NFI	$0,95 < NFI < 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$
NNFI	$0,95 < NNFI < 1,00$	$0,90 \leq NNFI \leq 0,95$
CFI	$0,95 < CFI < 1,00$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$
IFI	$0,95 < IFI < 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$
RFI	$0,95 < RFI < 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,10$
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$

Kaynak: : Sümer, 2000, s. 53; Schermelleh, Moosbrugger ve Müller, 2003, s. 30; Meydan ve Şeşen, 2015, s. 37; Karagöz, 2017, s. 558

Tablo 3.22. oluşturulurken Literatürdeki çalışmalarda sıklıkla kullanılan uyum indeksleri, bunlara ait mükemmel uyum ve kabul edilebilir uyum ölçütleri baz alınmıştır. Tüm

bu açıklamalar doğrultusunda model uyumu için genel olarak bakılan değerler, araştırmalarda farklı değerlerde incelenebilmekte ve model uyumu için bakılacak değerlerde sınırlandırma bulunmamaktadır (Karagöz, 2017, s. 558).

3.5.5.1. Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerini Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizine göre turist rehberinin mesleki yeterlilikleri ölçeğini yapısal eşitlik modeli sonucunun anlamlı olduğu ve ölçeği oluşturan üç boyut ve bunları oluşturan 12 maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir. AMOS programı ile oluşturulan modelin uyum değerleri oluşturulan aşağıdaki tabloda verilmiştir.

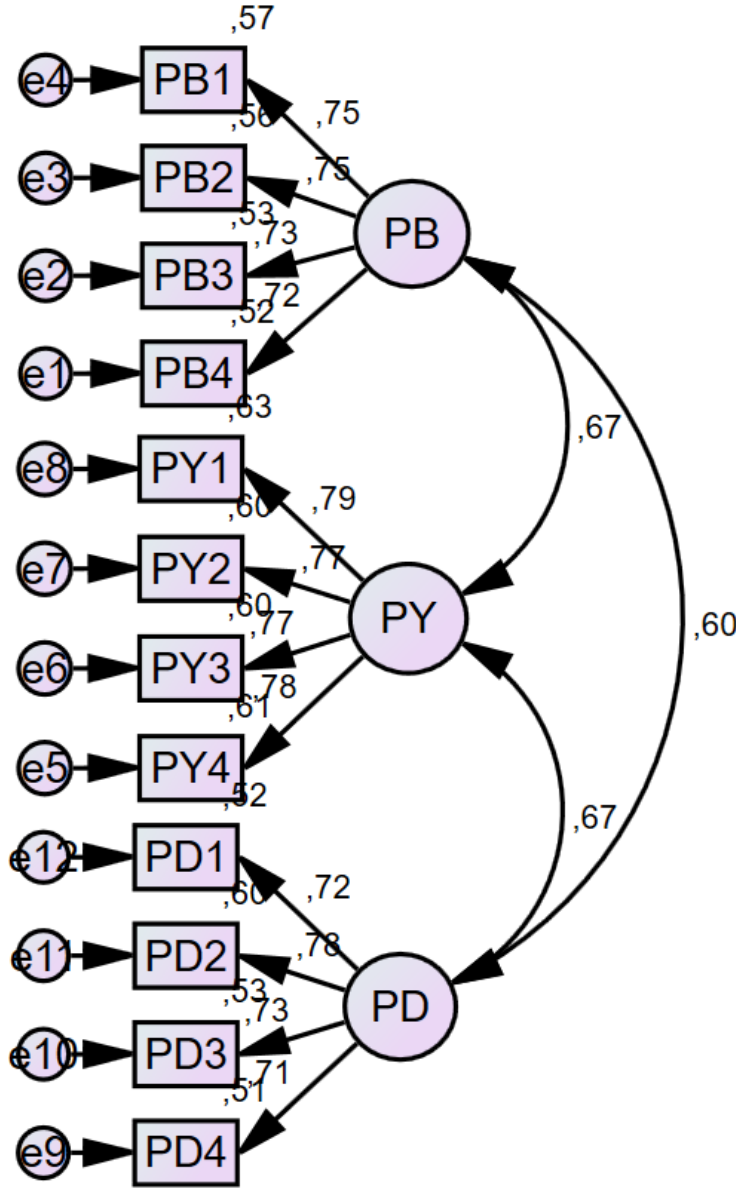
Tablo 3.23. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Modelinin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 5$	3,277
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$	0,053
NFI	$0,95 < NFI < 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,963
NNFI	$0,95 < NNFI < 1,00$	$0,90 \leq NNFI \leq 0,95$	0,966
CFI	$0,95 < CFI < 1,00$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,974
IFI	$0,95 < IFI < 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,974
RFI	$0,95 < RFI < 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,952
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,010$	0,043
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,967
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,950

χ^2 /sd değeri 3,277 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için; RMSEA değeri 0,053 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değeri göstermekte olarak yorumlanmaktadır. NFI değeri 0,963 olarak hesaplanmış; NNFI değeri 0,966 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış; RFI değeri 0,952 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,967 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. RMR değeri 0,043 olarak hesaplanmış ve bu değer 0-0,05 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,950 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel

uyum göstermektedir. Tablo 3.23'deki turist rehberinin mesleki yeterlilikleri ölçüm model uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerler sağlanmıştır.

Şekil 3.2. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Path (Yol) Diyagramı



Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yetenek, PD: Profesyonel Davranış

Tablo 3.24. Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri Boyutları Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
PB4	<---	PB	0,718	1			
PB3	<---	PB	0,726	0,945	0,051	18,406	***
PB2	<---	PB	0,751	0,997	0,053	18,958	***
PB1	<---	PB	0,752	0,955	0,05	18,969	***
PY4	<---	PY	0,784	1			
PY3	<---	PY	0,774	1,013	0,045	22,376	***
PY2	<---	PY	0,773	0,957	0,043	22,353	***
PY1	<---	PY	0,792	1,056	0,046	22,965	***
PD4	<---	PD	0,712	1			
PD3	<---	PD	0,728	1,056	0,058	18,326	***
PD2	<---	PD	0,777	1,093	0,057	19,319	***
PD1	<---	PD	0,723	1,032	0,057	18,216	***

Not: Profesyonel Bilgi, Profesyonel Yetenek, Profesyonel Davranış

Tablo 3.24 incelendiğinde turist rehberinin mesleki yeterlilikleri boyutları ve bu boyutları oluşturan önermeler arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin yönleri ve anlamlılıkları gösterilmektedir. Model AMOS 24.0 programı ile oluşturulduğu için p değeri 0,001'den çok küçük bir değere sahip olması durumunda program değeri “***” ifadesiyle göstermektedir. Bu ifadenin anlamı bütün önermelerin aralarında anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Tablo incelendiğinde açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizi sonuçları tutarlıdır. Faktör yükleri incelendiğinde ise sosyal bilimlerde yeterli düzeyde olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

3.5.5.2. Turist Rehberi İle Uyum Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi

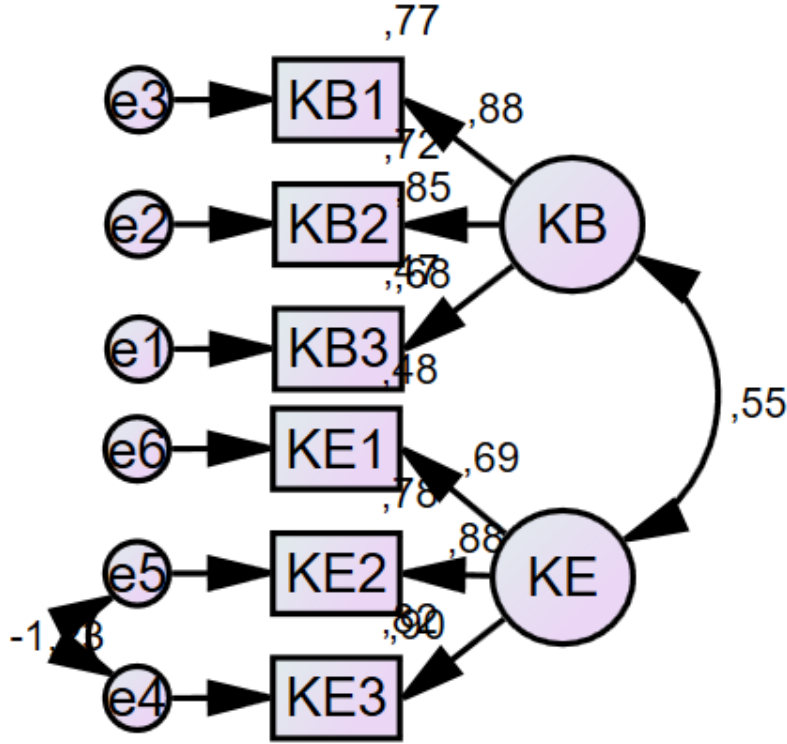
Doğrulayıcı faktör analizine göre turist rehberi ile uyum ölçeğini yapısal eşitlik modeli sonucunun anlamlı olduğu ve ölçeği oluşturan iki boyut ve bunları oluşturan altı maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir. AMOS programı ile oluşturulan modelin uyum değerleri Tablo 3.25.'de verilmiştir.

Tablo 3.25. Turist Rehberi İle Uyum Modelinin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X^2/df	$0 \leq X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$	2,096
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$	0,037
NFI	$0,95 < NFI < 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,993
NNFI	$0,95 < NNFI < 1,00$	$0,90 \leq NNFI \leq 0,95$	0,992
CFI	$0,95 < CFI < 1,00$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,996
IFI	$0,95 < IFI < 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,996
RFI	$0,95 < RFI < 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,985
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,10$	0,035
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,994
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,982

χ^2 /sd değeri 2,096 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değeri göstermekte olarak yorumlanmaktadır. RMSEA değeri 0,037 olarak hesaplanmış ve bu değer 0-0,05 arasında bir değere sahip olduğu mükemmel uyum iyiliği değeri göstermekte olarak yorumlanmaktadır. NFI değeri 0,993 olarak hesaplanmış; NNFI değeri 0,992 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,996 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,996 olarak hesaplanmış; RFI değeri 0,985 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,994 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. RMR değeri 0,035 olarak hesaplanmış ve bu değer 0- 0,05 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,982 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.25'deki turist rehberleri ile uyum ölçüm modeli uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerler sağlanmıştır.

Şekil 3.3. Turist Rehberi İle Uyum Path (Yol) Diyagramı



Not: KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim

Doğrulayıcı faktör analizine göre kişisel etkileşim ölçeğinin yapısal eşitlik model sonucunun anlamlı olduğu ve ölçeği oluşturan altı maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiş ve modelde iyileştirme yapılmıştır. Oluşturulan modelde iyileştirme yapılırken model uyumunu azaltan değişkenler belirlenerek, artık olan değerlerin arasında kovaryansı yüksek olanlar maddeler için yeni kovaryanslar oluşturulmuştur (e4-e5). Daha sonra modifiye edilen model uyum indeksi hesaplamalarında uyum indeksleri için kabul edilen değerler sağlanmıştır.

Tablo 3.26. Turist Rehberi İle Uyum Boyutları Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
KB3	<---	KB	0,682	1			
KB2	<---	KB	0,847	1,311	0,064	20,461	***
KB1	<---	KB	0,877	1,284	0,062	20,656	***
KE3	<---	KE	0,903	1			
KE2	<---	KE	0,883	0,891	0,045	19,982	***
KE1	<---	KE	0,691	0,707	0,053	13,448	***

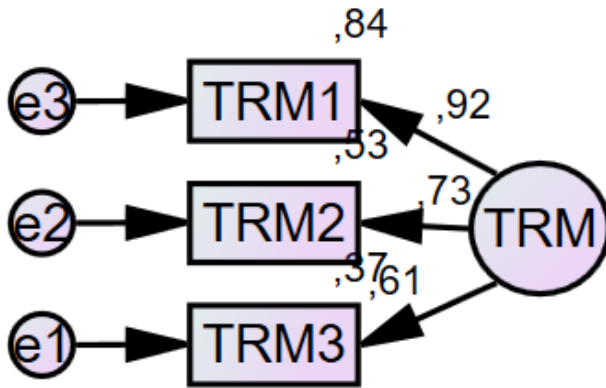
Not: KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim

Tablo 3.26 incelendiğinde turist rehberi ile uyum boyutları ve bu boyutları oluşturan önermeler arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin yönleri ve anlamlılıkları gösterilmektedir. Model, Amos 24.0 programı ile oluşturulduğu için p değeri 0,001'den çok küçük bir değere sahip olması durumunda program değeri “***” ifadesiyle göstermektedir. Bu ifadenin anlamı bütün önermelerin aralarında anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Tablo 3.26 incelendiğinde açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizi sonuçları tutarlıdır. Faktör yükleri incelendiğinde ise sosyal bilimlerde yeterli düzeyde olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

3.5.5.3. Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizine göre turist rehberliği hizmeti memnuniyeti ölçeğinin yapısal eşitlik modeli sonucunun anlamlı olduğu ve ölçeği oluşturan üç maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Şekil 3.4. Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti Path (Yol) Diyagramı



Not: TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

Tablo 3.27. Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
TRM3	<---	TRM	0,61	1			
TRM2	<---	TRM	0,728	1,048	0,065	16,196	***
TRM1	<---	TRM	0,915	1,358	0,09	15,066	***

Not: TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

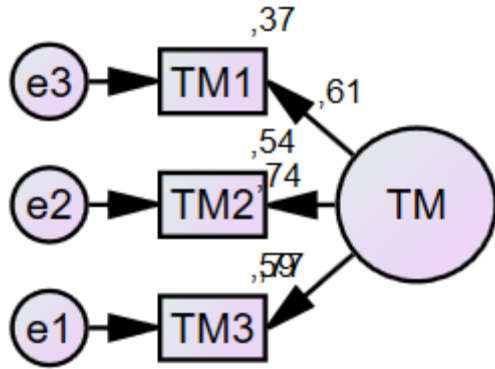
Tablo 3.27 incelendiğinde turist rehberliği hizmeti memnuniyeti oluşturan önermeler arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin yönleri ve anlamlılıkları gösterilmektedir. Model, Amos 24.0 programı ile oluşturulduğu için p değeri 0,001'den çok küçük bir değere sahip olması

durumunda program değeri “***” ifadesiyle göstermektedir. Bu ifadenin anlamı bütün önermelerin aralarında anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Tablo incelendiğinde açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizi sonuçları tutarlıdır. Faktör yükleri incelendiğinde ise sosyal bilimlerde yeterli düzeyde olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

3.5.5.4. Genel Tur Memnuniyeti Ölçme Aracı Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizine göre genel tur memnuniyeti ölçeğinin yapısal eşitlik modeli sonucunun anlamlı olduğu ve ölçeği oluşturan üç maddenin ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Şekil 3.5. Genel Tur Memnuniyeti Path (Yol) Diyagramı



Not: TM: Tur Memnuniyeti

Tablo 3.28. Genel Tur Memnuniyeti Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
TM3	<---	TRM	0,768	1			
TM2	<---	TRM	0,737	0,982	0,07	14,015	***
TM1	<---	TRM	0,611	0,801	0,059	13,594	***

Not: TM: Tur Memnuniyeti

Tablo 3.28 incelendiğinde genel tur memnuniyeti oluşturan önermeler arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin yönleri ve anlamlılıkları gösterilmektedir. Model, Amos 24.0 programı ile oluşturulduğu için p değeri 0,001’den çok küçük bir değere sahip olması durumunda program değeri “***” ifadesiyle göstermektedir. Bu ifadenin anlamı bütün önermelerin aralarında anlamlı bir ilişki olduğu yönündedir. Tablo incelendiğinde açıklayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizi sonuçları tutarlıdır. Faktör yükleri incelendiğinde ise sosyal bilimlerde yeterli düzeyde olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

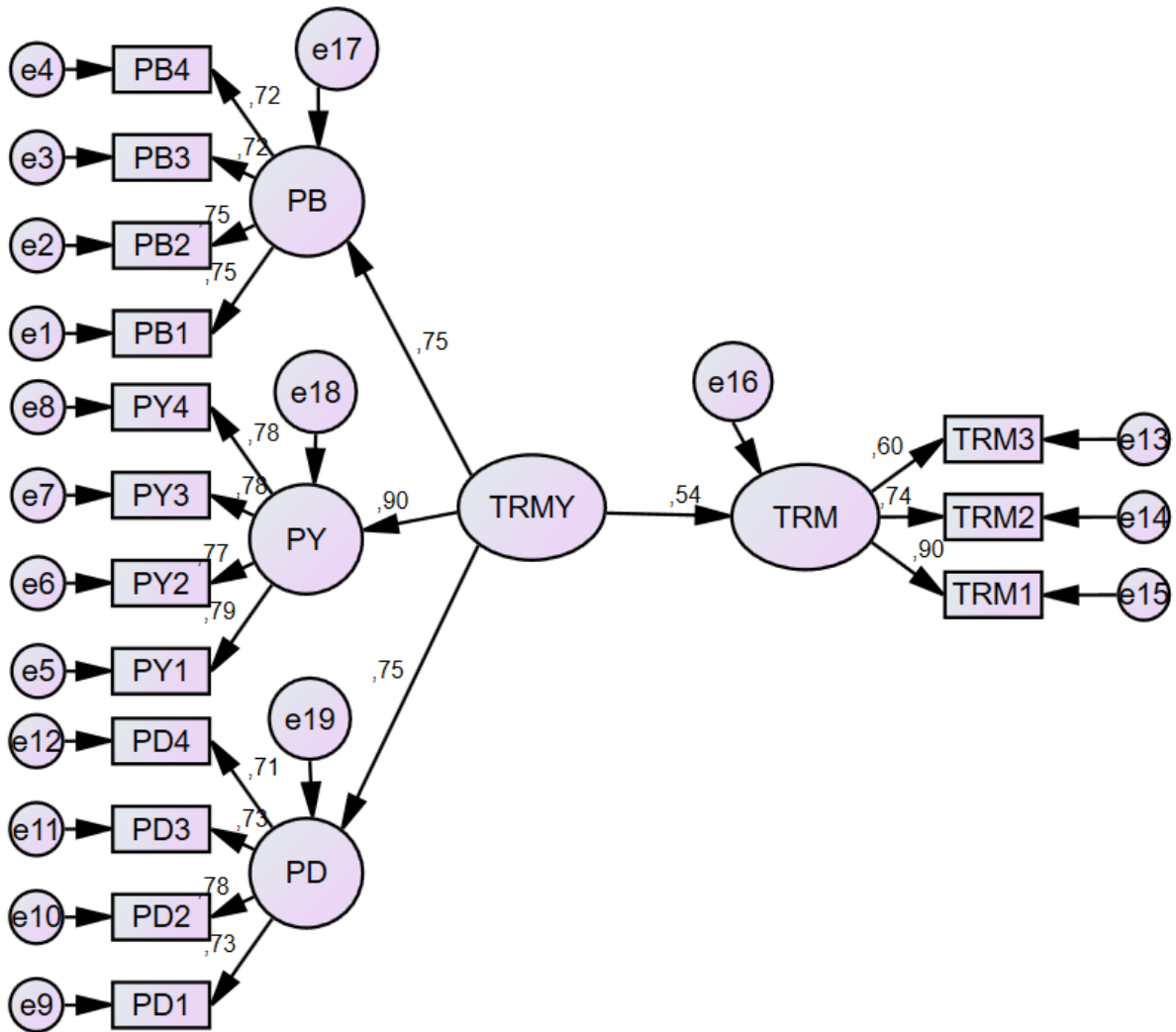
3.5.5. Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmanın konusu ve amaçları doğrultusunda oluşturulan ve sembolik modelde yer alan hipotezler test edilmiştir.

Hipotez 1'in Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 1'in test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. “*Hipotez 1. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyetleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.*” hipotezi turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının turist rehberliği hizmeti memnuniyeti üzerine etkisini ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.6. Hipotez 1'i Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

Tablo 3.29. Hipotez 1’i Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X ² /df	0 ≤ X ² /df ≤ 2	2 < X ² /df ≤ 5	4,019
RMSEA	0 ≤ RMSEA ≤ 0,05	0,05 < RMSEA ≤ 0,10	0,061
NFI	0,95 < NFI < 1,00	0,90 ≤ NFI ≤ 0,95	0,939
NNFI	0,95 < NNFI < 1,00	0,90 ≤ NNFI ≤ 0,95	,0943
CFI	0,95 < CFI < 1,00	0,90 ≤ CFI ≤ 0,95	0,953
IFI	0,95 < IFI < 1,00	0,90 ≤ IFI ≤ 0,95	0,953
RFI	0,95 < RFI < 1,00	0,90 ≤ RFI ≤ 0,95	0,925
RMR	0 ≤ RMR ≤ 0,05	0,05 < RMR ≤ 0,10	0,055
GFI	0,95 ≤ GFI ≤ 1,00	0,90 ≤ GFI < 0,95	0,948
AGFI	0,90 ≤ AGFI ≤ 1,00	0,85 ≤ AGFI < 0,90	0,928

Hipotez 1’i test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 /sd değeri 4,019 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMSEA değeri 0,061 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. CFI değeri 0,953 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,953 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,055 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. NFI değeri 0,939 olarak hesaplanmış; NNFI değeri 0,943 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,948 olarak hesaplanmış; RFI değeri 0,925 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. AGFI değeri 0,928 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.29’deki Hipotez 1’i test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.30. Hipotez 1'e Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
PB	<---	TRMY	0,746	1			
PY	<---	TRMY	0,903	1,234	0,091	13,583	***
PD	<---	TRMY	0,753	0,945	0,075	12,576	***
TRM	<---	TRMY	0,541	0,893	0,08	11,191	***
PB4	<---	PB	0,718	1			
PB3	<---	PB	0,723	0,941	0,051	18,344	***
PB2	<---	PB	0,753	1	0,053	19,003	***
PB1	<---	PB	0,752	0,955	0,05	18,982	***
PY4	<---	PY	0,781	1			
PY3	<---	PY	0,784	1,03	0,045	22,727	***
PY2	<---	PY	0,768	0,954	0,043	22,202	***
PY1	<---	PY	0,79	1,057	0,046	22,922	***
PD4	<---	PD	0,711	1			
PD3	<---	PD	0,727	1,055	0,058	18,276	***
PD2	<---	PD	0,776	1,093	0,057	19,274	***
PD1	<---	PD	0,726	1,037	0,057	18,254	***
TRM1	<---	TRM	0,903	1			
TRM2	<---	TRM	0,743	0,799	0,041	19,414	***
TRM3	<---	TRM	0,605	0,74	0,045	16,355	***

Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

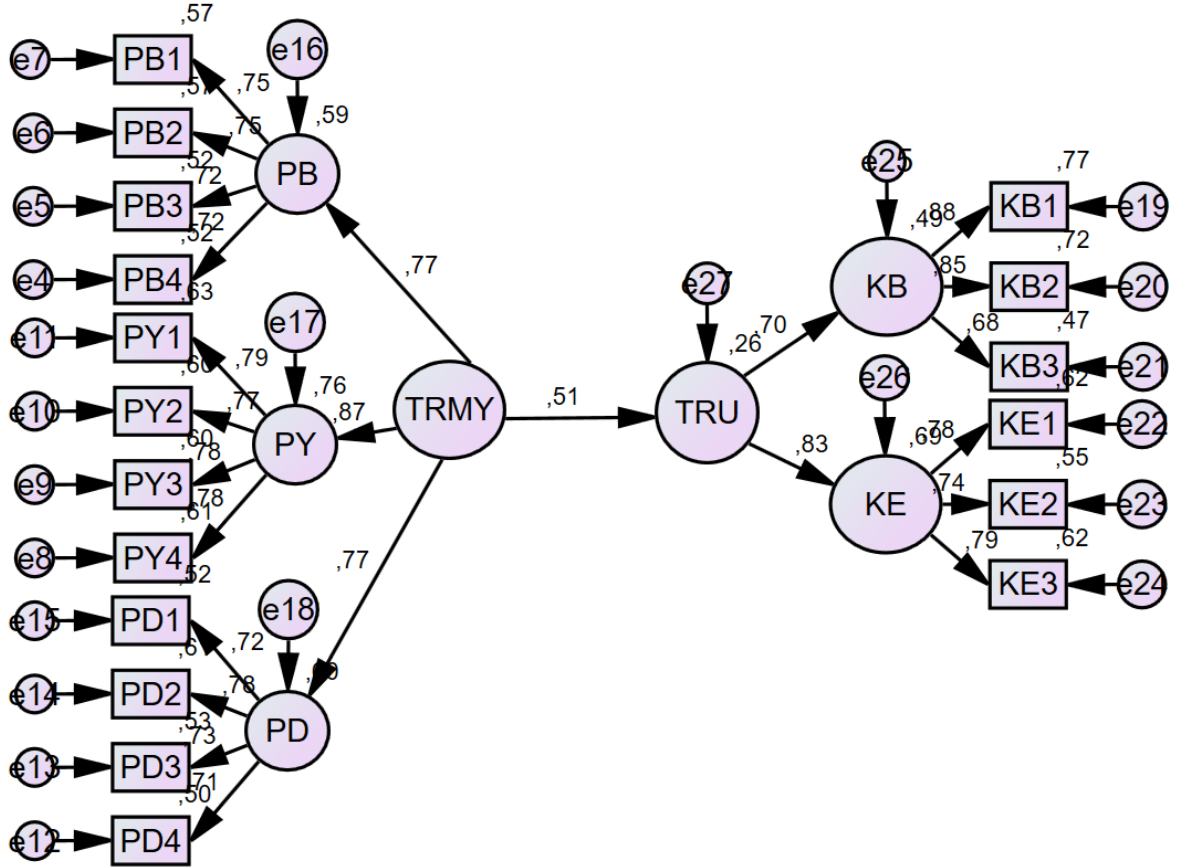
Tablo 3.30. incelendiğinde kurulan model istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Tablo 3.30'a göre R^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve p (anlamlılık derecesi) değerleri turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi memnuniyeti algıları üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir ($p = ***$ ($p < 0,001$); $R^2 = 0,541$). Mevcut modelle turist rehberinin mesleki yeterlilikleri, turist rehberi memnuniyetindeki değişimin %54,1'ini açıklamaktadır. Değişimin açıklanamayan kısmı ise, modelde dikkate alınan değişkenin dışında turist rehberi memnuniyetini etkileyen diğer değişkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 1 kabul edilmiştir.

Hipotez 2'nin Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 2'nin test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. “*Hipotez 2. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki*

yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi ile uyum üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.” hipotezi turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının turist rehberi ile uyumu üzerine etkisini ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.7. Hipotez 2’yi Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim

Tablo 3.31. Hipotez 2’yi Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X ² /df	0 ≤ X ² /df ≤ 2	2 < X ² /df ≤ 5	3,018
RMSEA	0 ≤ RMSEA ≤ 0,05	0,05 < RMSEA ≤ 0,10	0,050
NFI	0,95 < NFI < 1,00	0,90 ≤ NFI ≤ 0,95	0,944
NNFI	0,95 < NNFI < 1,00	0,90 ≤ NNFI ≤ 0,95	0,955
CFI	0,95 < CFI < 1,00	0,90 ≤ CFI ≤ 0,95	0,962

IFI	0,95<IFI<1,00	0,90≤IFI≤0,95	0,962
RFI	0,95<RFI<1,00	0,90≤RFI≤0,95	0,934
RMR	0≤RMR≤0,05	0,05<RMR≤0,010	0,050
GFI	0,95≤GFI≤1,00	0,90≤GFI<0,95	0,950
AGFI	0,90≤AGFI≤1,00	0,85≤AGFI<0,90	0,934

Hipotez 2'yi test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 /sd değeri 3,018 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için; RMSEA değeri 0,050 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. NNFI değeri 0,955 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,962 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,962 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,950 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,050 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. NFI değeri 0,944 olarak hesaplanmış; RFI değeri 0,934 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,934 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.31'deki Hipotez 2'yi test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.32. Hipotez 2'ye Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
TRU	<---	TRMY	0,506	0,576	0,073	7,871	***
PB	<---	TRMY	0,767	1			
PY	<---	TRMY	0,87	1,158	0,086	13,471	***
PD	<---	TRMY	0,772	0,941	0,074	12,662	***
KB	<---	TRU	0,703	1			
KE	<---	TRU	0,833	1,069	0,126	8,501	***
PB4	<---	PB	0,718	1			
PB3	<---	PB	0,723	0,942	0,051	18,367	***
PB2	<---	PB	0,752	0,998	0,053	18,991	***
PB1	<---	PB	0,753	0,957	0,05	19,014	***

PY4	<---	PY	0,781	1			
PY3	<---	PY	0,778	1,021	0,045	22,477	***
PY2	<---	PY	0,772	0,959	0,043	22,297	***
PY1	<---	PY	0,791	1,058	0,046	22,909	***
PD4	<---	PD	0,71	1			
PD3	<---	PD	0,73	1,061	0,058	18,317	***
PD2	<---	PD	0,779	1,099	0,057	19,307	***
PD1	<---	PD	0,722	1,034	0,057	18,16	***
KB1	<---	KB	0,878	1			
KB2	<---	KB	0,846	1,018	0,04	25,646	***
KB3	<---	KB	0,683	0,778	0,038	20,651	***
KE1	<---	KE	0,785	1			
KE2	<---	KE	0,741	0,933	0,048	19,588	***
KE3	<---	KE	0,789	1,088	0,053	20,439	***

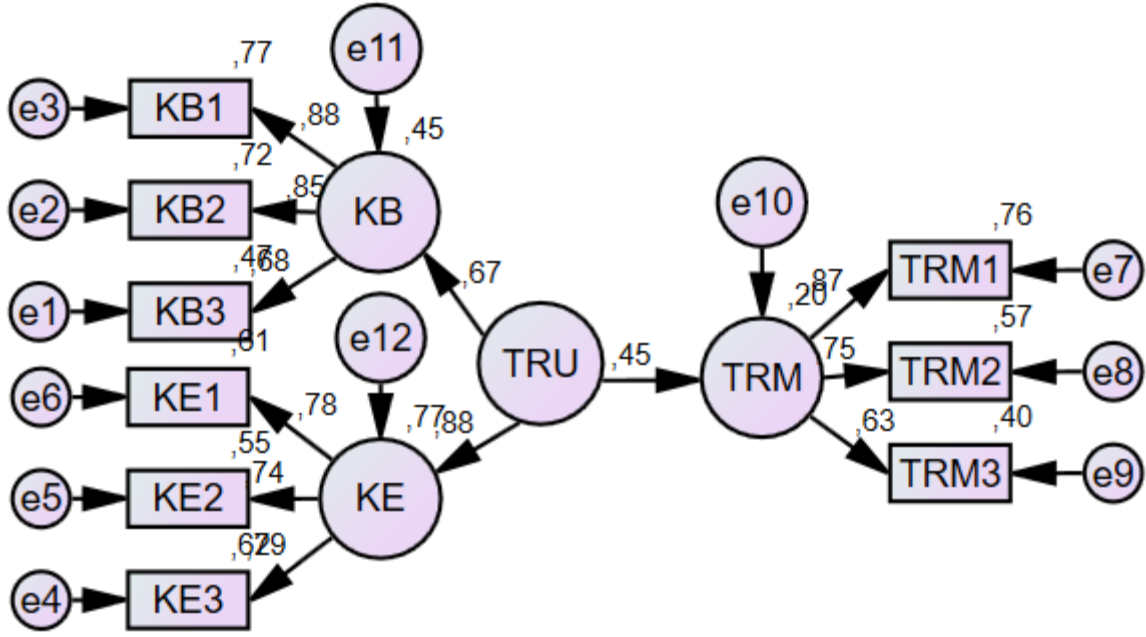
Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim

Tablo 3.32. incelendiğinde kurulan model istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Tabloya göre R^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve p (anlamlılık derecesi) değerleri turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi ile uyum algıları üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir ($p = ***$ ($p < 0,001$); $R^2 = 0,506$). Mevcut modelle turist rehberinin mesleki yeterlilikleri, turist rehberi ile uyumundaki değişimin %50,6'sını açıklamaktadır. Değişimin açıklanamayan kısmı ise, modelde dikkate alınan değişkenin dışında turist rehberi ile uyumunu etkileyen diğer değişkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 2 kabul edilmiştir.

Hipotez 3'ün Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 3'ün test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. “*Hipotez 3. Katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.*” hipotezi katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının turist rehberi memnuniyetleri üzerine etkisini ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.8. Hipotez 3'ü Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

Tablo 3.33. Hipotez 3'ü Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X^2/df	$0 \leq X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$	4,354
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$	0,064
NFI	$0,95 < NFI < 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,966
NNFI	$0,95 < NNFI < 1,00$	$0,90 \leq NNFI \leq 0,95$	0,961
CFI	$0,95 < CFI < 1,00$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,974
IFI	$0,95 < IFI < 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,974
RFI	$0,95 < RFI < 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,949
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,010$	0,070
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,973
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,950

Hipotez 3'ü test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 / sd değeri 4,354 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için; RMSEA değeri 0,064 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için

kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. NFI değeri 0,966 olarak hesaplanmış; NNFI değeri 0,961 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,973 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,07 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. RFI değeri 0,949 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,950 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.33'deki Hipotez 3'ü test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.34. Hipotez 3'ü Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
KB	<---	TRU	0,668	1			
KE	<---	TRU	0,879	1,182	0,154	7,695	***
TRM	<---	TRU	0,45	0,519	0,064	8,076	***
KB1	<---	KB	0,877	1			
KB2	<---	KB	0,847	1,02	0,04	25,578	***
KB3	<---	KB	0,683	0,779	0,038	20,631	***
KE1	<---	KE	0,78	1			
KE2	<---	KE	0,745	0,942	0,048	19,601	***
KE3	<---	KE	0,789	1,094	0,054	20,373	***
TRM3	<---	TRM	0,634	1			
TRM2	<---	TRM	0,754	1,044	0,063	16,677	***
TRM1	<---	TRM	0,874	1,247	0,075	16,614	***

Not: TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TRM: Turist Rehberliği Hizmeti Memnuniyeti

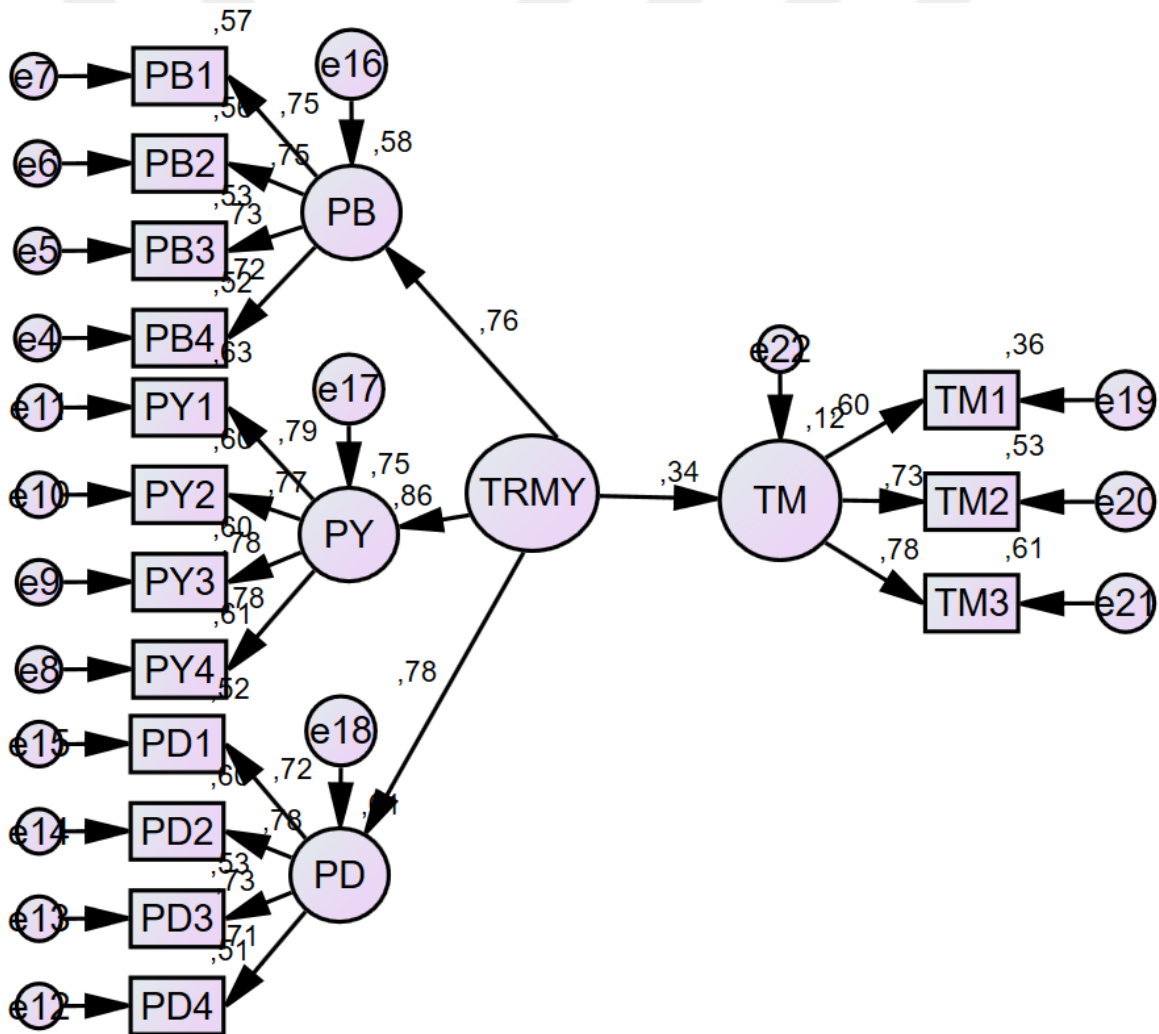
Tablo 3.34. incelendiğinde kurulan model istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Tablo 3.34'e göre R^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve p (anlamlılık derecesi) değerleri turist rehberi ile uyum algıları turist rehberi memnuniyetine yönelik algıları üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir ($p = ***$ ($p < 0,001$); $R^2 = 0,450$). Mevcut modelle turist rehberi ile uyumun, turist rehberi memnuniyetindeki değişimin %45'ini açıklamaktadır. Değişimin açıklanamayan kısmı ise, modelde dikkate alınan değişkenin dışında turist rehberi

memnuniyetini etkileyen diğer değişkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 3 kabul edilmiştir.

Hipotez 4'ün Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 4'ün test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. “Hipotez 4. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.” Hipotezi katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının tur memnuniyetleri üzerine etkisini ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.9. Hipotez 4'ü Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TM: Tur Memnuniyeti

Tablo 3.35. Hipotez 4'ü Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X^2/df	$0 \leq X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$	2,541
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$	0,044
NFI	$0,95 < NFI < 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,958
NNFI	$0,95 < NNFI < 1,00$	$0,90 \leq NNFI \leq 0,95$	0,968
CFI	$0,95 < CFI < 1,00$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,974
IFI	$0,95 < IFI < 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,974
RFI	$0,95 < RFI < 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,948
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,10$	0,047
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,965
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,951

Hipotez 4'ü test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 / sd değeri 2,541 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMSEA değeri 0,044 olarak hesaplanmış ve bu değer 0-0,05 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. NFI değeri 0,958 olarak hesaplanmış; NNFI değeri 0,968 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,965 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,047 olarak hesaplanmış ve bu değer 0-0,05 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği göstermektedir. RFI değeri 0,948 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,951 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.35'deki Hipotez 4'ü test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.36. Hipotez 4'e Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları

Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
PB	<---	TRMY	0,764	1			
PY	<---	TRMY	0,864	1,155	0,087	13,251	***
PD	<---	TRMY	0,783	0,963	0,076	12,646	***
TM	<---	TRMY	0,341	0,405	0,06	6,716	***
PB4	<---	PB	0,718	1			
PB3	<---	PB	0,726	0,946	0,051	18,407	***
PB2	<---	PB	0,751	0,996	0,053	18,936	***
PB1	<---	PB	0,752	0,956	0,05	18,97	***
PY4	<---	PY	0,782	1			
PY3	<---	PY	0,775	1,017	0,045	22,392	***
PY2	<---	PY	0,772	0,957	0,043	22,276	***
PY1	<---	PY	0,793	1,06	0,046	22,969	***
PD4	<---	PD	0,713	1			
PD3	<---	PD	0,727	1,052	0,057	18,344	***
PD2	<---	PD	0,776	1,09	0,056	19,364	***
PD1	<---	PD	0,724	1,031	0,056	18,282	***
TM1	<---	TM	0,599	1			
TM2	<---	TM	0,73	1,238	0,089	13,84	***
TM3	<---	TM	0,784	1,298	0,095	13,701	***

Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TM: Tur Memnuniyeti

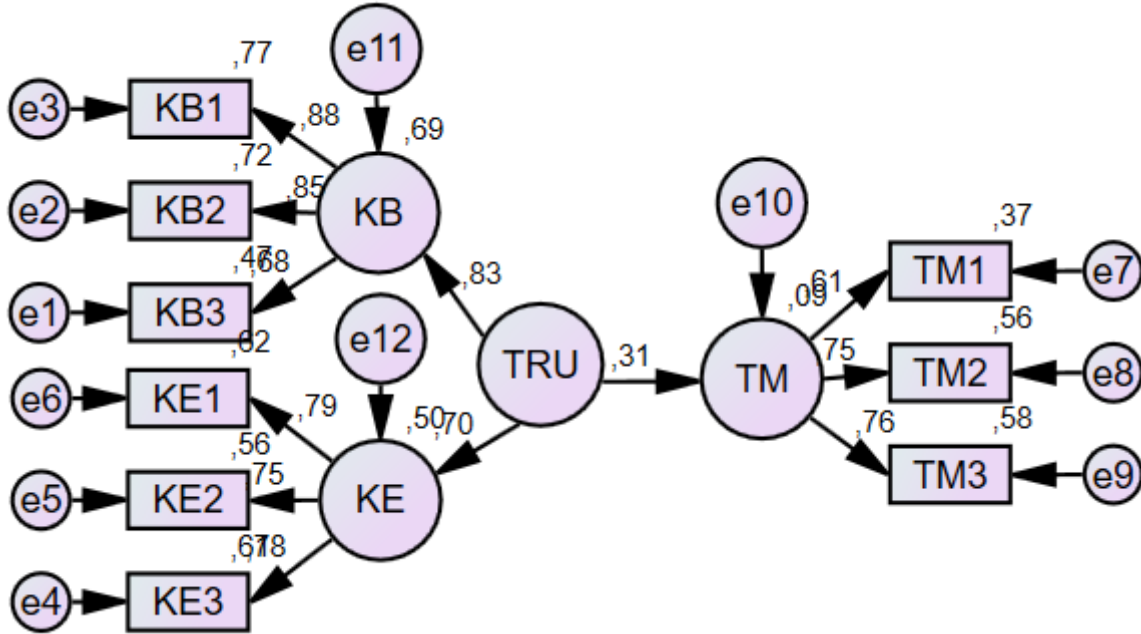
Tablo 3.36 incelendiğinde kurulan model istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Tablo 3.36'ya göre R^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve p (anlamlılık derecesi) değerleri turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları tur memnuniyeti algıları üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir ($p = ***$ ($p < 0,001$); $R^2 = 0,341$). Mevcut modelle turist rehberinin mesleki yeterlilikleri, tur memnuniyetindeki değişimin %34,1'ini açıklamaktadır. Değişimin açıklanamayan kısmı ise, modelde dikkate alınan değişkenin dışında tur memnuniyetini etkileyen diğer değişkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 4 kabul edilmiştir.

Hipotez 5'in Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 5'in test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. "*Hipotez 5. Katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik*

algılarının, tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.” hipotezi katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının tur memnuniyetleri üzerine etkisini ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.10. Hipotez 5’i Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TM: Tur Memnuniyeti

Tablo 3.37. Hipotez 5’i Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X ² /df	0 ≤ X ² /df ≤ 2	2 < X ² /df ≤ 5	4,442
RMSEA	0 ≤ RMSEA ≤ 0,05	0,05 < RMSEA ≤ 0,10	0,065
NFI	0,95 < NFI < 1,00	0,90 ≤ NFI ≤ 0,95	0,962
NNFI	0,95 < NNFI < 1,00	0,90 ≤ NNFI ≤ 0,95	0,956
CFI	0,95 < CFI < 1,00	0,90 ≤ CFI ≤ 0,95	0,970
IFI	0,95 < IFI < 1,00	0,90 ≤ IFI ≤ 0,95	0,971
RFI	0,95 < RFI < 1,00	0,90 ≤ RFI ≤ 0,95	0,943
RMR	0 ≤ RMR ≤ 0,05	0,05 < RMR ≤ 0,10	0,063
GFI	0,95 ≤ GFI ≤ 1,00	0,90 ≤ GFI < 0,95	0,974
AGFI	0,90 ≤ AGFI ≤ 1,00	0,85 ≤ AGFI < 0,90	0,950

Hipotez 5’i test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 / sd değeri 4,442 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMSEA değeri 0,065

olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. NFI değeri 0,962 olarak hesaplanmış; NNFI değeri 0,956 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,970 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,971 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,974 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,063 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği göstermektedir. RFI değeri 0,943 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,950 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.37'ye Hipotez 5'i test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.38. Hipotez 5'e Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
KB	<---	TRU	0,833	1			
KE	<---	TRU	0,704	0,764	0,149	5,137	***
TM	<---	TRU	0,306	0,34	0,071	4,808	***
KB1	<---	KB	0,877	1			
KB2	<---	KB	0,846	1,019	0,04	25,629	***
KB3	<---	KB	0,683	0,779	0,038	20,641	***
KE1	<---	KE	0,785	1			
KE2	<---	KE	0,748	0,941	0,048	19,579	***
KE3	<---	KE	0,781	1,077	0,054	20,116	***
TM3	<---	TM	0,763	1			
TM2	<---	TM	0,746	1,001	0,069	14,497	***
TM1	<---	TM	0,607	0,802	0,058	13,788	***

Not: TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TM: Tur Memnuniyeti

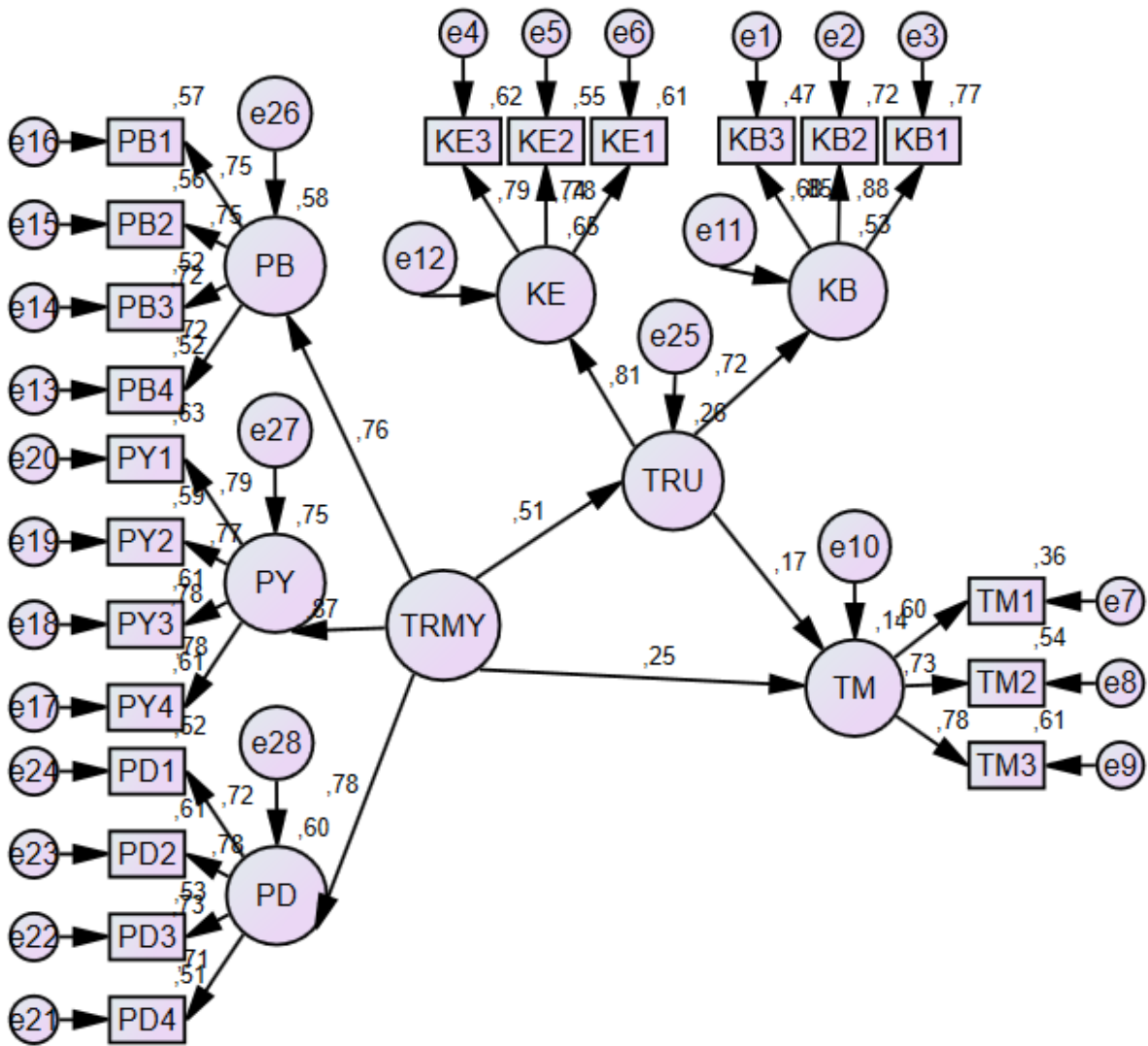
Tablo 3.38 incelendiğinde kurulan model istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Tablo 3.38'e göre R^2 (açıklanan varyansın yüzdesi) ve p (anlamlılık derecesi) değerleri turist rehberi ile uyuma yönelik algıları tur memnuniyeti algıları üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir ($p = ***$ ($p < 0,001$); $R^2 = 0,306$). Mevcut modelle turist rehberinin mesleki yeterlilikleri, tur memnuniyetindeki değişimin %30,6'sını açıklamaktadır. Değişimin açıklanamayan kısmı ise, modelde dikkate alınan değişkenin dışında tur

memnuniyetini etkileyen diğer değişkenlerden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 5 kabul edilmiştir.

Hipotez 6'nın Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 6'nın test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. “Hipotez 6. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık rolü vardır.” hipotezi katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının tur memnuniyetleri üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumunun aracılık rolünü ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.11. Hipotez 6'yı Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TM: Tur Memnuniyeti

Tablo 3.39. Hipotez 6'yı Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X ² /df	0 ≤ X ² /df ≤ 2	2 < X ² /df ≤ 5	2,754
RMSEA	0 ≤ RMSEA ≤ 0,05	0,05 < RMSEA ≤ 0,10	0,047
NFI	0,95 < NFI < 1,00	0,90 ≤ NFI ≤ 0,95	0,935
NNFI	0,95 < NNFI < 1,00	0,90 ≤ NNFI ≤ 0,95	0,951
CFI	0,95 < CFI < 1,00	0,90 ≤ CFI ≤ 0,95	0,958
IFI	0,95 < IFI < 1,00	0,90 ≤ IFI ≤ 0,95	0,958
RFI	0,95 < RFI < 1,00	0,90 ≤ RFI ≤ 0,95	0,925
RMR	0 ≤ RMR ≤ 0,05	0,05 < RMR ≤ 0,10	0,053
GFI	0,95 ≤ GFI ≤ 1,00	0,90 ≤ GFI < 0,95	0,945
AGFI	0,90 ≤ AGFI ≤ 1,00	0,85 ≤ AGFI < 0,90	0,930

Hipotez 6'yı test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 /sd değeri 2,754 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMSEA değeri 0,047 olarak hesaplanmış ve bu değer 0-0,05 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. NNFI değeri 0,951 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,958 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,958 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,95-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,053 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği göstermektedir. NFI değeri 0,935 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,945 olarak hesaplanmış; RFI değeri 0,925 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,930 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.39'daki Hipotez 6'yı test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.40. Hipotez 6'ya Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
TRU	<---	TRMY	0,509	0,601	0,07	8,604	***
PB	<---	TRMY	0,764	1			
PY	<---	TRMY	0,868	1,157	0,085	13,564	***
PD	<---	TRMY	0,778	0,953	0,075	12,724	***
KB	<---	TRU	0,725	0,994	0,11	9,006	***
KE	<---	TRU	0,809	1			
TM	<---	TRMY	0,251	0,299	0,07	4,282	***
TM	<---	TRU	0,174	0,176	0,062	2,818	0,005
PB4	<---	PB	0,718	1			
PB3	<---	PB	0,724	0,944	0,051	18,375	***
PB2	<---	PB	0,751	0,998	0,053	18,967	***
PB1	<---	PB	0,754	0,958	0,05	19,013	***
PY4	<---	PY	0,78	1			
PY3	<---	PY	0,779	1,023	0,046	22,478	***
PY2	<---	PY	0,771	0,959	0,043	22,24	***
PY1	<---	PY	0,792	1,061	0,046	22,913	***
PD4	<---	PD	0,711	1			
PD3	<---	PD	0,728	1,058	0,058	18,33	***
PD2	<---	PD	0,778	1,097	0,057	19,341	***
PD1	<---	PD	0,723	1,033	0,057	18,212	***
KB1	<---	KB	0,877	1			
KB2	<---	KB	0,847	1,02	0,04	25,723	***
KB3	<---	KB	0,683	0,78	0,038	20,678	***
KE1	<---	KE	0,783	1			
KE2	<---	KE	0,742	0,936	0,048	19,585	***
KE3	<---	KE	0,789	1,09	0,053	20,407	***
TM1	<---	TM	0,602	1			
TM2	<---	TM	0,734	1,238	0,089	13,918	***
TM3	<---	TM	0,779	1,284	0,093	13,833	***

Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TM: Tur Memnuniyeti

Tablo 3.41. Hipotez 6'ya Yönelik Aracılık Etkisi Değerleri

Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerinin Tur Memnuniyeti Üzerine Toplam Etkisi					
TRMY --> TM	B	Std. Ed. B	p	LLCI	ULCI
	0,405	0,340	0,12	0,315	0,507
Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerinin Tur Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Direkt)					
TRMY--> TM	B	Std. Ed. B	p	LLCI	ULCI
	0,299	0,251	0,014	0,181	0,408
Turist Rehberiyle Uyum ile Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerinin Tur Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Endirekt)					
TRMY --> TRU --> TM	B	Std. Ed. B	p	LLCI	ULCI
	0,106	0,089	0,005	0,058	0,191

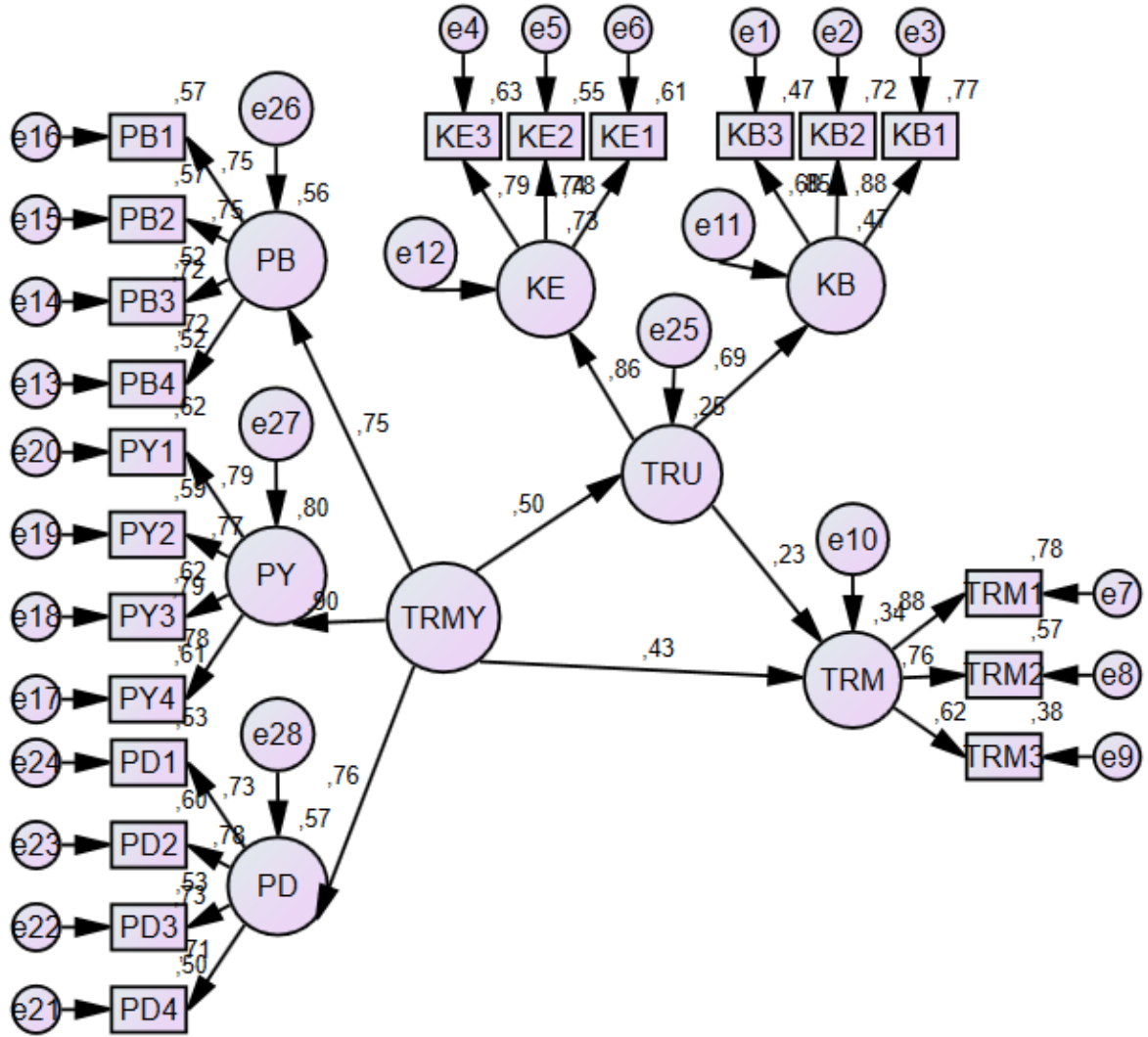
Analiz sonuçlarına göre turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları tur memnuniyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen modelde turist-turist rehberi uyumu değişkeninin (dolaylı etki) dahil edilmesiyle turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri algısının tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak hala anlamlı ancak daha az bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları tur memnuniyeti üzerindeki doğrudan etkisini ölçen modelde $p < 0,05$ olması modelin önemini göstermektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları tur memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist-turist rehberi uyumunun aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dolaylı etki %95 güven aralığında alt sınır ile üst sınır değerleri arasında (0,058-0,191) sıfır değeri içermediğinden turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları tur memnuniyeti üzerine etkisinde turist-turist rehberi uyumunun kısmi aracı rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle iki güven aralığının içerisinde “0” değerinin olmaması tahmin edilen yolların anlamlılığını ifade etmektedir (Hayes, 2017). Ayrıca toplam etki içerisinde aracı değişkenin kurulan model içerisindeki payı %26,1 olarak hesaplanmış geri kalan %73,9'u ise doğrudan etki olarak sağlanmaktadır. Bu durumda aracı değişken olan turist-turist rehberi uyumu turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin tur memnuniyetini üzerinde etkisinin olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 6 kabul edilmiştir.

Hipotez 7'nin Test Edilmesi

Oluşturulan sembolik model ile Hipotez 7'nin test sonuçlarının desteklenip desteklenmediği incelenmiştir. “*Hipotez 7. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık rolü vardır.*” hipotezi katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının turist rehberi memnuniyetleri üzerine etkisinde turist rehberi

ile uyumunun aracılık rolünü ölçmek için oluşturulan path diyagramı ve analizi gerçekleştirilmiştir.

Şekil 3.12. Hipotez 7'yi Test Etmeye Yönelik Path (Yol) Diyagramı



Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TRM: Turist Rehberi Memnuniyeti

Tablo 3.42. Hipotez 7'yi Test Etmek İçin Kurulan Modelin Uyum Değerleri Tablosu

Uyum İyiliği	Referans Değerler		Ölçme Modeli
	Mükemmel Uyum Ölçütleri	Kabul Edilebilir Uyum Ölçütleri	
X^2/df	$0 \leq X^2/df \leq 2$	$2 < X^2/df \leq 5$	3,493
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,10$	0,056
NFI	$0,95 < NFI < 1,00$	$0,90 \leq NFI \leq 0,95$	0,923
NNFI	$0,95 < NNFI < 1,00$	$0,90 \leq NNFI \leq 0,95$	0,934
CFI	$0,95 < CFI < 1,00$	$0,90 \leq CFI \leq 0,95$	0,944
IFI	$0,95 < IFI < 1,00$	$0,90 \leq IFI \leq 0,95$	0,944
RFI	$0,95 < RFI < 1,00$	$0,90 \leq RFI \leq 0,95$	0,911
RMR	$0 \leq RMR \leq 0,05$	$0,05 < RMR \leq 0,10$	0,059
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,934
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,916

Hipotez 7'yi test etmek amacıyla kurulan modelin uyum değerleri incelendiğinde χ^2 /sd değeri 3,493 olarak hesaplanmış ve bu değer 2-5 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMSEA değeri 0,056 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği değerine sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. RMR değeri 0,053 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,05-0,10 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum iyiliği göstermektedir. NNFI değeri 0,934 olarak hesaplanmış; NFI değeri 0,923 olarak hesaplanmış; CFI değeri 0,944 olarak hesaplanmış; IFI değeri 0,944 olarak hesaplanmış; GFI değeri 0,934 olarak hesaplanmış; RFI değeri 0,911 olarak hesaplanmış ve bu değerler 0,90-0,95 arasında bir değere sahip olduğu için kabul edilebilir uyum göstermektedir. AGFI değeri 0,916 olarak hesaplanmış ve bu değer 0,90-1,00 arasında bir değere sahip olduğu için mükemmel uyum göstermektedir. Tablo 3.42'deki Hipotez 7'yi test etmeye yönelik oluşturulan modelin uyum iyiliği değerleri uyum indeksi hesaplamalarında kabul edilen değerleri sağladığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.43. Hipotez 7'ye Yönelik Değişkenler Arası İlişkiler ve Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Faktör	Yol	Faktör	Std. Edilmiş Tahmin	Std. Edilmemiş Tahmin	S.E.	C.R.	p
TRU	<---	TRMY	0,5	0,636	0,071	8,947	***
PB	<---	TRMY	0,75	1			
PY	<---	TRMY	0,896	1,217	0,088	13,798	***
PD	<---	TRMY	0,757	0,944	0,075	12,652	***
KB	<---	TRU	0,685	0,89	0,095	9,387	***
KE	<---	TRU	0,855	1			
TRM	<---	TRMY	0,43	0,689	0,086	8,059	***
TRM	<---	TRU	0,234	0,295	0,069	4,283	***
PB4	<---	PB	0,718	1			
PB3	<---	PB	0,722	0,94	0,051	18,327	***
PB2	<---	PB	0,754	1	0,053	19,02	***
PB1	<---	PB	0,753	0,957	0,05	19,011	***
PY4	<---	PY	0,779	1			
PY3	<---	PY	0,785	1,034	0,045	22,744	***
PY2	<---	PY	0,768	0,956	0,043	22,18	***
PY1	<---	PY	0,79	1,058	0,046	22,879	***
PD4	<---	PD	0,709	1			
PD3	<---	PD	0,728	1,059	0,058	18,277	***
PD2	<---	PD	0,777	1,097	0,057	19,272	***
PD1	<---	PD	0,725	1,038	0,057	18,218	***
KB1	<---	KB	0,876	1			
KB2	<---	KB	0,847	1,021	0,04	25,668	***
KB3	<---	KB	0,684	0,78	0,038	20,667	***
KE1	<---	KE	0,781	1			
KE2	<---	KE	0,74	0,935	0,048	19,589	***
KE3	<---	KE	0,793	1,099	0,053	20,555	***
TRM1	<---	TRM	0,882	1			
TRM2	<---	TRM	0,757	0,834	0,042	20,031	***
TRM3	<---	TRM	0,617	0,774	0,046	16,833	***

Not: PB: Profesyonel Bilgi, PY: Profesyonel Yönetim, PD: Profesyonel Davranış, TRMY: Turist Rehberinin Mesleki Yeterlilikleri, TRU: Turist Rehberi İle Uyum, KB: Kişisel Bağlantı, KE: Kişisel Etkileşim, TRM: Turist Rehberi Memnuniyeti

Tablo 3.44. Hipotez 7'ye Yönelik Aracılık Etkisi Değerleri

Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerinin Turist Rehberi Memnuniyeti Üzerine Toplam Etkisi					
TRMY --> TRM	B	Std. Ed. B	p	LLCI	ULCI
	0,877	0,548	0,002	0,771	1,081
Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerinin Turist Rehberi Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Direkt)					
TRMY--> TRM	B	Std. Ed. B	p	LLCI	ULCI
	0,689	0,430	0,004	0,552	0,891
Turist Rehberiyle Uyum ile Turist Rehberinin Mesleki Yeterliliklerinin Turist Rehberi Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Endirekt)					
TRMY --> TRU --> TRM	B	Std. Ed. B	p	LLCI	ULCI
	0,188	0,117	0,009	0,113	0,270

Analiz sonuçlarına göre turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi memnuniyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen modelde turist-turist rehberi uyumu değişkeninin (dolaylı etki) dahil edilmesiyle turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri algısının turist rehberi memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak hala anlamlı ancak daha az bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi memnuniyeti üzerindeki doğrudan etkisini ölçen modelde $p < 0,05$ olması modelin önemini göstermektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist-turist rehberi uyumunun aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Aracı değişkenin modele eklenmesiyle modelin anlamlı olması kısmi aracılığın olduğunu göstermektedir. Ayrıca dolaylı etki %95 güven aralığında alt sınır ile üst sınır değerleri arasında (0,113-0,270) sıfır değeri içermediğinden turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi memnuniyeti üzerine etkisinde turist-turist rehberi uyumunun kısmi aracı rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. Bir başka ifadeyle iki güven aralığının içerisinde "0" değerinin olmaması tahmin edilen yolların anlamlılığını ifade etmektedir (Hayes, 2017). Ayrıca toplam etki içerisinde aracı değişkenin kurulan model içerisindeki payı %21,4 olarak hesaplanmış geri kalan %78,6'sı ise doğrudan etki olarak sağlanmaktadır. Bu durumda aracı değişken olan turist- turist rehberi uyumu turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin turist rehberi memnuniyetini üzerinde etkisinin olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Bu bağlamda Hipotez 7 kabul edilmiştir.

Tablo 3.45. Hipotez Kabul/Ret Tablosu

Hipotezler	Kabul	Ret
Hipotez 1. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyetleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	X	
Hipotez 2. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi ile uyum üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	X	
Hipotez 3. Katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	X	
Hipotez 4. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	X	
Hipotez 5. Katılımcıların turist rehberi ile uyumuna yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.	X	
Hipotez 6. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, tur memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık rolü vardır.	X	
Hipotez 7. Katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının, turist rehberi memnuniyeti üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık rolü vardır.	X	

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan sembolik modelde yer alan hipotezlerin ret ve kabul Tablosu incelendiğinde araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan yedi hipotezin tamamı kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde birçok turist, birisinin bir grup turiste liderlik ettiği veya talimat verdiği rehberli grup etkinliklerine katılmaktadır. Turistlerin bu şekilde gruplanması ve yönlendirilmesi, ekonomik (tek başına seyahat etmelerine göre daha uygun fiyatlı), güvenli (tek başına seyahat etmelerine göre daha az riskli) ve sosyal (yeni insanlarla tanışmak için daha fazla fırsat) deneyimleme yolları sunmaktadır. Grupla hareket eden turistler, hizmeti diğer turistlerle birlikte tüketmektedirler. Örneğin, tura katılarak seyahat eden bir bireyin, yemek yerken gruptaki diğer turistlerle etkileşime girmesi nedeniyle hizmeti diğer turistlerle birlikte tüketmesine neden olmakta ve grup içerisinde hizmete yönelik algılanan dinamikleri etkileyebildiği gibi aynı zamanda grup üyelerinden de etkilenebilmektedir (Lee, Boon ve McCarthy, 2021, s. 2). Turistlerin genellikle değer yaratmada tamamlayıcı bir rol oynayabilecek grup deneyimini ortaklaşa üretmek için sohbet etmeleri ve işbirliği yapmaları beklenmektedir (Finsterwalder ve Kuppelwieser, 2011, s. 608). Grup üyeleri, rehberli bir grup faaliyetinden karşılıklı olarak memnun olma/olmama durumlarında, bir denge ve uyum

duygusunu paylaşmaktadırlar (Tickle-Degnen ve Rosenthal, 1990). Bu nedenle literatür incelendiğinde genel olarak turist-turist iletişimi/uyumu üzerine birçok çalışma bulunmaktadır. Turistlerin grup etkinliklerinde diğer turistlerle birlikte tüketim yapmasının önemine rağmen turist- turist rehberi ilişkisine yönelik sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, turist-turist rehberi uyumu, turist rehberinin mesleki yeterliliklerinin turist rehberi ve tur memnuniyeti üzerine etkisine ilişkin sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Araştırma bu noktada literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma İstanbul İli'ne düzenlenen rehberli turlara katılan misafirlerin turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine, turist rehberi ile uyumlarına, tur memnuniyeti ve turist rehberi memnuniyetine yönelik algılarını ortaya koymak ve turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin turist rehberi memnuniyeti ve tur memnuniyetleri üzerine etkisinde turist rehberi ile uyumunun aracılık rolünü belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma nicel olarak tasarlanmış ve araştırmanın amacına göre oluşturulan anket formunun uygulanması için Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Etik Kurulu'ndan gerekli izin alınarak İstanbul'u rehberli turlarla ziyaret eden misafirlere uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında analizlere dahil edilen anket verisi 808 olmuştur. Bu katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde büyük bölümü kadın katılımcılardan (%58,3), 35-44 yaş aralığı (%24,3), 55 yaş ve üzeri (%24,5), önemli bir bölümü evli (%59,3), önemli bir bölümü 47001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu, büyük bir bölümü önlisans/lisans mezunu (%64,1) olduğu, önemli bir bölümü daha önce tura katıldığını (%52,4), katılımcılar yalnız (%35,9) ve arkadaşlarıyla (%39,7) tura katılım sağlamıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan anket formunda kullanılan ölçekler farklı kaynaklardan elde edildiği için güvenilirlik ve geçerlilikleri tekrardan test edilmiştir. Güvenirliği test etmek amacıyla ölçeklerin ve alt boyutların Cronbach Alpha değerleri incelenmiştir ve elde edilen sonuçlar kabul edilebilir ve/veya güvenilir olduğu saptanmıştır. Kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda eşkökenlilik, faktör yükleri, ölçeğin örneklem yeterlilikleri, küresellik değeri, açıklanan varyansları vb. değerler incelendiğinde ölçeklerin geçerli olduğu değerlerin kabul edilebilir değerlere sahip olduğu saptanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda sembolik model oluşturulmuş ve bu doğrultuda yedi hipotez oluşturulmuştur. Hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modeli kullanılmış ve AMOS programı ile daha ayrıntılı bulgular elde edebilmek amacıyla her hipotez için model ayrı ayrı oluşturularak kullanılmıştır. Oluşturulan modellerin uyum iyiliği değerleri incelenmiş ve herhangi bir sorun olmadığı kabul edilebilir değerlere sahip olduğu saptanmıştır.

Hipotez 1'i test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının turist rehberi memnuniyeti üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Hipotez 1'e yönelik elde edilen bu sonuç literatürde daha önce yapılan turist rehberlerinin performanslarının tur memnuniyeti üzerine etkilerine yönelik yapılan Zhang ve Chow (2004), Hu (2007) çalışmalarıyla, turist rehberlerinin arabuluculuk özelliği Randall ve Rollis (2009), bilgi ve beceri düzeyine yönelik George (2011), Alshatnawi (2014), Büyükkuru ve Aslan (2016) tarafından yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçları desteklemektedir.

Hipotez 2'yi test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının turist rehberi uyumu üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Hipotez 2'ye yönelik elde edilen bu sonuç literatürde turist- turist uyumu üzerine yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Turdaki herhangi bir turist, bir gruba liderlik ettiği ve talimatlar verdiği rehberli turlarda almış oldukları hizmetleri diğer turistlerle birlikte hareket ederek tüketmektedirler. Bir kişinin davranışı turdaki herkesi etkileyebileceği için gerek grup üyeleriyle (diğer turistler ile) gerekse turist rehberleri ile uyum içerisinde olması değer yaratmada tamamlayıcı bir rol oynamakta ve deneyim kalitesini artırmaktadır. Turistlerin grup etkinliklerinde diğer turistlerle birlikte tüketim yapmasının önemine rağmen bu olguya ilişkin sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır. Literatürdeki çalışmalar, müşterilerin bir grup bağlamında diğer müşteriler yerine, onların varlığında hizmetleri tükettiği bağlamlara odaklanmaktadır. Hipotez 2'den elde edilen sonuç, literatürdeki müşteri-çalışan ilişkisine yönelik yapılan Hyun ve Kim (2014), Kaminakis, Karantinou, Koritos, ve Gounaris (2019) çalışmalarıyla ve turist-turist uyumu üzerine Wu (2007), Levy, Getz ve Hudson (2010), Hwang ve Lee (2019), Chang, Tsaur, Yen ve Lai (2020) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Bai ve Chang (2023) çalışmalarında bir turda grup içerisinde uyumun olmaması veya turistler arasında turistlerin milliyetinin, kültürel ve davranışsal çatışmanın olmasını engellemek ve uyumu sağlamak oldukça önemlidir. Bu noktada turu yöneten ve yönlendiren kişi olan turist rehberlerinin gerek bire birde misafirlere tutum ve davranışları gerekse grubu bir bütün olarak denge kurabilmesi oldukça önemlidir.

Hipotez 3'ü test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberi uyumuna yönelik algılarının turist rehberi memnuniyeti üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Mevcut modelle turist rehberi ile uyumun, turist rehberi memnuniyetindeki değişimin %45'ini açıklamaktadır. Değişimin açıklanamayan kısmı ise,

modelde dikkate alınan değişkenin dışında turist rehberi memnuniyetini etkileyen diğer değişkenlerden kaynaklanmaktadır. Turist rehberi ile uyum sağlayabilen bireylerin turist rehberine yönelik memnuniyet düzeylerini artırmaktadır.

Hipotez 4'ü test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberi mesleki yeterliliklerine yönelik algılarının tur memnuniyeti üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Mevcut modelle turist rehberinin mesleki yeterlilikleri, tur memnuniyetindeki değişimin %34,1'ini açıklamaktadır. Hipotez 4'e yönelik elde edilen bu sonuç literatürde daha önce yapılan Güzel (2007), George (2011), Ap ve Wong (2014), Alshatnawi (2014), Büyükkuru ve Aslan (2016) çalışmalarından elde edilen sonuçları desteklemektedir. Bunun yanı sıra Ap ve Wong (2001) çalışmalarında turist rehberinin mesleki yeterlilikleri (bilgi birikimi, yorumlama gücü, iletişim ve hizmet sunma becerisi, profesyonellik anlayışı vb.) tur memnuniyetini doğrudan etkilemesinin yanı sıra destinasyonun başarısını da etkilediğini belirtmiştir.

Hipotez 5'i test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberi uyumuna yönelik algılarının tur memnuniyeti üzerinde pozitif yönde istatistiksel olarak etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Hipotez 5'i test etmek amacıyla oluşturulan modelle turist rehberinin mesleki yeterlilikleri, tur memnuniyetindeki değişimin %30,6'sını açıkladığını tespit edilmiştir. Hipotez 5'i yönelik elde edilen bu sonuç literatürde daha önce yapılan Ap ve Wong (2001), Alshatnawi (2014), Büyükkuru ve Aslan (2016) çalışmalarından elde edilen sonuçları desteklemektedir. Bunun yanı sıra İşler ve Güzel (2014) tarafından yapılan çalışmada özellikle yabancı turistlerin turları tercih etmelerindeki en önemli nedenler destinasyon hakkında daha fazla bilgi edinmek, kültürü daha yakından tanımak, güvenlik vb. etkenler olduğunu belirtmişlerdir. Bu etkenler aynı zamanda turist rehberlerinin mesleki sorumluluklarını oluşturması nedeniyle oldukça önemlidir.

Hipotez 6'yı test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberi mesleki yeterliliklerinin tur memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir. Oluşturulan modelin uyum değerleri incelendiğinde herhangi bir soruna rastlanmamıştır. Analiz sonuçlarına göre aracı değişkenin modele dahil edilmesiyle turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri algısının tur memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak hala anlamlı ancak daha az bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu nedenle turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları tur memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist-turist rehberi uyumunun aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dolaylı etki %95 güven

aralığında alt sınır ile üst sınır değerleri arasında (0,058-0,191) olduğu için turist-turist rehberi uyumunun kısmi aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Hipotez 7'yi test etmek amacıyla oluşturulan model sonucunda katılımcıların turist rehberi mesleki yeterliliklerinin turist rehberi memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist rehberi ile uyumun aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir. Oluşturulan modelin uyum değerleri incelendiğinde herhangi bir soruna rastlanmamıştır. Analiz sonuçlarına göre aracı değişkenin modele dahil edilmesiyle turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri algısının turist rehberi memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak hala anlamlı ancak daha az bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu nedenle turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerine yönelik algıları turist rehberi memnuniyeti üzerindeki etkisinde turist-turist rehberi uyumunun aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan yedi hipotezin tamamı kabul edilmiş ve elde edilen sonuçlar literatürle benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu çalışma, seçilen yapılar arasındaki ilişkileri inceleyerek gelecekteki araştırmalar için yeni kavramsal olanaklar ve araştırma yolları önermektedir. Başlangıç olarak, turist rehberlerinin mesleki yeterlilikleri ve turist-turist rehberi uyumunun, turist rehberi ve tur memnuniyeti üzerindeki etkisi gelecekteki araştırmalarda daha ayrıntılı olarak araştırılmalıdır. Özellikle teknolojinin gelişmesine bağlı olarak, kitle iletişim araçları, sosyal medya, turlarda kullanılan dijital araç gereçler gibi birçok yeniliğe gerek turistlerin gerekse turist rehberlerinin uyum süreçleri ve mesleki yeterlilikleri kapsamında değerlendirilmesi ve incelenmesi gerek araştırmacılar gerek turist rehberleri gerekse tur düzenleyicileri mevcut durumu ortaya koymak, iyileştirmeler yapabilmek, misafirlerin/turist rehberlerinin istek ve beklentilerini tespit edebilmek açısından çeşitli şekillerde faydalanacağı öngörülmektedir. Ayrıca turist rehberlerinin meslek performansını açıklama açısından araştırmacılara daha doğru bir veri ortaya koyabilmesi ve birincil analizlerle açıklanmayan farklılıkları ortaya çıkarabilmesine yardımcı olabilir. Bu durum aynı zamanda özellikle tur programı oluşturulmasında turun özelliklerini ortaya çıkartarak bu özelliklere uygun turist rehberinin de oluşmasını ve/veya seçilmesini sağlayacaktır. Tur düzenleyiciler, tur memnuniyetini ve turist rehberi memnuniyetini artırmak için turist rehberini destekleyici faktörlere yönelik araştırma yaparak elde edeceği bulgulara göre eksik gördüğü noktalarda turist rehberlerini eğitim yoluyla geliştirebilmesine imkan sağlayabilir. Çalışmadan elde edilen bulgular, farklı araştırma tasarımları kullanılarak gelecekteki çalışmalarda değerlendirilerek, test edilerek elde edilen bulguların karşılaştırılması önerilmektedir. Gerek tur oluşturular gerek turist rehberleri gerekse turistlerden veri toplamak ve bu kaynaklardan elde edilen sonuçları

karşılaştırarak analizler yapılarak aralarındaki ilişkinin daha yakından incelenmesi gerekmektedir. Turist rehberi ile uyum, turist rehberini yeterlilikleri, turist rehberi memnuniyeti ve tur memnuniyeti üzerine yapılan ilişkilerde incelenen aracı yapıların çeşitlendirilmesi daha fazla ayrıntılı bilgi elde edilmesi açısından oldukça önemlidir. Gelecek çalışmalarda bu araştırma değişkenlerinin farklı ülkelerde, farklı destinasyonlara düzenlenen turlarda, farklı tur operatörlerinin düzenlediği turlarda farklı bulguların elde edilip edilmeyeceğini ve/veya bu çalışmadan elde edilen sonuçlarla karşılaştırılması, farklılıkların veya benzerliklerin ortaya konulması açısından yapılması önerilmektedir.



KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (1997). Ülkesel Profesyonel Turist Rehberi Gereksiniminin Tahmini İçin Bir Model Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 10-14.
- Ahipaşaoğlu, S. H. (2001). *Turizmde Rehberlik* (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ak, S., Kargiglioğlu, Ş. & Bayram, G. E. (2019). Turist Rehberliği Mesleği. (Editörler: Zengin B., Erkol-Bayram, G. & Batman, O.) İçinde: *Turist Rehberliği Mesleği Dünü Bugünü Yarını*. Ankara. Detay Yayıncılık
- Alpar, R. (2018). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik- Güvenirlik*, (5. Baskı). Ankara. Detay Yayıncılık.
- Alshatnawi, E. A. (2014). Assessing Communication Skills among Jordanian Tour Guides: German Tourists Percertions. *Journal of Management Research*, 6(1), 2.
- Ap, J. & Wong, K.K. (2001). Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems, *Tourism Management*, 22 (5): 551-563.
- Arslan, A., & Şimşek, G. (2018). Kadın Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Mesleki Sorunlar: Aydın Turist Rehberleri Örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, (13), 23-49.
- Arslan, A., & Tanrısevdi, A. (2022). Turist Rehberlerinin Mesleki Performansının Turistlerin Memnuniyetine Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 29(2), 237-257.
- Aziz, A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, (6. Baskı) Ankara. Nobel Yayınevi.
- Bai, S., & Chang, H. H. (2023). Effect of Tourist-to-Tourist Encounters: Increased Conflict or Reduced Social Distance?. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(1), 207-234.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi* (2), 117-134.
- Bayram, N., (2010). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş AMOS Uygulamaları*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Black, R., & Ham, S. (2005). Improving The Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178-195.
- 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.

- Bozkurt, M. (2018). Turist Rehberlerinin Performanslarının Turist Memnuniyeti ve Turistlerin Alışveriş Davranışı Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Brito, L. M. (2020). The Consequences of Guiding Profession Deregulation For The Status And Training of Tourist Guides: A Portuguese Overview. *International Journal of Tour Guiding Research*, 1(1), 34-44. <http://arrow.dit.ie/ijtgr/>.
- Brown, J. D. (1997). Statistics Corner: Questions and Answers About Language Testing Statistics: Reliability of Surveys. *Shiken: JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 1(2), 17-19. Retrieved December 24, 2001 from the World Wide Web: http://jalt.org/test/bro_2.htm
- Brown, J. D. (2002). The Cronbach Alpha Reliability Estimate. *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 6(1). 17-18.
- Büyükkuru, M., ve Aslan, Z. (2016). Turist Rehberlerinin İletişim Becerilerinin Turistlerin Tur Deneşimi Üzerine Etkisi: Nevşehir İlinde Bir Araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34),
- Chan, A., Hsu, C. H. C. ve 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 on Chinese Outbound Tourism*, 32(1-2), 18-33.
- 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.
- Chang, S. Y., Tsaur, S. H., Yen, C. H., & Lai, H. R. (2020). Tour Member Fit and Tour Member-Leader Fit on Group Package Tours: Influences on Tourists' Positive Emotions, Rapport, and Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 235-243.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Cohen, E. (1985). The Tourist Guide: The Origins, Structure and Dynamics of A Role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5-29.

- Çetinkaya, M. Y. & Öter, Z. (2016). Role of Tour Guides on Tourist Satisfaction Level in Guided Tours and Impact on Re-Visiting Intention: a Research in Istanbul. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7 (1), 40-54.
- Çolakoğlu, O.E., Efendi, E. & Epik, F. (2017). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği* (Güncellenmiş 4. Baskı). Ankara. Detay Yayıncılık.
- Dioko, L.A.N.; Unakul, M.H. (2005) The Need for Specialized Training in Heritage Tour Guiding at Asia's World Heritage Sites – Preliminary Findings on the Challenges and Opportunities. Regional Consultation Meeting, Macao
- Ekmekçi, G. N. (2005). Paket Turların Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- Erdoğan, Y., Bayram, S. & Deniz L., (2007). Web Tabanlı Öğretim Tutum Ölçeği: Açıklayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Çalışması, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 1-14.
- Eser, S. & Şahin, S. (2020). A Review on Current Problems in Tourist Guiding Profession, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 1344-1355
- Finsterwalder, J., & Kuppelwieser, V. G. (2011). Co-creation By Engaging Beyond Oneself: The Influence of Task Contribution on Perceived Customer-to-Customer Social Interaction During A Group Service Encounter. *Journal of Strategic Marketing*, 19(7), 607-618.
- George, B. (2011). Communication Skills For Success: Tourism Industry Specific Guidelines. *The Magazine of Global English Speaking Higher Education*, 3(1), 13-14.
- George, D. & Mallery, P.(2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference 11.0 Update*. Pearson Education, Inc, United States of America
- Gremler, D. D. & K. P. Gwinner. (2000). C-E Rapport in Service Relationships. *Journal of Service Research* 3 (1): 82–104.
- Guzman-Parra, V. F., Vila-Oblitas, J. R., & Maqueda-Lafuente, F. J. (2016). Exploring The Effects of Cognitive Destination Image Attributes on Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: A Case Study of Málaga, Spain. *Tourism & Management Studies*, 12(1).

- Güneş, N., & Şengül, N.Ç. (2017). Antik Dönemden Günümüze Turist Rehberliği. (Ed: Ö. Güzel Altıntaş, V. & Şahin. İ.). İçinde: *Turist Rehberliği Araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güzel, F. Ö. & Köroğlu, Ö. (2015). Turist Rehberlerinin Mesleklerine Yönelik Pozitif ve Negatif Yönlü Algılarının İçerik Analizi Yöntemi İle Belirlenmesi. *Ç.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(1), 155-174.
- Güzel, Ö. (2007). Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü: Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition Prentice Hall.
- Holloway, J.C. (1981). The Guided Tour: A Sociological Approach. *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, pp. 377-402.
- Howard, J., Smith, B., & Thwaites, R. (2001). Investigating the Role of The Indigenous Tour Guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32-39.
- Hu, W. (2007). Tour Guides and Sustainable Development: The Case of Hainan. Unpublished Doctorate Thesis, China University of Waterloo, Canada.
- 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 and Tourism Research*, 34 (1): 3-33.
- Huang, S., Weiler, B., & Assaker, G. (2015). Effects of Interpretive Guiding Outcomes on Tourist Satisfaction and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*, 54(3), 344-358.
- Hwang, J. & Lee, J. (2019). Relationships Among Senior Tourists' Perceptions of Tour Guides' Professional Competencies, Rapport, Satisfaction With The Guide Service, Tour Satisfaction, and Word of Mouth. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1331-1346.
- Hwang, J. & Lee, J. J. (2019). Understanding Customer-Customer Rapport in A Senior Group Package Context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 2187-2204.

- Hwang, J., Kim, S.S. & Hyun, S.S. (2013). The Role of Server– Patron Mutual Disclosure in the Formation of Rapport with and Revisit Intentions of Patrons at Full-Service Restaurants: The Moderating Roles of Marital Status and Educational Level. *International Journal of Hospitality Management* 33:64–75.
- Hyun, S. S., & Kim, I. (2014). Identifying Optimal Rapport-Building Behaviors in Inducing Patrons’ Emotional Attachment in Luxury Restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(2), 162-198.
- İlhan, Y. & Soybalı, H.H .(2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma, *Turist Rehberliği Dergisi*, 1(1), 13-23.
- İnan, H. F., Kurt, Z. & Kubilay, İ. (2011). Temel İlk Yardım Uygulamaları Eğitim Kitabı, T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü İlk Yardım ve Acil Sağlık Hizmetleri Daire Başkanlığı, Ankara. <https://www.ilkyardim.org.tr/dokumanlar/Saglik-Bakanligi-Ilk-Yardim.pdf>
- İrigüler, F. & Güler, M.E. (2016). Tourist Guiding: “Cinderella” of the Tourism, İçinde: *Global Issues and Trends in Tourism* (Editörler: Avcıkurt, C., Dinu, M.S., Hacıoğlu, N., Efe, R., Soykan, A., Tetik, N.). St. Kliment Ohridski University Press Sofia. ss. 203-216.
- İşler D. B. & Güzel F.Ö. (2014). Tur Yönetiminde Profesyonel Turist Rehberlerinin Deneyimsel Rolü: Alman Turistlerin Kültür Turu Satın Alma Davranışına Yönelik Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (1): 125-138.
- Kalaycı, Ş. (2010). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım A.Ş.
- Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019). Hospitality Service Scape Effects on Customer-Employee Interactions: A Multilevel Study. *Tourism Management*, 72, 130-144.
- Karagöz, Y., (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kemboi, T. H., & Jairus, K. N. (2018). Tour Guiding Performance Attributes and Tourist Satisfaction: Evidence from North Rift Tourist Region, Kenya. *Journal of Hotel Management and Tourism Research*, 3(1), 8-23.

- Keser, A., Öngen Bilir, B. & Aytaç, S. (2017). Niceliksel İş Yükü Envanterinin Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *İş-Güç Endüstri İlişkileri Dergisi*, 19(2): 55-78.
- Kılıçlar, A., & Çevrimkaya, M. (2019). Turist Rehberlerinin Performanslarının Turist Memnuniyetine Etkileri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 136-145.
- Koçoğlu, C. M., & Yıldırım Kalem, M. (2023). Turist Rehberi Performansının Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati Üzerine Etkisi: Uzak Doğulu Turistler Üzerinde Bir Uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 858-881.
- Korkmaz, H., Gökdemir, S., Göç, A. C. & Demir, B. (2021). Turizm Paydaşları Gözünden Turist Rehberi Meslek İmajı: Çanakkale İli Örneği, *Turist Rehberliği Dergisi*, 4(1), 33-47.
- 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.
- Lee, L. W., Boon, E., & McCarthy, I. P. (2021). Does Getting Along Matter? Tourist-Tourist Rapport in Guided Group Activities. *Tourism Management*, 87, 104381.
- Levy, S. E., Getz, D., & Hudson, S. (2011). A Field Experimental Investigation of Managerially Facilitated Consumer-to-Consumer Interaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(6), 656-674.
- Lin, Y. C., Lin, M. L., & Chen, Y. C. (2017). How Tour Guides' Professional Competencies Influence on Service Quality of Tour Guiding And Tourist Satisfaction: An Exploratory Research. *International Journal of Human Resource Studies*, 7(1), 1-19.
- Mak, A. H., Wong, K. K., & Chang, R. C. (2011). Critical Issues Affecting The Service Quality and Professionalism of The Tour Guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32(6), 1442- 1452
- Meydan, Cem H. & Şeşen, H., (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Neuman, W.L. (2010). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (Cilt 1-2), Çev. Özge, S., İstanbul: Yayınodası Yayınları.

- Ninpradith, N., Viriyasuebphong, P., & Voraseyanont, P. (2019). A Study of Tour Guide Competency, Service Quality, and Tourist Satisfaction of Chinese Tourist. *วารสาร การจัดการ ธุรกิจ มหาวิทยาลัย บูรพา*, 7(2), 106-121.
- Özasma, H. İ. (2020). *Cin Algısı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*. Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7(1), 627-644.
- Özbek, Ö., & İskender, A. (2021). Turist Rehberlerinin Anlatım Performanslarının Tur Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Kapadokya Üzerinde Bir Uygulama. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(2), 159-168.
- Özdamar K. (2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. 2. Baskı. Kaan Kitabevi, 450-5. Eskişehir.
- Özkan, B. İ. (2022). Van İlinde Yaşayan Profesyonel Turist Rehberlerinin Meslek Sorunları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 57, 1- 18.
- Rabotić, B. (2009). The Creative Role of Tourist Guiding. In Proceedings of the International Tourism Conference, Cities as Creative Spaces for Cultural Tourism.
- Randall, C., & Rollins, R. B. (2009). Visitor Perceptions of The Role of Tour Guides in Natural Areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 357-374.
- Schermelleh Engel K, Moosbrugger H. & Müller H., (2003). Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-fit Measures, *Methods of Psychological Research*, 8 (2), 23-74.
- Sümer, N., (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları Dergisi*, 3 (6): 49-74.
- Syakier, W. A., & Hanafiah, M. H. (2022). Tour Guide Performances, Tourist Satisfaction and Behavioural Intentions: A Study on Tours in Kuala Lumpur City Centre. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(3), 597-614.
- Şahin, S., & Acun, A. (2016). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Mesleğe Yönelik Tutumları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2):563-580
- Tangüler, A. (2002). Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehberlerinin Seyahat Acentesi ve Müşteri İlişkileri: Kapadokya Örneği. Yüksek lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Taşkın, G.A. (2021). Toplumun Turist Rehberliği Algısı: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 48-60.
- Tetik, N. (2006). Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir
- Tickle-Degnen, L., & Rosenthal, R. (1990). The Nature of Rapport and Its Nonverbal Correlates. *Psychological Inquiry*, 1(4), 285-293.
- Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği (2014). 26.12.2014 Tarihli 29217 Sayılı Resmi Gazete. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=20339&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>, Erişim Tarihi: 10.10.2023.
- Ünal, C., & Caber, M. (2019). Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Destinasyon İmajına ve Memnuniyetine Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 82-92.
- Veasna, S., Wu, W.Y. & Huang, C.H. (2013). The Impact of Destination Source Credibility on Destination Satisfaction: The Mediating Effects of Destination Attachment and Destination Image, *Tourism Management*, 36: 511- 526.
- Wu, C. H. J. (2007). The impact of Customer-to-Customer Interaction and Customer Homogeneity on Customer Satisfaction in Tourism Service-The Service Encounter Prospective. *Tourism Management*, 28(6), 1518-1528.
- Yarcan, Ş. (2007) Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 33-44.
- Yenipınar, U. (2019). Turist Rehberliği Mesleği. (Editörler: Köroğlu Ö., Güzel Ö.), İçinde: *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği* (s. 1-18). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yenipınar, U., & Kardaş, K. (2019). Turizm Rehberliği Bölümleri Müfredat Geliştirme Önerisi. *Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 1-26.
- Yenipınar, U., & Zorkirişçi, A. (2013). Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Turist Rehberliği Eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 111-136.
- Yeşilyurt, Ö. (2018). Sağlık İşletmesinde Algılanan Hizmet Kalitesi, Algılanan Risk ve Algılanan Değer Boyutlarının Hasta Memnuniyeti ve Davranışsal Niyeti Üzerine

Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile Değerlendirilmesi, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Yıldırım K. M., (2021). Turist Rehberi Performansının Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati Üzerindeki Etkisi: Uzak Doğulu Turistler Üzerine Bir Uygulama (Doktora Tezi). Karabük Üniversitesi.

Zhang, H., & Chow, Q. I. (2004). Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence from Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81-91.



EK 1.

Anket Formu

Bu anketin amacı yüksek lisans tez çalışması için veri toplamaktır. Çalışmada vermiş olduğunuz yanıtlar, bilimsel etik kuralları ve 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu çerçevesinde saklı tutulacaktır. Elde edilecek bilgiler sadece bilimsel amaçlı kullanılacak olup başka hiçbir kurumla paylaşılmayacaktır. Anket formunun cevaplanması yaklaşık olarak 5 dakika sürmektedir. Ankete isminizi yazmanız gerekmemektedir. Araştırma sonuçlarının güvenilirliği ve doğruluğu, objektif ve tarafsız cevaplarınıza bağlıdır. Katılımınız, sabrınız ve samimi olarak vereceğiniz cevaplarınız için teşekkür ederiz.

.....

I.BÖLÜM: KİŞİSEL BİLGİLER

Açıklama: Aşağıda kişisel bilgilere yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen size uygun olan maddelerin yanındaki parantezlerin içine (X) işareti koyarak doldurunuz.

1.Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()

2.Yaşınız:

3.Medeni Durumunuz: Evli () Bekâr ()

4.Aylık Geliriniz: 8 506 TL ve altı () 8 507-12 000 TL () 12 001-16 000 TL () 16 001-20 000 TL () 20 001 TL ve Üzeri ()

5.Eğitim Durumunuz: İlköğretim () Lise () Ön Lisans/Lisans () Lisansüstü ()

6. Daha önce herhangi bir tura katıldınız mı? Evet/Katıldım () Hayır/ İlk defa katılıyorum ()

7. Tura katılma durumunuz Tek Başıma/ Yalnız () Arkadaşım/Arkadaşlarımla () Aile/Akraba ()

II. BÖLÜM

Bu bölümde ifadeleri 1'den 5'e kadar "1 Kesinlikle Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum, 4 Katılıyorum, 5 Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde derecelendiriniz.

Tur rehberlerinin mesleki yeterlilikleri

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum

	Profesyonel Bilgi					
1	Turist rehberi turistik yerler hakkında yeterli bilgiye sahipti.	1	2	3	4	5
2	Turist rehberi gittiğimiz yerlerle ilgili anlatımları ve açıklamaları yeterliydi.	1	2	3	4	5
3	Turist rehberi yeterli düzeyde turizm bilgisine sahipti.	1	2	3	4	5
4	Turist rehberi yerel kültür hakkında yeterli bilgiye sahipti.	1	2	3	4	5
	Profesyonel yetenekler					
5	Turist rehberinin iletişim becerileri yeterli düzeydedir.	1	2	3	4	5
6	Turist rehberi, turistlerin gerçek düşüncelerini anlamaya çalıştı.	1	2	3	4	5
7	Turist rehberi, farklı özelliklere sahip olan turistlerin ihtiyaçlarını karşıladı.	1	2	3	4	5
8	Turist rehberi iyi ve akıcı bir dile sahipti.	1	2	3	4	5
	Profesyonel davranış					
9	Turist rehberi oldukça dürüst bir tavırdı.	1	2	3	4	5
10	Turist rehberi duygularına oldukça hakimdi.	1	2	3	4	5
11	Turist rehberi oldukça iyimserdi.	1	2	3	4	5
12	Turist rehberi oldukça esprili ve güler yüzlüydü.	1	2	3	4	5
	Turist rehberi ile uyum					
	Kişisel bağlantı					
13	Turist rehberiyle yakınlık kurmak istedim.	1	2	3	4	5
14	Turist rehberi ile samimi bir iletişimim vardı.					
15	Turist rehberine kişisel bir ilgi duydum.	1	2	3	4	5
	Keyifli etkileşim	1	2	3	4	5
16	Turist rehberine karşı yakınlık/sıcak/samimi bir his vardı.	1	2	3	4	5
17	Turist rehberi ile uyumlu bir iletişimim vardı.	1	2	3	4	5
18	Turist rehberi ile etkileşim kurmakta oldukça rahattım.	1	2	3	4	5
	Rehberlik hizmetinden memnuniyet					
19	Turist rehberinin hizmetlerinden memnun kaldım.	1	2	3	4	5
20	Turist rehberinin hizmetlerinden keyif aldım.	1	2	3	4	5
21	Turist rehberinin hizmetleri beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.	1	2	3	4	5

	Tur memnuniyeti					
22	Turdan memnun kaldım.	1	2	3	4	5
23	Turun içeriği ve sunulan hizmetlerden oldukça keyif aldım.					
24	Turun içeriği ve sunulan hizmetler beklentilerimi fazlasıyla karşıladı.	1	2	3	4	5

