

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI

TURİST REHBERLERİNİN KARIYER PLANLAMALARINDA
UZMANLAŞMA EĞİLİMLERİNİN, UZMANLIK ALAN
SEÇİMLERİNİN VE ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MEHTAP BALCI

BALIKESİR, 2023

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİST REHBERLERİNİN KARIYER PLANLAMALARINDA
UZMANLAŞMA EĞİLİMLERİNİN, UZMANLIK ALAN
SEÇİMLERİNİN VE ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
BELİRLENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MEHTAP BALCI

TEZ DANIŞMANI

PROF.DR. ÖZLEM KÖROĞLU

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda 202012559004 numaralı Mehtap BALCI'nın hazırladığı Turist Rehberlerinin Kariyer Planlamalarında "Uzmanlaşma Eğilimlerinin Uzmanlık Alan Seçimlerinin ve Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi" konulu YÜKSEKLİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan-Danışman) Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU

İmza

Üye Doç. Dr. Uğur CEYLAN

İmza

Üye Doç. Dr. Özge GÜDÜ DEMİRBULAT

İmza

.../.../...

Enstitü Onayı

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.../.../20...

İmza

Mehtap BALCI

ÖNSÖZ

Turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimleri ve uzmanlık alan seçimlerini etkileyen faktörler, turizm sektörünün ve turistlerin beklentilerini karşılama açısından her geçen gün gelişme ve değişim göstermektedir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri kariyer planlamalarına yönelik birçok fırsatı beraberinde getirmektedir. Buna yönelik rehberler, uzmanlık alanlarını belirlemektedir. Turist rehberlerinin herhangi bir alan, konu, destinasyon veya bölgede uzmanlaşması, hem turizm sektörüne hem de rehberlerin kariyerlerine olumlu katkılar sağlamaktadır. Uzman rehberler, marka rehber haline gelmekte ve kaliteli tur programları gerçekleştirebilmektedir. Turistlere güvenilir, detaylı ve başarılı tur imkanı sağlamak uzman rehberlerin kendilerini kanıtlamaları neticesinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri ve uzmanlık alan seçimlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesi ve belirlenmesi önem taşımaktadır.

Yüksek lisans eğitimim boyunca sabrını, desteğini esirgemeyen ve deneyimini benimle paylaşan ve ayrıca öğrencisi olmaktan onur duyduğum değerli hocam Sayın Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU'na teşekkürlerimi borç bilirim. Bu süre zarfında kendimi bir parçası olarak hissettiğim Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi (BTİÖYO) ailesinin mensubu tüm hocalarıma destekleri ve bana katkılarından dolayı minnetlerimi sunarım.

Hayatımdaki en değerli varlığım annem, Gülten BALCI ve her daim yanımda olan canım nişanlım Sergen ARSLAN'a desteklerinden dolayı sevgimi ve şükranlarımı sunarım.

BALIKESİR, 2023

MEHTAP BALCI

ÖZET

TURİST REHBERLERİNİN KARIYER PLANLAMALARINDA UZMANLAŞMA EĞİLİMLERİNİN, UZMANLIK ALAN SEÇİMLERİNİN VE ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

BALCI, Mehtap

Yüksek Lisans, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Özlem Köroğlu

2023, 124 sayfa

Turist rehberleri, planlanan tur organizasyonlarını gerçekleştiren, ülkeyi ziyarete gelenlere yol gösteren, ülkenin imajının gelişmesine katkıda bulunan ve seyahatçilere bir sonraki turu planlamaları için onları teşvik eden kişilerdir. Turist rehberlerinin mesleklerini icra etmeleri için bu rollerini yerine getirebilmeleri çok önemlidir. Turist rehberliği mesleği, pek çok bilgiyi barındıran emeğin ve becerinin en üst düzeyde gerçekleştirilmesi beklenen mesleklerden biridir. Turist rehberleri, yüksek standartlarda gerçekleştirilmesi gerekli sektörel beklentileri karşılamak ve mesleki açıdan bu donanımlara erişebilmek için kariyerlerinde çeşitli uzmanlık alanlarına yönelmekte ve uzmanlaşma eğilimleri göstermektedir. Bu doğrultuda turist rehberlerinin kariyer planlamaları, uzmanlık alan seçimleri ve uzmanlaşma eğilimleri önemli bir konu haline gelmiştir. Araştırmanın amacı, turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin ve etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu amaçla, turist rehberleri araştırmanın evreni olarak belirlenmiş, araştırmanın çalışma grubunu oluşturan 39 turist rehberi ile yarı yapılandırılmış anket formu aracılığı ile veriler toplanmıştır.

Araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıkları açıklanmıştır. İkinci bölümde alanyazın taraması yapılarak araştırmanın kavramsal çerçevesi yazılmıştır. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi açıklanmış, dördüncü bölümde çalışmanın bulgularına ve yorumlarına yer verilmiştir. Beşinci bölümde ise araştırmanın sonuçları incelenmiş ve araştırmada tespit edilen problemlere ilişkin öneriler sunulmuştur.

Araştırmanın sonucunda, turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin ve uzmanlık alan seçimlerini etkileyen faktörlerin, iş alanında tercih sebebini oluşturması, diğer turizm paydaşlarıyla ortak ve başarılı hizmet yürütülmesi, ziyaretçilerden alınan geri dönüşler sayesinde tanınan ve marka rehber haline gelmesi, mesleki tecrübeye yönelik alınan eğitimler ile olumlu katkılar sağlanması olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca, uzmanlaşmada rehberlerin öncelikle çevresine, ilgi alanlarına ve ihtiyaç duyulan alanlara yönelik durum değerlendirmesi yaparak bu alanlara yönelmeleri gerektiğinin önemli olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberi, Turist rehberliği, Kariyer planlaması, Uzmanlaşma, Uzmanlık alan seçimi

ABSTRACT

DETERMINING THE TENDENCY ON SPECIALIZE, THE CHOICE OF SPECIALITY AREAS AND EFFECTING FACTORS IN CAREER PLANNING OF TOURIST GUIDES

BALCI, Mehtap

Master Thesis, Department of Tourism Guiding

Advisor: Prof. Dr. Özlem Koroğlu

2023, 124 pages

Tourist guides, who carry out the planned tour organizations, guide those who come to visit the country, contribute to the development of the country's image and encourage travelers to plan the next tour. It is very important for tourist guides to be able to come over this role in order to practice their profession. The profession of tourist guide is one of the professions that is expected to be performed at the highest level of labor and skill that contains a lot of information. Tourist guides tend to various areas of specialize in their careers to provide the service that is expected to be performed to high standart.

In this direction, the career planning, choice of speciality areas and tendency on specialize of tourist guides have become an important issue. The aim of study is to determine tendency on specialize, the choice of speciality areas and effecting factors in career planning of tourist guides. For this purpose, tourist guides were determined as the universe of the research, and data were collected through a semi-structured questionnaire form with 39 tourist guides who constitute the study group of the research.

The research consist of five parts. In the first part, the problem, purpose, importance, assumptions and limitations of research are explained. In the second part, the conceptual framework of research was written by conducting a literature review. In the third part, the method of the research is explained and in the fourth part findings and comments of study are written. In the fifth part the results of the research are examined and suggestions for the problems identified in the research are included.

As a result of the research, determining tendency on specialize, the choice of speciality areas and effecting factors in career planning of tourist guides was found that positive contributions appear as presentations the trainings received for the spent experience, becoming the preference situation in the business field, the other effects of joint and successful service coverage with tourism, becoming a brand guide thanks to the feedback received from the obtained. In addition, it has been determined that it is important that they should focus on areas that should first evaluate their surroundings, areas of interest and need to focus on these areas.

Keywords: Tourist guide, Tourist Guide Profession, Career Planning, Specialization, Choice of Speciality Areas.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
ÇİZELGELER LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	3
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	3
1.6. Tanımlar.....	4
2. İLGİLİ ALANYAZIN.....	5
2.1. Kuramsal Çerçeve	5
2.1.1. Turist Rehberliği	5
2.1.1.1. Turist Rehberi Kavramı.....	6
2.1.1.2. Turist Rehberliği Mevzuatının Gelişimi.....	7
2.1.1.3. Turist Rehberliği Mesleğinin Özellikleri.....	12
2.1.1.3.1. Turist Rehberliği Mesleğinin Olumsuz Özellikleri.....	12
2.1.1.3.2. Turist Rehberliği Mesleğinin Olumlu Özellikleri.....	15
2.1.1.4. Turist Rehberlerinin Genel Özellikleri.....	17
2.1.1.4.1. Turist Rehberlerinin Kişisel Özellikleri.....	18
2.1.1.4.2. Turist Rehberlerinin Görevleri.....	19
2.1.1.4.3. Turist Rehberlerinin Sorumlulukları.....	20
2.1.1.4.4. Turist Rehberlerinin Rollerini.....	21
2.1.1.5. Turist Rehberliği Eğitimi.....	22
2.1.1.5.1. Örgün Turist Rehberliği Eğitimi.....	24
2.1.1.5.2. Ön Lisans Eğitimi.....	24
2.1.1.5.3. Lisans Eğitimi.....	25
2.1.1.5.4. Lisansüstü Eğitim.....	25

2.1.1.5.4.1. Yüksek Lisans Eğitimi.....	25
2.1.1.5.4.2. Doktora Programı.....	26
2.1.1.5.5. Yaygın Turist Rehberliği Eğitimi.....	26
2.1.1.5.5.1. Sertifika Programları.....	26
2.1.1.5.5.2. Uzmanlaşma Eğitim Programları.....	27
2.1.2. Turist Rehberliğinde Kariyer.....	28
2.1.2.1. Kariyer Kavramının Tanımı.....	29
2.1.2.2. Turist Rehberlerinin Kariyer Planlamaları.....	29
2.1.2.2.1. Turist Rehberlerinin Kariyer Planlama Aşamaları.....	30
2.1.2.3. Turist Rehberlerinin Kariyer Yönelimleri.....	31
2.1.2.4. Turist Rehberlerinin Kariyer Seçimlerini Etkileyen Faktörler.....	34
2.1.2.5. Turist Rehberlerinin Kariyer Yönetimi.....	35
2.1.2.6. Turist Rehberlerinin Kariyer Engelleri.....	37
2.1.2.7. Turist Rehberlerinin Kariyer Planlamalarında Yeni Yaklaşımlar.....	38
2.1.3. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma ve Uzman Rehber Kavramı.....	39
2.1.3.1. Uzmanlaşmanın Tanımı.....	40
2.1.3.2. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimleri.....	41
2.1.3.3. Turist Rehberlerinin Uzmanlık Alanları.....	42
2.1.3.3.1. Kültür ve Sanat Rehberliği Alanında Uzmanlaşma.....	43
2.1.3.3.2. İnanç Turizmi Rehberliği Alanında Uzmanlaşma.....	44
2.1.3.3.3. Gastronomi Rehberliğinde Uzmanlaşma.....	44
2.1.3.3.4. Sağlık Turizmi Alanında Uzmanlaşma.....	45
2.1.3.3.5. Doğa Turizmi Alanında Uzmanlaşma.....	46
2.1.3.3.6. Kültür Rotası Alanında Uzmanlaşma.....	46
2.1.3.3.7. Müze Rehberliği Alanında Uzmanlaşma.....	47
2.1.3.3.8. Şehir Turizmi Alanında Uzmanlaşma.....	48
2.1.3.3.9. Yurt Dışı Rehberliğinde Uzmanlaşma.....	48
2.1.3.3.10. Öğrenci Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma.....	49
2.2. İlgili Araştırmalar.....	50
3. YÖNTEM.....	52
3.1. Araştırmanın Modeli.....	52
3.2. Evren ve Örneklem.....	53
3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri.....	54
3.4. Veri Toplama Süreci.....	56
3.5. Verilerin Analizi.....	57
4. BULGULAR VE YORUMLAR.....	58
4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular.....	58

4.2. Katılımcıların Uzman Rehber Kavramına İlişkin Tanımlarına Yönelik Bulgular	60
4.3. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına Yönelik Bulgular.....	62
4.4. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerine Yönelik Bulgular	65
4.5. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yeterliliğine İlişkin Algularına Yönelik Bulgular.....	65
4.6. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimleri ve Nedenlerine Yönelik Bulgular	69
4.7. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimi Gösterdikleri Alanlara İlişkin Bulgular	71
4.8. Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumlu Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular	73
4.9. Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular	76
4.10. Uzmanlık Alanının Seçilmesinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bulgular.....	78
4.11. Uzmanlaşmanın Kariyer Gelişimine Etkisine Yönelik Bulgular	81
4.12. Uzman Bir Rehberin Sahip Olması Gereken Niteliklerine Yönelik Bulgular	83
4.13. Uzman Bir Rehberin Sahip Olması Gereken Niteliklerinin Uzmanlık Alanlarına Yönelik Farklılık Göstermesine İlişkin Bulgular.....	86
4.14. Uzmanlaşmanın Turist Rehberine, Sektöre, Turistlere ve Diğer Paydaşlara Etkilerine Yönelik Bulgular	88
4.15. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına İlişkin Önerilerine Yönelik Bulgular	91
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	95
5.1. Sonuçlar	95
5.2. Öneriler	102
KAYNAKÇA.....	105

ÇİZELGELER LİSTESİ

<u>Cizelge 1.</u> Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri.....	59
<u>Cizelge 2.</u> Turist Rehberlerinin “Uzman Rehber” Kavramına İlişkin Tanımlarına Yönelik Bulgular.....	61
<u>Cizelge 3.</u> Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına Yönelik Bulgular.....	64
<u>Cizelge 4.</u> Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerine Yönelik Bulgular.....	65
<u>Cizelge 5.</u> Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yeterliliğine İlişkin Algılarına Yönelik Bulgular.....	67
<u>Cizelge 6.</u> Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimleri ve Nedenlerine Yönelik Bulgular.....	70
<u>Cizelge 7.</u> Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimi Gösterdikleri Alanlara İlişkin Bulgular.....	73
<u>Cizelge 8.</u> Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumlu Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular.....	75
<u>Cizelge 9.</u> Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Etkileyen Olumsuz Faktörlere Yönelik Bulgular.....	77
<u>Cizelge 10.</u> Uzmanlık Alanının Seçilmesinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bulgular.....	80
<u>Cizelge 11.</u> Uzmanlaşmanın Kariyer Gelişimine Etkisine Yönelik Bulgular.....	82
<u>Cizelge 12.</u> Uzman Bir Rehberin Sahip Olması Gereken Niteliklere Yönelik Bulgular.....	85
<u>Cizelge 13.</u> Uzman Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Niteliklerinin Uzmanlık Alanlarına Göre Farklılıklarına İlişkin Bulgular.....	87
<u>Cizelge 14.</u> Uzmanlaşmanın Etkilerine Yönelik Bulgular.....	90
<u>Cizelge 15.</u> Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına İlişkin Önerilerine Yönelik Bulgular.....	93

ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Sekil 1.</u> Turist Rehberlerinin Fonksiyonel Özellikleri	18
<u>Sekil 2.</u> Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi.....	23

KISALTMALAR LİSTESİ

Bağ-Kur: Esnaf ve Sanatkarlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigorta Kurumu

FEG: Avrupa Turist Rehberliği Birlikleri Federasyonu

SSK: Sosyal Sigortalar Kurumu

TUREB: Turist Rehberleri Odaları Birliği

WFTGA: Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu

1. GİRİŞ

Turist rehberleri, gerçekleştirilmesi beklenen tur organizasyonlarının başlangıç güzergahından bitişine kadar ziyaretçilere eşlik eden ve yol gösteren, ülkenin veya bölgenin temsilcisi olma görevini üstlenen, ziyaretçilere tarihi, kültürel ve doğal mirası tanıtan, aktaran ve benzersiz seyahat anıları yaşatan kişilerdir (Zengin vd, 2017, s. 23). Aynı zamanda turist rehberleri, ziyaretçilerle uzun saatler boyunca ve yoğun bir biçimde etkileşim içerisinde olan kişiler olarak sektördeki diğer paydaşlara fayda sağlayan, ziyaretçileri memnun etmeyi hedefleyen ve ülkenin imajına olumlu katkılarda bulunan kültür elçileridir (Wong ve Wang, 2009, s. 250).

Turist rehberi günümüzde turizm sektörünün vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Bunun nedeni, kitleler halinde gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinde meydana gelen artış ve son yıllarda harcanan çaba ve maliyetler ile kazanılan turistlerin sürekli müşteri haline gelebilmesinde turist rehberlerinin rolünün daha da önemli bir hale gelmesidir (Batman, 2003, s. 118).

Turizm dalında değerler zincirindeki temel aktivitelerden biri olan rehberlik mesleği (Prakash ve Chowdhary, 2010: 54), gereklilikleri açısından oldukça geniş bir alan yelpazesine sahiptir. Aynı zamanda turist rehberleri, çalıştıkları grupların özelliklerine göre gerektirdiği bir takım nitelikleri ön plana çıkarmak durumundadır (Pelit ve Katırcıoğlu, 2018, s. 82). Bu özellikler turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma kavramı açısından değişen mesleki pratikler içerisinde değerlendirilmektedir. Turizmde gelişen yeni eğilimler ile birlikte gerçekleştirilen uzmanlık alanları, turizm türleri veya alternatif tur kategorileri çerçevesinde gerçekleştirilmektedir (Arslan, 2021, s.118). Turist rehberleri, bilgilerini hem genel düzeyde uzmanlaşma üzerine hem de değişen tüketici taleplerine yönelik çeşitli uzmanlık alanları üzerine aktarmada kullanabilmektedir. Bu doğrultuda, sektörde bulunacak olan ve uzmanlaşmayı hedefleyen turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi rehberlerin kariyer yolu tercihlerinde uzmanlaşma üzerinde alacakları kararları ve çalışmanın onlara katkı sağlaması için önem arz etmektedir.

1.1. Araştırmanın Problemi

Kariyer yönelimleri bireylerin hayatında önemli rol oynamaktadır. Turist rehberlerinin de kariyerleri süreçlerinde deneyimlerine bağlı olarak değişen bir takım seçimleri bulunmaktadır. Bu seçimler; rehberlerin değerlerini, tercihlerini ve uzmanlık alanlarını etkilemektedir. Rehberlerin uzmanlaşma eğilimleri, uzmanlık alan seçimleri ve bu süreçleri boyunca seçimlerini etkileyen faktörler kariyer yönelimlerini ortaya çıkarmaktadır. Uzmanlaşmaya yönelik yeni kavramların ve özel ilgi turizmi çeşitlerinin ortaya çıkması, uzmanlaşma alanlarında çalışma yapılmasını gerekli kılmıştır. Buna bağlı olarak rehberlerin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin tespit edilmesiyle ve ilişkisinde etkileyen faktörlerin neler olduğunun çalışmaya dahil edilmesi araştırmanın probleminin belirlenmesi açısından önem kazanmaktadır. Araştırmanın problemini turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin ve uzmanlaşmayı etkileyen faktörlerin belirlenmesi oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın ana amacı; turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin ve uzmanlaşmayı etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu çerçevede;

- Araştırmada rehberlerin uzman rehberi nasıl tanımladıklarının belirlenmesi,
- Uzmanlaşma eğitimlerinin yeterli olup olmadığının ortaya çıkarılması,
- Turist rehberlerinin kariyer planlamalarında herhangi bir alanda uzmanlaşmaya yönelik eğilimlerinin belirlenmesi,
- Turist rehberlerinin uzmanlık alanlarını seçmede hangi faktörlerin etkili olduğunun belirlenmesi,
- Turist rehberi adaylarına hangi uzmanlaşma alanlarına yönelmeleri gerektiği konusunda önerilerin sunulması ve değerlendirilmesi

Çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, araştırmada bu amaçlar doğrultusunda tespit edilmesi beklenen sorulara yanıt bulunmaya çalışılmıştır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Turizm rehberliği alanyazın araştırmalarında, turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimleri, uzmanlık alan seçimleri ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine herhangi bir akademik çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bakımdan araştırma, turist rehberlerinin uzman rehber kavramlarına yönelik yaklaşımları, uzmanlaşma eğilimleri, uzmanlık alan seçimleri, uzmanlaşmanın kariyer planlamalarına yönelik olumlu ve olumsuz etkileri, uzmanlık alanları üzerine bakış açıları ve turist rehberlerinin uzmanlaşmalarını etkileyen önemli faktörlerin neler olabileceğinin ortaya çıkarılması açısından önem taşımaktadır. Bununla birlikte çalışmanın konusu ile ilgili gerçekleştirilecek olan bir sonraki araştırmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, araştırmanın çalışma grubunu oluşturan ve anket sorularını yanıtlayan turist rehberlerin cevapları doğrultusunda, uzmanlaşmanın turist rehberlerinin kariyerlerine önemli katkılar sağladığı, uzmanlaşma eğilimlerinde, uzmanlaşma eğitim programlarına teşvik edilmesinin önemli olduğu, uzmanlık alan seçimlerinde rehberleri etkileyen faktörler arasında eğitim, talep ve deneyimlerin etkili olduğu varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Araştırma; verilerin tekrar etmesinden kaynaklanan yanıtlardan dolayı belirli sayıda ulaşılabilen turist rehberleri ile sınırlandırılmıştır. Bir diğer sınırlılık ise turist rehberlerine ulaşma konusunda yaşanan maddi olanak yetersizliği ve zaman uyumunun olmamasıdır. Bununla birlikte araştırma ulaşılabilen alanyazın ile sınırlandırılmıştır.

1.6. Tanımlar

Turist rehberi: kanun ve bu yönetmelik hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişiyi ifade etmektedir (http-1).

Turist rehberliği hizmeti: seyahat acentacılığı 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 tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesini, ifade eder” şeklinde açıklanmıştır (http-2).

Kariyer: Bireysel ve örgütsel hedeflerle doğrudan bağlantılı olarak kişilerin hayatı boyunca iş yaşamları esnasında gelişme ve ilerlemelerinin iş tecrübeleri ile yönetebileceği süreçtir (Tüz, 2003, s. 140).

Uzmanlaşma: Bireylerin belirli alanda ve görevlerde toplum tarafından onaylanmış bir iş bölümü dahilinde toplumun belli kesimlerinde düzenli olarak bazı ürünlerin veya hizmetlerin gerçekleştirildiği iş bölümü olarak tanımlanabilmektedir (Hacar, 2020, s. 463).

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Kuramsal Çerçeve

Bu bölümde turist rehberliği mesleği ile turist rehberi kavramları açıklanarak mesleki mevzuatın yasal süreçleri, turist rehberliği mesleğinin özellikleri, turist rehberlerinin genel özellikleri ve turist rehberliği eğitimi incelenmiştir. Daha sonra turist rehberliğinde kariyer, kariyer kavramı, turist rehberlerinin kariyer planlamaları, kariyer yönelimleri, kariyer seçimlerini etkileyen faktörler, kariyer yönetimi, kariyer engelleri ve kariyer planlamalarında yeni yaklaşımların öneminden bahsedilmiştir. Son olarak turist rehberliğinde uzmanlaşma ve uzman rehber kavramı, uzmanlaşmanın tanımı, turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri ve turist rehberliğinde uzmanlık alanları açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1.1. Turist Rehberliği

Meslek, toplumda belirli eğitim ve etkinliklere dayalı süreçlerden geçerek hayatı kazanmak isteyen bireylerin bilgi, beceri ve katkılarıyla gerçekleştirdikleri alandır (Yılmaz, 2011, s. 282). Bireyler, bu aşamalardan geçerken bedensel, zihinsel ve ruhsal açıdan oldukça çaba sarfetmektedirler. Birçok etkinin ve etkileşimin olduğu meslek değerlerinde sürekli, serbest ya da kendisi için değer taşıyan hizmetler üretilmektedir (Özdevecioğlu ve Çakmak Doruk, 2015, s. 76). Bu faaliyetlerde hem ülke yararına hem de toplum yaşantısına yön veren turist rehberliği mesleği ön plana çıkan mesleklerden biridir. Turist rehberliği, temeli insan ilişkilerine dayanan, profesyonel hizmet gerektiren turizm sektörünün önemli bir parçası ve çok yönlü meslek dallarından biridir (Yenipınar, 2019, s. 1).

Turist rehberliği mesleğinin tarihteki geçmişi ve izlenimleri oldukça eskilere dayanmaktadır (Tetik, 2006, s.6; Yenipınar, 2019, s.1). Dünyada ve özellikle Avrupa'da yaşanan gelişmeler, Türkiye turizmde ülkesel ve kültürel yapılaşma ile birlikte rehber ihtiyacının daha fazla ortaya çıkmasında etken olmuş ve zaman

içerisinde paralel olarak çalışmalar ve ilerlemeler kaydedilmiştir (Çokal, 2015; Karacaoğlu, 2018; Demirbulat, 2014, s. 25).

Turist rehberleri, iletişim becerileri ve sundukları hizmet kalitesi ile turizm endüstrisinde olumlu yönelimler oluşturmaktadır (Bayram, 2019, s. 47). Aynı zamanda hem ülkenin hem de rehberlerin kariyer seçimlerinde kilit bir noktada bulunan turist rehberliği; destinasyon rekabetinde, ülke ekonomisinde, başarılı tur planlamalarında ve ülkenin tanıtılmasında olumlu imajın gelişmesinde rol alan bir meslek olması sebebiyle özenilen bir konumdadır (Zengin, Eker ve Erkol, 2017, s. 144).

2.1.1.1. Turist Rehberi Kavramı

Turist rehberi tanımının yabancı alanyazında karşılığı çoğunlukla; “tur rehberi”, “yerel rehber” ya da “tur koordinatörü” gibi farklı terimlerdir. Bununla birlikte, turist rehberleri için tur rehberi, şehir rehberi ya da nokta rehber gibi pek çok anlam veya tanım bulunmaktadır. Ayrıca, transfer elemanı, tur eşlikçisi, tur yöneticisi ya da tur lideri gibi çeşitli ifadeler de kullanılmıştır (Yarcan, 2007, s. 35; Köroğlu, 2013, s. 92; Eker ve Zengin, 2016, s. 5). Bu sebeple çalışmada; konu başlığına istinaden ve kavramsal olarak yanıtıcı olmaması açısından turist rehberi tanımı Türkiye’de benimsenen şekliyle aktarılmaya çalışılmıştır.

Ahipaşaoğlu (2001), turist rehberlerini; “belirli bir program dâhilinde yerli ve yabancı gezginlere yol gösteren, program kapsamındaki ziyaret yerleri hakkında uygun dilde doğru bilgiler aktaran, ülke ya da bölge hakkında tanıtım yapan, gezginlerin doğru sosyal-ekonomik ve kültürel izlenimler almasına yardımcı olan kişiler olarak tanımlamıştır. Robotic (2010), turist rehberlerinin turizmde kültürel açıdan hayati öneme sahip olduklarını ve bir destinasyonun yerel kültürünü, kimliğini ve mirasını tanıtmak için özgün yorumlar yaparak ülkelerini temsil ettiklerini, diğer yandan yabancı kültürlerle kaynaşması gerektiği için çeşitli rolleriyle desteklediklerini savunmaktadır.

Şahin ve diğerleri (2018), yerli turistlerin Türkiye, İstanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili ürettikleri metaforların belirlenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri bir çalışmada, turist rehberleri ile destinasyonları ziyaret etmiş turistlere turist rehberi kavramı sorulmuş ve olumlu algılara ulaşıldığı tespit edilmiştir. Bunun neticesinde turist rehberleri, öğretmen, elçi, yardımsever, öncü kişi, entelektüel ve kültür

kavramlarıyla ifadelendirildiği ortaya çıkmıştır. Turist rehberleri; ülkenin turizm değerlerine yön veren, turistlerle kültürel etkileşimde bulunan ve doğru bilgi sağlamakla görevli olan kişilerdir. Turist rehberleri günümüzde turizm sektörünün vazgeçilmez dinamiklerinden biri haline gelmiştir. Bu bakımdan konumu ve sorumlulukları nedeniyle turist rehberi tanımının pek çok farklı şekilde ele alınabilmesi mümkündür.

Uluslararası anlamda kabul görmüş, Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu'nun (World Federation of Tourist Guide Associations) tanımına göre turist rehberi; yurtiçi ya da yurtdışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, onların tercihleri doğrultusundaki bir dilde, bir bölge ya da şehirde bulunan anıtlar, müzeler, doğal ve kültürel çevre ve tarihi yerlerde kılavuzluk eden ve eğlendirici bir yorumla bunları ziyaretçilerine aktaran, yetkili otoriteler tarafından tanınan kişidir (http-3).

Bu tanımlardan yaygın olarak kabul edilmiş olan, Avrupa Turist Rehberliği Birlikleri Federasyonu'nun (European Federation of Tourist Guide Associations) tanımına göre ise turist rehberi; genellikle yetkili makamlar tarafından tanınan veya belgelendirilen belirli bir alana yönelik yetkinliğe sahip olan, ziyaretçilere seçtikleri bir dilde yol göstericilik yapan ve ziyaret edilen yerin "kültürel ve doğal mirasını anlatan bireyler" olarak tanımlanmaktadır (http-4).

Türkiye'de turist rehberliği mesleği, kültür ve turizm politikaları gereği mesleki yönetmeliğe sahip ve kanunen düzenlenmiş bir hizmet alanı olarak yerini almıştır. Buna göre, 22 Haziran 2012 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nda turist rehberliği; "ülkeye gelen yerli ya da yabancı turistlerin tercih ettikleri dilde, ülkenin tarihi, kültürü, turizmi, doğası vb. değerlerinin tanıtılması ve seyahat acentaları tarafından programlanan turun turist rehberi tarafından yürütülmesi" olarak tanımlanmaktadır (http-5).

2.1.1.2. Turist Rehberliği Mevzuatının Gelişimi

Turist rehberliği mesleğinin ülkeye sağladığı yönelimlerin ve mesleğe olan yaklaşımların belirli bir çerçevede değerlendirilmesi önemli bir husustur. Turist rehberliği mesleği zaman içerisinde tarihsel gelişmelerle birlikte bütünsel olma yolunda yasal bir statüye kavuşmuş ve sosyal hakları güvence altına alınmış önemli

meslek dalları arasında yerini korumaya devam etmiştir. Turist rehberliği mesleki mevzuatının gelişimini, alanyazın çalışmalarında ele alınan şekliyle kronolojik biçimde değerlendirmek mümkündür. Bu şekilde elde edilen bilgiler doğrultusunda gelişimi aktarılmaya çalışılmıştır.

Endüstri Devrimi'ne kadar seyahatler din, ticaret ve sağlık gibi çeşitli nedenlerle gerçekleştirilmiştir. Ancak turizm, çağdaş bir duruma Endüstri Devrimi ile ulaşmıştır (Kozak vd, 2015, s. 51). Endüstri Devrimi sonrasında Avrupa'da refahın ve boş zamanın artmasıyla birlikte toplu grup seyahatleri başlamış ve İstanbul'da gerçekleşen gelişmelerle birlikte Türkiye'ye yönelik seyahate olan ilgi ve merak giderek artmıştır. O dönem itibariyle İstanbul'a çeşitli ziyaretçilerin geldiği görülmüştür. Bu süre zarfındaki ilk gelişmeler, yabancı dil ihtiyacının doğması ve rehber sayısının az olmasının saptanması ile gerçekleşmiştir (Gökdemir, 2017, s. 18).

1808 yılında İstanbul'da yaşayan çeşitli nüfus sahibi Rum topluluklarına verilen bir isim olan Fenerliler ya da Fenerli Rumlar tarafından Osmanlı resmi iş tercümelerinin alındığı, bu sayede Batı dilini öğrenmek isteyen gençler içinde "Tercüme Odaları"nın kurulduğu ve 1836 yılında ise "Hariciye Nezareti"nin eğitim amaçlı dil öğrenenleri görevlendirmek üzere kurulduğu bilinmektedir (Değirmencioğlu, 2001, s. 190). 1839 yılında Tanzimat Fermanı ile İstanbul ve Avrupa'daki devletler arasında ticari ilişkiler artmaya başlamıştır. İstanbul'a yatırım yapmaya gelen tüccar ve iş adamları bu vesileyle İstanbul'u keşfetme imkanı bulup şehre olan ilginin artmasını sağlamışlardır (Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013, s. 115). İstanbul'a gelmeye başlayan bu topluluk, ilk yabancı ulusları oluşturmaktaydı. Bu hareketliliklerle birlikte yabancı dil iletişiminin yoğun olduğu tercümanlık ve turist ilgisinin çoğaldığı rehberlik mesleği ortaya çıkmıştır. Yabancı ailelerin çocukları, belirli dönem aralığında bu azınlık topluluklara tercümanlık yapmıştır (Akbulut, 2006. s. 14).

29 Ekim 1890 tarihinde yayınlanan 190 Sayılı Nizamname, rehberlik mesleği ile ilgili yasal mevzuatın temelini oluşturmuştur. 1923 yılında kurulan "Türk Seyyatın Cemiyeti", tercüman rehber yetiştirme konusunda Türk gençlerini cesaretlendirmeye ve yönlendirmeye çalışmıştır (Yenipınar vd, 2014, s. 14). 8 Kasım 1925 tarihinde 2730 Sayılı "Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ile Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname" ile rehberlik mesleğine yönelik bazı adımlar atılmış ancak o dönemde resmi herhangi bir kuruluş olmaması sebebiyle Kararname bu haliyle yürürlükte

kalmaya ve usüllerini kapsamaya devam etmiştir (Eker ve Zengin, 2016, s. 8).

1928 yılında İstanbul İli İktisat Müdürlüğü tarafından ilk kez Tercüman rehberlik konusunda bir kurs başlatılmıştır. Aynı yıl içerisinde bir eğitim sınavıyla ilk kez tercüman rehberlik göreviyle belge sahibi ve yetkisi verilmiştir. Bu kurstan sınava tabi tutularak geçen ve tamamlayan 50 kişi, “Tercüman Rehber” olarak mezun olmuştur (Zengin vd, 2017, s. 144).

1935 yılında belediyelerde tercüman rehberlik kursu açılmıştır. 1950 yılında “İkinci Turizm Danışma Kurulu” tarafından tercüman rehberliği hakkında önemli atılımlar gerçekleştirilmiş ve mesleğin teşvik edilmesi sağlanmıştır (Değirmencioğlu, 2001, s. 191). 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu, tercüman rehberlikle ilgili düzenlemelerde ve çalışmalarda bulunmuştur (Gazelci ve Gazelci, 2021, s. 163).

1955-1960 yılları arasında öğrenci derneklerinin destekleriyle iki ayrı kurs düzenlenmiş ve İstanbul Belediyesi ve Basın Yayın İstanbul İl Müdürlüğü tarafından resmiyet kazandırılmıştır. Bu iki ayrı kurstan toplam 128 öğrenci mezun olup farklı dillerde tercüman rehberlik yapma imkanı elde etmişlerdir (Tetik, 2006, 13). 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nın resmi olarak faaliyet göstermesiyle birlikte rehberlik mesleğine dair yenilikler artık bakanlık tarafından sağlanmaya başlanmıştır. 1965 yılında İstanbul dışında İzmir ve Antalya illerinde de kapsamlı bir şekilde rehberlik kursları açılmaya başlanmıştır. 3 Eylül 1971’de 13495 sayılı “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” ile resmi gazetede yürürlüğe giren kanuna ve koşullara uygun şekilde şartlar getirilmiştir. 21 Mart 1974 yılında ise “Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adı altında bir takım düzenlemeler gerçekleştirilmiştir (Tetik, 2012, s. 216; Gazelci ve Gazelci, 2021, s. 164).

1981 ve 1983 yıllarında yönetmelikte bazı değişiklikler tekrar yapılarak günümüzde de geçerli olan “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” 2 Temmuz 1986 yılında 19152 sayılı resmi gazetede yayımlanmıştır(http- 6). 1990 yılında ise Bakanlık, özel kursların ve rehberlik eğitimlerinin yeterli olmadığını açıklamış ve yönetmelikte değişikliğe giderek sadece Bakanlık tarafından eğitim verileceğini bildirmiştir (Gazelci ve Gazelci, 2021, s. 164).

25 Kasım 2005 yılında 16004 sayılı “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adıyla yeni bir değişiklik yapılmıştır (http- 7). 22 Haziran 2012 tarihinde

6326 sayılı “Turist Rehberliği Meslek Kanunu” resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (http-8). Bu kanunun ardından 26 Aralık 2014 tarihinde “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” yayımlanmıştır (http-9).

Böylece Turist Rehberliği Meslek Kanunu ve Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği ile mesleğin sınırlılıkları kesin olarak belirlenmiştir. Turist rehberi olarak çalışanların haklarını bir kuruluş altında toplayan ve koruyan Dünya, Avrupa ve Türkiye genelinde mesleki örgütler bulunmaktadır. Bunlar; Dünya Turist Rehberleri Birlikler Federasyonu, Avrupa Turist Rehberleri Birlikler Federasyonu ve Turist Rehberleri Odaları Birliği’dir.

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Associations - WFTGA), 1985 yılında kurulmuştur. Hiçbir kar amacı ve politik unsurları içermeyen organizasyon, 55 farklı ülkeden turist rehberleri ile iletişime geçme, mesleği uluslararası düzeyde geliştirme, rehberlerin sosyal haklarının savunuculuğunu yapma ve kaliteli hizmet ağları oluşturma amaçlarını gütmektedir. Türkiye de WFTGA üyesidir (http- 10).

Avrupa Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (European Federation of Tourist Guide Associations - FEG), 1986 yılında Paris’te kurulmuştur. Profesyonel, nitelikli turist rehberleri yetiştirmeyi ve yüksek standartlarda hizmet vermeyi hedefleyen birlik, turist rehberlerinin savunucusu olmayı başarmış bir kuruluştur. Türkiye, FEG üyesidir (http-11).

Turist Rehberleri Odaları Birliği (TUREB), 22 Haziran 2012 tarihinde Turist Rehberleri Birliği adıyla 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuştur. Birliğin amacı; turist rehberliği mesleğine yönelik işbirliği ve koordinasyonu sağlamak, faaliyet gösteren kurumlar ile irtibat halinde olmak ve denetimlerin gözetimini yapmak ve ayrıca meslek örgütlenmesi ile ilgili yasaların yürürlüğünü sağlamaktır. Kuruluşa bağlı 7 meslek odası ile 6 bölgesel meslek odası olmak üzere toplam 13 oda bulunmaktadır (http-12). Birliğin adı, 26 Aralık 2022 tarihinde IV. Olağan Genel Kurulu’nda alınan karar gereği Turist Rehberleri Odaları Birliği olarak değiştirilmiştir.

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nun yayımlanması ile meslekte bir takım yenilikler ve düzenlemeler gerçektemiştir. Bu düzenlemelerden biri, turist rehberlerinin çalışma koşulları ile ilgili yapılan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma;

yasal sınıflandırma, uzmanlık alanına göre sınıflandırma, faaliyet bölgesine göre sınıflandırma, çalışma süresine göre sınıflandırma şeklinde dört ana bölümde toplamıştır (http-2):

Yasal Sınıflandırma: Bu sınıflandırma, turist rehberlerinin çalışma statülerini ifade etmektedir:

- **Eylemli turist rehberi;** çalışma kartı sahibi olup fiilen turist rehberliği hizmeti sunma hak ve yetkisine sahip turist rehberlerini,
- **Eylemsiz turist rehberi;** ruhsatname sahibi olup çalışma kartı olmayan turist rehberlerini tanımlamaktadır.

Uzmanlık Alanına Göre Sınıflandırma: Turist rehberliğinin çok yönlü bir meslek dalı olması bakımından artan uzman rehber ihtiyacı da dikkate alınarak belirli konuların veya etkinlik alanlarının ortaya çıkması neticesinde rehberlerin bu alanlarda eğitim alıp uzmanlaşmayı tercih ettikleri çalışma şeklidir (http-13).

Faaliyet Bölgesine Göre Sınıflandırma: Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde belirtildiği gibi eylemli ve eylemsiz olarak çalışan turist rehberlerinin ülkenin tüm bölgelerini eğitim gezi programlarıyla gerçekleştirenlerin "Ülkesel" Türkiye'nin sadece bir veya birkaç bölgesini eğitim gezi programıyla tamamlayanların "Bölgesel" rehber olarak kabul edildiği çalışma şeklidir (http- 2).

Çalışma Süresine Göre Sınıflandırma: Turist rehberlerinin günübirlik ya da konaklamalı tur grup gezilerini gerçekleştirdikleri hizmetler olarak ayrılmaktadır; Turist rehberleri sözleşme ile bir günü geçmeden gezilerinde belirlenen güzergahları turistlere eşlik ederek tamamladıkları çalışma süresine "**Günübirlik Hizmet Türü**", paket tur kapsamında sözleşmede belirtilen alanları tur gruplarıyla yer alan bölgede en az bir gece konaklama şartıyla eşlik ettikleri turlara da "**Konaklamalı Hizmet Türü**" denilmektedir. Rehberler bu çalışma sürelerine göre çeşitli destinasyon veya uzmanlık alanlarında hizmet vermeyi tercih edebilmektedir (Gökdemir, 2017, s. 26).

Yasal mevzuatın katkıları sonucunda turist rehberliği mesleğine olan ilgi ve yönelim artmış, bu durum aynı zamanda akademik çalışmalara da yansımıştır. 22 Haziran 2012 tarihinde yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nun ardından mesleğin sorunları, hakları, güvenilirliği, mesleğe yansıyan başlıca etmenler hem alanyazın çalışmaları ile değerlendirilmiş hem de turist rehberlerinin görüşleri ve deneyimleri aktararak incelenmeye çalışılmıştır.

2.1.1.3. Turist Rehberliği Mesleğinin Özellikleri

Turist rehberliği, sektörel olarak farklı disiplinleri barındırması sebebiyle pek çok özelliğe sahip bir meslektir. Bu özellikleri ortaya çıkaran etmenler ise başlıca mesleğin çoklu fonksiyonlara sahip olmasındandır. Bu fonksiyonlar, bireylerin seçimlerine ve gelişimlerine yönelik kararlar vermesinde rol oynayan önemli etmenlerdir.

Jasovsky (2001), mesleki imajın örgütsel bağlılık, davranış ve iş tatmini üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, mesleğe bakış açısının bireylerin işlerini önemsiz bulup bırakmalarına kadar varan etkilerinin görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle kişilerin meslek grubundaki tercihlerini belirleyen etmenleri gözeterek sergiledikleri tutumlar olumlu ya da olumsuz izlenimler bırakılmasına yol açmaktadır (Akkol Gök ve Derin, 2014, s. 138).

Bu bağlamda turist rehberliği mesleğinin ön plana çıkan olumlu ve olumsuz özellikleri bulunmaktadır. Turist rehberlerinin fiziksel, mental, ailevi ve kişisel deneyimlerine özgü gelişimlerini etkileyen, yoğun çalışma saatleri, mesleğin fiziki güce dayalı olması ve aile hayatına zaman ayrılmaması gibi faktörler olumsuz mesleki özellikler olarak değerlendirilirken, rehberlerin kişisel ve mesleki gelişimlerine katkıda bulunan sosyalleşme, uzmanlaşma imkanı gibi diğer faktörler ise mesleği olumlu yönde etkileyen özellikler olarak ele alınmaktadır.

2.1.1.3.1. Turist Rehberliği Mesleğinin Olumsuz Özellikleri

Turist rehberliği mesleğinde ortaya çıkan özelliklerin turist rehberlerini olumsuz etkilediği görülmüştür (Akdu ve Akdu, 2016, s.1151). Bu sebeple turist rehberlerini ve mesleği olumsuz yönde etkileyen faktörler mesleğin olumsuz özellikleri olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, turist rehberliğinin olumsuz özelliklerini aşağıdaki konu başlıkları altında toplamak mümkündür;

İş Güvencesinin Olmaması: Turist rehberliği mesleğinin sosyalleşme ve seyahat etme fırsatlarının olması genellikle genç bireyler tarafından tercih edilmesine neden olmaktadır (Köroğlu, 2011, s. 252). Ancak, mesleğin çalışma koşulları turist rehberlerini oldukça zorlayabilmektedir. Bunun başlıca sebebi işin sezonluk olması, toplumsal algıların olumsuz olması ve macera arayanlara yönelik bir iş olduğu

algısıdır. Aynı zamanda turist rehberlerinin sosyal güvencesinin, düzenli gelir dengesinin, resmi olarak kamuya bağlı oldukları halde iş garantilerinin olmaması da diğer sebeplerdir (Güzel, 2007, s. 37).

Mevsimlik Bir İş Olması: Turist rehberliği mesleği pek çok farklı motivasyon kaynaklarına dayanan, 12 ay boyunca ülkenin her bölgesinde aktif olarak yapılabilecek bir meslektir. Fakat turizm sektöründe, yaz tatili konseptleri ya da çoğunlukla deniz kum güneş olarak belirtilen tatil anlayışı rağbet gördüğü için turist rehberlerine en fazla yaz aylarında ihtiyaç duyulmaktadır (Ayaz vd, 2020, s. 1513; Kurnaz ve İpar, 2020, s. 44; Karaca vd, 2018, s.2). Bu şekilde rehberler, yüksek sezonda yoğun bir biçimde mesleğini icra ederken belirli faktörlerden dolayı düşük sezon olması durumunda işsiz kalabilmektedirler. Bu süreçte rehberler işin gelir, güvence ve süreklilik gibi haklarından yoksun kalmaktadırlar (Koroğlu ve Güzel, 2015, s. 159; İlhan ve Soybalı, 2018, s. 20; Yarcın, 2007, s. 40).

Çalışma Saatlerinin Düzensiz Olması: Paket tur programlarına göre düzenlenen turlar, genellikle sabahın erken saatlerinde başlamakta, gece geç saatlere kadar sürebilmektedir. Özellikle tur taleplerinin yoğun olduğu dönemlerde rehberler, fiziksel ve mental olarak çok zorlanmaktadır. Turist rehberliği mesleğinin uzun ve değişkenlik gösteren çalışma saatleri olması nedeniyle rehberler, çoğu zaman yaşam biçimlerini turlara göre dönüştürmektedir. Bu noktada, çalışma saatlerinin düzensiz oluşu, mesleğin en zorlayıcı özelliklerinden birini oluşturmaktadır (Kazoğlu, 2018, s. 35; Güzel vd, 2014, s. 177; Koroğlu vd, 2020, s. 29).

Mesleğin Fiziki Güce Dayanması: Turist rehberlerinin zorlu koşullarda gerçekleştirilecek turlara dayanabilecek fiziksel yeterliliklere sahip olması gerekmektedir. Örneğin, uzun saatler boyunca ayakta kalabilecek potansiyel iradeye sahip olmalıdırlar. Aynı zamanda rehberler, grupların götürüleceği destinasyonlardan, otel rezervasyonları, ulaşım, bagaj, gümrük işlemlerine kadar her türlü hizmet araçlarından sorumlu olabilmektedir (Kazoğlu, 2018, s. 36; Akbulut, 2006, s. 57; Yıldırım Kalem, 2021, s.38; Uçöz, 2012, s. 93). Bu durumlar rehberlerin sürekli olarak fiziki koşullara maruz kalmasına neden olabilmektedir.

Gelir Düzeyinin Dengeli Olmaması: Turist rehberlerinin çalışma alanlarının sınırlı olması, mesleğin mevsimlik bir iş olması ya da genellikle belirli yoğun dönemlerde yapılması rehberlik mesleğinin ikinci bir iş olarak görülmesine ve

rehberlerin başka dallarda iş yapmaya başlamalarına sebep olmaktadır (Özdemir, 2016, 93; Şahin ve Eser, 2020, 1348). Çetin ve Kızılırmak (2012), turist rehberlerine genellikle taban ücretin altında ödeme yapıldığını belirtmişlerdir. Kadın rehberlere ise erkek rehberlere oranla daha düşük ücretler ödenildiği araştırmalarda ortaya çıkarılmıştır (Köroğlu vd, 2020, s.28). Bu yüzden bireyler bu alanda hayatlarını kazanabilecekleri konuma gelememektedir. Mesleğe bu açıdan bakıldığında rehberlerin gelir kaynaklarını dengeleyemedikleri gözlemlenmiştir.

Emekliliğin Olmaması ya da Çok Geç Olması: 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'nda rehberlerin sigortalılığı ile ilgili yeni bir hüküm bulunmamaktadır. Rehberler; seyahat acentalarıyla iş kanunları çerçevesinde 4/A (SSK) bordrolu olarak çalışabilmekte veya 4/B (Bağ-Kur) kapsamında sigorta primlerini kendileri ödeyebilmektedirler (http-14). Ancak SSK'ya bağlı olarak maaşlı ve sigortalı çalışan rehberler çok azdır. Ayrıca seyahat acentaları rehberlerin sigortalarını gün başına ödedikleri için rehberlerin sağlık sorunlarında baş edebilecekleri herhangi bir sosyal güvenceleri bulunmamaktadır (Güzel, 2007, s. 38).

Mesleğin Dış Etmenlerden Etkilenmesi: Türkiye sahip olduğu jeopolitik konumu nedeniyle ön planda olan bir ülkedir. Siyasi olaylar, farklı pazarlama çıkarları, ekonomik krizler ve salgın hastalıklar gibi durumlar, ülkenin turizm politikalarını etkileyen dış etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır (Ateşoğlu ve Türker, 2013, s. 118). Bunlara ek olarak, turizm sektöründe seyahat acentalarının kaçak rehber çalıştırması, ürünlerin tanıtımından çok pazarlanmasına teşvik edilip rehberlerin komisyona zorlanması gibi etmenler rehberlerin sektörde işsiz kalmasına sebep olabilmektedir (Şahin ve Eser, 2020, 1347; Köroğlu, 2011, s. 262; Akbulut, 2006, s. 58).

Mesleğin Aile Hayatını Etkilemesi: Turist rehberliği mesleğinin çalışma koşullarından dolayı düzenli bir iş ve aile hayatına sahip olmadığı düşünülmektedir. (Güdü, 2014, s. 27). Rehberler, gün içerisinde 15-16 saate kadar çalışabilmektedir (Köroğlu, 2011, s. 257).). Bu nedenle iş yaşamının yoğunluğundan aileler birbirine zaman ayıramamaktadır. Rehberlik mesleği ile birlikte aile yapısında, sorumluluk, karar alma biçimi, iş imkanlarının değişmesi gibi etmenlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum aile yapısında çeşitli değişiklikleri meydana getirmektedir. Aynı zamanda aile yapısının bozulmasına, iş hayatının tercih edilmesine ya da çeşitli çatışmalara sebep olmaktadır (Güdü, 2011, s.24).

Mesleğin Kadın Çalışanlar Üzerinde Etkisi: Turist rehberliği mesleği, kadın istihdamı ve varlığı açısından önemli bir meslektir. Ancak toplum temelli kaynaklanan bazı sorunların hala çözülemediği görünmektedir. Bu sorunlar alanyazın çalışmalarına da yansımıştır. Çalışmalarda, cinsiyet eşitsizliği, fiziksel yetersizlik, erkek turist rehberlerine daha yüksek ücret verilmesi, mesleğin uzun soluklu çalışma saatlerine sahip olmasının kadınları ve ailesini olumsuz etkilediği, kadın turist rehberlerin turizm sektöründe en fazla tacize uğrayan çalışanlar olması ve ekonomik olarak maddi güce sahip olmadıklarını düşündükleri için rehberlik mesleğini bırakmak durumunda kaldıkları araştırmalarda tespit edilmiştir (Demirdelen Alrawadieh, 2021, s. 3; Demirel vd, 2021, s. 52; Köroğlu, 2020, s.30; Yıldırım ve Özbek, 2019, s.74; Arslan ve Şimşek, 2018, s. 25-31).

Turist Rehberlerinin Öz Yeterliliklerini Geliştirmek ve Yönetmek Zorunda Olmaları: Öz-yeterlilik, insanların hayatlarına etki eden işleyişi yönetme hakkındaki inançları olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda mesleki ilerleyişte de kariyer süreçlerini etkileyen önemli bir etmen olmaktadır (Çınar ve Yenipinar, 2019: 154). Turist rehberliği mesleğinin özellikleri ve sorumlulukları rehberlerin sürekli olarak kendilerini geliştirmelerini gerektirmektedir. Ancak bu karmaşık roller, görevler, ve özellikler, turist rehberleri için mesleki endişelere neden olmaktadır. Rehberlerin mesleğe başlar başlamaz yoğun ve pek çok alanda bilgi aktarmak zorunda kalması ve bireysel gelişim için zamana ihtiyacının olması rehberleri ve rehberlik mesleğini olumsuz etkilemektedir.

2.1.1.3.2. Turist Rehberliği Mesleğinin Olumlu Özellikleri

Kariyer algıları, markalaşmayı, sosyalleşmeyi ve mesleki donanımı sağlayan planlamaları beraberinde getirmektedir. Turist rehberliği mesleğinde rehberlerin kişisel gelişimlerine de katkıda bulunan bu etmenler mesleğin olumlu özellikleri olarak değerlendirilmektedir (Gürsoy ve Karaman, 2019, s. 99). Bu bağlamda turist rehberliği mesleğinin olumlu özelliklerini aşağıdaki konu başlıkları altında toplamak mümkündür;

Çok Yönlü Bir Meslek Olması: Mesleğin icrasında Türkiye'nin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal ve benzeri değerlerinin ve varlıklarının, Bakanlığın kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılması esastır (<http-4>). Bu disiplinler

mesleğin getirdiği yükümlülükler olarak neticelendirilmektedir. Rehberler bu alanların dışında müzik, sanat ve politika konularında da genel kültür sahibi olmaları gerekmektedir. Bu alanlarda gelişim sağlanması rehberlerin ufuklarını genişletmekte ve bir bakıma rehberlik mesleğini özenilir bir konuma getirmektedir. Mesleğin bu çok yönlü özelliği, rehberlere pratik çözümler, stratejiler, bilgi ve beceri yönetme, sosyalleşme ve farklı ilgi alanları gibi alternatifler sunmaktadır.

Sosyalleşme İmkanlarının Olması: İnsanların, çevresel, toplumsal ve kültürel ihtiyaçlarla en ilişkili dayanağını rehberler temsil etmektedirler. Turist rehberleri, seyahat edenlerle, samimi bağlar kurabilmekte, onların doğal ve toplumsal yaşamı, geçmişi ve bugünü anlamalarına yardımcı olmaktadır (Akköz, 2015, s. 32).

Bu bağlamda rehberlerin sosyalleşme imkanlarını iki kaynağa göre değerlendirmek mümkündür: Bunlardan ilki rehberlerin doğrudan turistler ile sağladıkları sosyalleşme imkanları ve ortamı iken diğeri, sosyal medya üzerinden turist gruplarıyla aktif ve sanal erişim fırsatlardır (Gökdemir ve Kökseler, 2020, s.107). Bu olanaklar ile rehberler mesleğin sosyal yanından faydalanabilmekte ve kendilerini geliştirebilmektedir.

Mesleki Donanım Elde Edilmesi: Mesleki donanım, kişinin yaptığı işi düzgün ve bilgili bir şekilde yerine getirebilmesini sağlayan niteliktir (Karahan ve Kav, 2018, s. 161). Mesleki donanım esas olarak üç bileşenden oluşmaktadır. Bunlar; meslek bilgi, beceri, mesleki değerler ve tutumlar olarak bilinmektedir (İskender, 2011, s. 45). Turist rehberliği mesleğini yapan kişilerin kazanımlı bir iş yaşamı sürdürebilmeleri, kişiliklerine her daim yeni şeyler katan ve mesleğini heyecanlı bir şekilde yerine getiren rehberler olmalarıyla mümkün olabilmektedirler. Mesleki donanım, daha çok dışsal etmenlerin sorumluluğu ve bilinciyle şekillenen bir aşamadır. Bundan dolayı rehberlerin aldığı vazifeleri ve işleri başarıyla yürütmeleri, onların mesleki açıdan donanımlı olmalarına bağlıdır (Gürsoy ve Karaman, 2019, s. 92).

Uzmanlaşma Olanğı Olan Bir Meslek Olması: Uzmanlaşma, belirli alan veya konular üzerinde nitelikli eğitim alınarak elde edilen deneyimler ile tutumların gerçekleştirildiği düzey olarak ifade edilmektedir. Turist rehberliği mesleğinde, rehberlerin belirli bir donanıma ulaşabilmelerinde uzmanlaşmanın kayda değer bir faktör olduğu belirlenmiştir. Turist rehberleri çeşitli eğitimler ile ilgi duydukları alanda

uzmanlaşabilmektedir. Bu durum, rehberlerin kalite standartlarını ölçen uygulamalara bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Akpınar ve Avcı, 2021, s. 769). Deneyim ve ölçütlere bağlı olarak nitelendirilen uzmanlaşma, rehberlerin kişisel ve mesleki gelişiminde potansiyel bir yeterlilik kazanma eylemidir.

Meslekte Kişisel Markalaşma İmkanının Olması: Marka kavramı algısı kişilerin mesleklerini icra ederken daha fazla etki ve itibar kazanmalarını sağlamaktadır. Bireylerin özgün, kendinden emin, bıraktıkları izlenimle etkili bir imaj yaratmaları marka kavramını destekleyen unsurlardır. Turist rehberleri de marka kavramının oluşmasında etkin rol oynayan kişilerdir. Rehberler güçlü ve zayıf yanlarını geliştirerek bu kavrama yönelmeyi hedeflemektedirler (Acun Köksalanlar ve Köroğlu, 2019: 453). Bu sayede rol model haline gelen rehberler, markalaşma süreçlerinde bu algının olumlu olmasını sağlamaktadır.

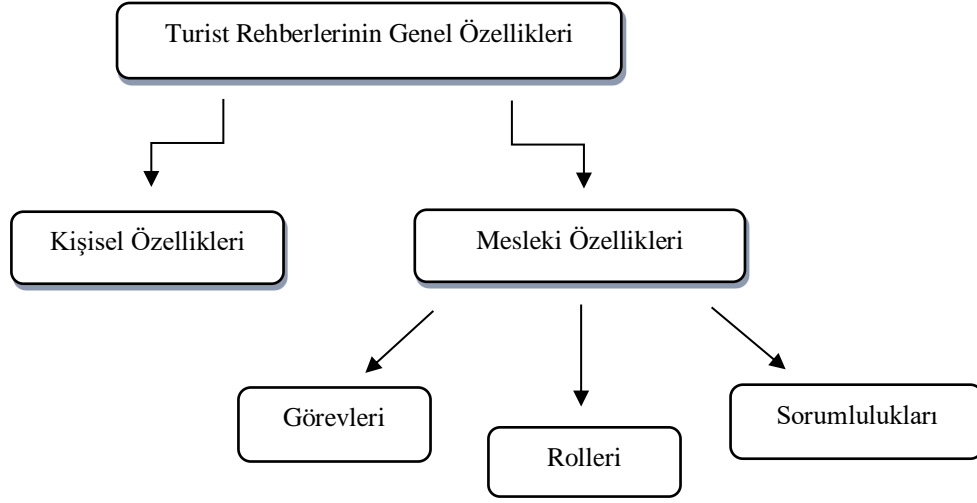
Turist rehberliği mesleğinin özellikleri yukarıdaki konu başlıkları içerisinde değerlendirilmiştir. Turist rehberlerinin zamanının çoğunun turda geçirmelerinden dolayı mesleki gelişimlerinde sınırlı oldukları ve bireysel gelişime katkı sağlayan özelliklerde ikinci planda kaldıkları görülmektedir. Bu durumlar dış faktörlerin etkisiyle meydana gelen örgütsel faktörler olarak belirlenmektedir. Ancak rehberlerin kendi çabalarına bırakılan mesleki veya kişisel gelişim olanakları ise içsel faktörler olarak ön plana çıkmaktadır. Mesleğin özelliklerinin ise bu etmenlere bağlı olarak şekillendiği anlaşılmaktadır.

2.1.1.4. Turist Rehberlerinin Genel Özellikleri

Turist rehberleri, ülkenin tanıtılmasında ziyarete gelen kişilerin güven ile ayrılmasında ve memnuniyetin artırılmasında oldukça önemli bir noktada bulunmaktadır. Rehberler planlı programlar içerisine dahil edilen bütün hizmetlerden sorumlu durumdadır. Rehberlerin turistlere yol gösterme, güvenli ilişkiler sağlama, detaylı bilgiler sunma, deneyim yaşatabilme ve etkili iletişim kurma konularında bu imkanları sağlayabilecek potansiyele sahip olmaları gerekmektedir. Bütün bu uygulamaları gerçekleştirebilecek herhangi bir koşulda rehberler bu görevleri üstlenmekte ve iyi hizmet ortamı oluşturabilecek profilleri oluşturmaktadır (Özsoy ve Tayfun, 2020, s. 1102; Kılıçlar ve Çevrimkaya, 2019, s. 138).

Bu noktada rehberlerin çeşitli performansları mesleklerine, sorumluluklarına

ve kişiliklerine yansımaktadır. Rehberlerin bu fonksiyonlarını belirli özelliklere göre ayırt etmek mümkündür. Şekil 1’de turist rehberlerinin fonksiyonel özellikleri yer almaktadır.



Şekil 1. Turist Rehberlerinin Fonksiyonel Özellikleri

Not: İlgili alanyazın taranılarak turist rehberlerinin genel özellikleri bu şekilde özetlenmiştir.

2.1.1.4.1. Turist Rehberlerinin Kişisel Özellikleri

Kişilik, tutumları, duyguları, düşünceleri ve bu unsurları oluşturan davranışları meydana getiren öz benliğe denilmektedir. Kişilik, yaşam sürecini kapsamaktadır. Bireyler bu süreçlerde, birbirlerinden kişilik özellikleri ile ayrıştırılmaktadır. İnsanlar bu bütünsellikle sahip oldukları hayatı, işi veya yaşadıkları toplumu değerlendirmektedir (Şahin, 2012, s. 31).

Turist rehberlerinin meslekleri ile kişisel özellikleri arasında doğrudan bir ilişki vardır. Rehberler, mesleki özellikleri olan sorumlulukları, görevleri ve rollerinin yanı sıra kişisel özellikleriyle de ön plana çıkmaktadır. Yaşam boyu öğrenmeye odaklanmak, kendini geliştirmeye açık olmak, yenilikçi ve entelektüel olmak ve ayrıca iletişim becerisinin yüksek olması, rehberlerin performanslarında göstermeleri gereken özelliklerdir. Mesleğin gerektirdiği şartlar ile rehberlerin atmosfere uyumlu, yaptığı işe sadık, algı düzeyi yüksek ve bir o kadar da öğrenmeye hevesli olması turist rehberlerinin mesleğinde yansıtması gereken performansları ile yakından ilişkilidir (Özsoy ve Tayfun, 2020, s. 1103; Tetik, 2006, s. 56). Turist rehberlerinin sahip olması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilmektedir (Eker, 2015, s. 42; Ulusoy, 2017, s. 12);

- Turist rehberleri, beden diline hakim, sunum ve konuşma becerilerine ve sözlü ile yazılı iletişimde etkili üsluba sahip olmalıdır.
- Geniş bir bilgi donanımı sağlamalı, sürekli öğrenime açık olmalıdır.
- Planlama, organizasyon, denetim, koordinasyon ve liderlik gibi yönetim işlevlerini yürütebilmelidir.
- Dürüst, ahlaklı, saygılı ve kararlı duruş göstermelidir.
- Vatansever olmalıdır.
- Kibar, bakımlı ve nazik davranışlar sergilemelidir.
- Zaman yönetimini iyi idare edebilmelidir.
- Yabancı dili oldukça akıcı ve etkili bir biçimde kullanılmalıdır.
- Tarafsız ve sorumluluk sahibi olduğunu gösteren tutarlı davranışlara sahip olmalıdır.

İlgili alanyazın incelendiğinde turist rehberlerinin çalışma envanterlerinde liderlik becerilerinin, mesleki tutumlarının, eğitim seviyelerinin, öğrenme stillerinin ve iş doyumu düzeylerinin genel iş doyum düzeyleri ile kişilik özelliklerinin bağlantılı olduğu gerçekleştirilen araştırmalarda ortaya çıkarılmıştır (Temizkan ve Arı, 2019; Köroğlu, 2012; Temizkan, 2005; Özsoy ve Tayfun, 2020).

2.1.1.4.2. Turist Rehberlerinin Görevleri

Turist rehberleri, turist ile yerel halk arasında meydana gelen kültürel boşlukları dolduran ve etkileşim sağlayan kişilerdir. Bu işlevler turist rehberlerinin esas görevleri arasında yer almaktadır (Dumanlı ve Köroğlu, 2018, s. 329). Bu görevler başlıca güvenlik, koruma, bilgilendirme, grup etkileşimini sağlama, danışmanlık yapma, öncülük etme gibi nitelikler olarak sınıflandırılmaktadır. Bu görevler ise 6 başlık altında toplanmaktadır (Şahin, 2012, s. 23);

1- Plan ve program yapmak: Seyahat acentaları tur ve turist faaliyetleriyle ilgili görevlerini yerine getirmekle sorumlu olsa da turist rehberi gerekli durumlarda program üzerinde değişiklik yapma becerisini sağlayabilmelidir.

2- Yürütme görevini üstlenmek: Tur esnasında aksaklıkların yaşanmaması için turist rehberi uygulama ve yürütme görevini yerine getirebilmektedir.

3- Grubu temsil etmek: Tur gruplarını temsil etme yetkisine ve herhangi

bir sorunu çözüme kavuşturma becerisine sahip olmalıdır.

4- Ülkeyi temsil etmek: Ülkeyi ziyarete gelen turistlerin tutumlarını, duygu ve düşüncelerine aracılık etmekle görevlidir.

5- İlişkileri yönlendirmek ve denetlemek: Turistlerin kişisel eğilimlerine yönlendirici ve yardımcı olmalıdır.

6- Bilgi kaynağı olmak: Mesleki donanımı sağlamış olmasının yanı sıra, ülkenin çeşitli kaynaklarına, özelliklerine ve sorunlarına cevap verebilecek düzeyde olmalıdır.

Rehberlerin bu görevler ile turistleri memnun etmede önemli etkisi bulunmaktadır. Turist rehberleri bu görevleri ile birlikte turistlere öncü olma, toplum temelli doğru davranış, bilgi ve paylaşımların aktarılmasında olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu bakımdan rehberler bu görevlerle daha etkili olabilmektedir.

2.1.1.4.3. Turist Rehberlerinin Sorumlulukları

Turist rehberleri; ülkeyi ziyarete gelen turistlere kaliteli bir vizyon bırakılmasını sağlayan, gidilen yerlerin doğru tanıtılmasını ve tekrar tercih edilmesine katkıda bulunan yol göstericilerdir. Bu bakımdan turlarla ilgili her türlü detayı belirlemede turist rehberlerinin rolü büyüktür. Sağlanan hizmetlerde en fazla sorumluluğu turist rehberleri üstlenmektedir. Bireylerin beklentilerini karşılamada rehberlerin yönlendirme ve uzlaştırma vasfına sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda turist rehberlerinin mesleğin etik yanlarının ve sorumluluklarının bilincinde olması kaçınılmazdır. Mesleğin etik yönden sorumlulukları üç kısma ayrılmaktadır (Şahin, 2012, s. 26; Özdemir, 2016, s. 90; Köroğlu ve Merter, 2012, s. 133; Karamustafa ve Çeşmeci, 2016, s. 71; Yıldırım Kalem, 2021, s. 42).

Çalıştığı acentaya veya tur operatörüne karşı sorumluluğu: Turist rehberlerine, tura katılan kişilerin canları ve özel eşyaları emanet edilmektedir. Rehberler bu yükümlülüğün üstesinden gelmek durumundadır. Turistlerle yaşanan her türlü hizmet raporlar halinde acentaya teslim edilmektedir. Bu doğrultuda rehberlerin aldıkları ücretin hizmet karşılığını doğru bir biçimde sunmaları gerekmektedir.

Tura eşlik eden ve hizmet sağlayan aracı kurum ve işletmelere karşı

sorumluluğu: Müşteri memnuniyetinin sağlanmasından, ürünlerin tanıtımından, ortaya çıkan sorunların çözüme kavuşturulmasından, turun başarıyla geçmesinden ve sağlanan hizmetlerin doğru şekilde tamamlanmasından rehberler sorumludur. Hizmet sağlanan tüm işletmelere doğru raporların sunumundan turist rehberleri yükümlüdür.

Tur grubuna karşı sorumluluğu: Rehberlerin en önemli sorumluluğu bu noktada başlamaktadır. Turist rehberleri her şeyin esas başlangıcını tur grubuna gösterdiği sorumluluk bilinciyle sağlamaktadır. Tur sırasında çözüm odaklı, olağanüstü sorunlarda veya aksaklıklarda yönlendirici ve arabulucu olması temel sorumluluğudur.

2.1.1.4.4. Turist Rehberlerinin Roller

Rol kavramı, ilk olarak sosyoloji ve onun alt disiplinlerinde ortaya çıkmaya başlamıştır. Rol, bireylerin kişisel ve toplumsal etmenleriyle oluşan davranış biçimidir (Köroğlu, 2013, s. 93). Rol kavramının tanımları bireylerin yaşadığı süreçlere ve durumlara göre değişkenlik göstermektedir. Turist rehberlerinin rollerine ilişkin yapılan tanımlar ve çalışmalar incelendiğinde; elçi, bilgi aktarıcı, aracı, lider, ruhsal danışman ve öğretmen gibi kavramlara yönelik rollerin ortaya çıktığı görülmüştür. Çalışmalarda turist rehberlerinin çevreye yönelik tutumlarda katkıda buldukları öne sürülmüştür (Akköz, 2015, s.15; Köroğlu, 2019, s. 49). Bu noktada rehberler iş ve sosyal yaşam arasındaki ilişkiyi üstlenen rolleri yerine getirmekle yükümlüdür. Rehberlerin rol tanımlamaları şu şekilde açıklanabilmektedir (Köroğlu, 2019, s. 60-115; Köroğlu, Köroğlu ve Bilge, 2012, s. 136; Çokal, 2019, s. 51; Bayram, 2019, 61):

Liderlik rolü: Turist rehberlerinin bu rolü yönlendirme, stres yönetimi, kontrol, erişim, sosyal liderlik gibi bileşenler ile yol gösterici rolünün detaylı halde gerçekleştirilmesinden doğmaktadır.

Arabulucuk rolü: Rehberler bu rolleriyle uzlaştırıcı ve uyuşmazlıkları çözüme kavuşturan kişiler olarak değerlendirilmektedir.

Yorumlayıcı rolü: Ziyaret edilen yerler veya görülen nesnelere ilgili rehberlerin ortamları, işleyişleri ve etkinlikleri ilişkilendirdikleri rollerdir.

Kaynak yönetimi rolü: Doğal ve kültürel kaynakların korunmasına ve bu

kaynakların sürdürülebilirliğine destek olmaya yönelik gerçekleştirilen roldür.

Yönetici rolü: Tur esnasında rehberlerin teknik- kavramsal yetenek, bireylerarası roller, bilgi sağlama ve karar almaya ilişkin alt bileşenleri olan diğer roller ile yönetici rollerini birleştirdiği etkili davranışlardır.

Satış elemanı rolü: Hizmet kolunda gösterdiği hedef kitle veya grupları ile ikna yeteneği kuvvetli olan rehberlerin satın alma gücünde teşvik edici rolüdür.

Öğretmenlik rolü: Doğru bilgi sunma ve gereken faaliyete erişim sağlamada rehberlerin öğretmen vasfıyla sınıflandırıldıkları roldür.

Yol gösterici rolü: Turistlere güven hissinin verilmesi ve doğru hizmetin alınması yükümlülüğünü ifade etmektedir.

Danışmanlık rolü: Kültürel boşlukları doldurmada etkili olan rehberlerin deneyim ve yön gösterici hizmetlerde gerçekleştirdikleri roldür.

Temsil rolü: Turist rehberinin sorumlu olduğu her durumda davranışlarıyla ön plana çıktığı temel rolüdür.

Diğer rolleri: Rehberlerin kültür simsarlığı, organizatörlük, elçi, tanıtıcı ve koşulsuz hizmet sağlayıcı özellikleriyle nitelendirildikleri rollerdir.

Bu doğrultuda rehberlerin genel özellikleri mesleğin icrasında son derece önemlidir. Turist rehberliği mesleğini doğru, yol gösterici ve profesyonel olarak sağlamak ise rehberlerin bu genel özellikleriyle gerçekleşmektedir.

2.1.1.5. Turist Rehberliği Eğitimi

Eğitim, bireylerin daha kaliteli bir yaşama ulaşmasında katkı sağlayan, yönlendiren, geliştiren ve onları yetiştiren süreçlerin tamamı olarak tanımlanmaktadır. Eğitim, insanları yetiştirme sürecinde eğitilebilir özelliklerle bireylerin belirli amaçlara ulaşmasını sağlayan planlı etkinlikler olarak da ifade edilmektedir (Keyifli, 2013, s. 106).

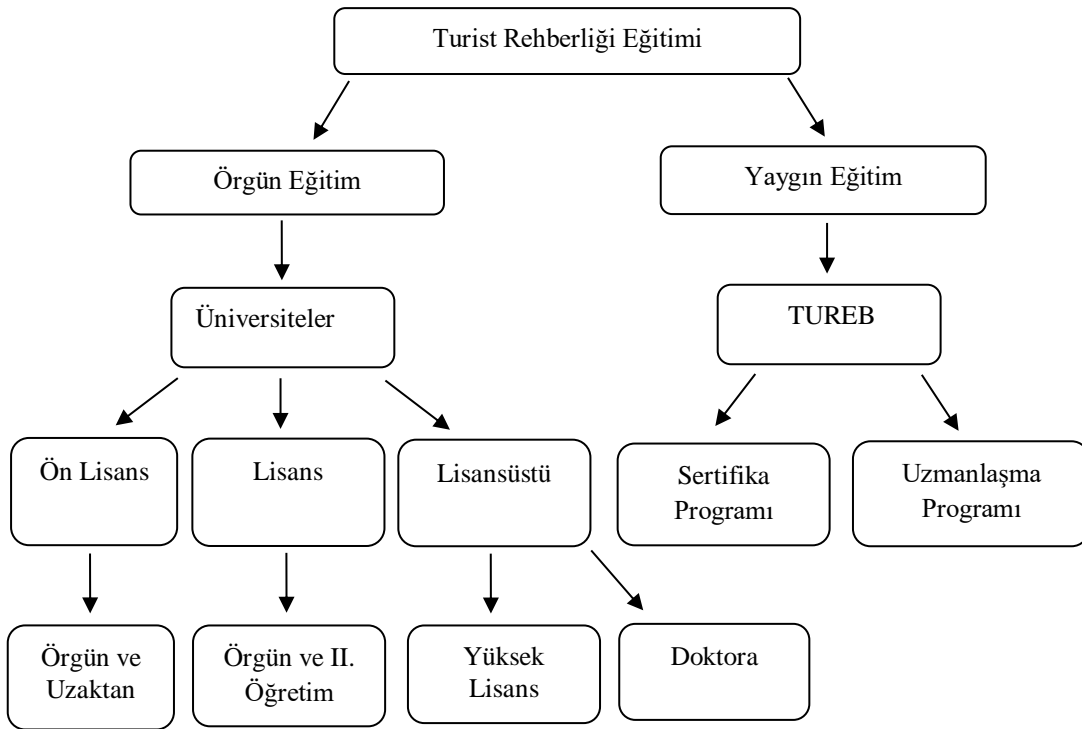
Turizm eğitimi ise genel olarak, güncel gelişmeler ve yeniliklerle ortaya çıkarılan metotların bilimsel ve mesleki eğitimler ile verilmesidir (Ünlüönen vd, 2010, s.146; Tuyluoğlu, 2003, s. 8; Baltacı vd, 2012, s.18; Solmaz, 2019, s.854). Bu husustaki amaçların bazıları şu şekilde açıklanmıştır (Mısırlı, 2002, s.42; Aymankuy,

2013, s.104; Ulama vd, 2015, s. 342);

- Temel ve mesleki eğitimler ile turizm felsefesini oluşturmak,
- Turizm endüstrisinin gelişimine katkıda bulunmak,
- Turizmin ekonomik kalkınmadaki önemini aktarmak,
- Ülke vatandaşlarına turizm bilinci kazandırmak,
- Gençlerin ve halkın turizme ilgisini çekmek,
- Nitelikli turizm eğitimcileri ve personelleri yetiştirmek,
- Turizm alanında üst düzey uzman yetiştirmek.

Turist rehberleri, turizm eğitimi çerçevesinde teorik ve uygulamalı olarak aldıkları bu eğitimler sayesinde yeteneklerini ve tutumlarını geliştirip mesleğe yansıtılmaktadır. Türkiye’de turist rehberliği eğitiminin, 1950 yıllarında kamu kuruluşları tarafından meslek kursları ile başlatıldığı, 1990 yıllarında Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde kurs programları ile yürütüldüğü ve 1995 yılları itibariyle ise turist rehberliği eğitimi yükseköğrenime taşınarak gelişme gösterdiği bilinmektedir (Eker ve Zengin, 2016, s. 6; Değirmencioğlu, 2001, s. 191; Çolakoğlu vd, 2017, s.194).

Türkiye’de turist rehberliği eğitimini Şekil 2’de şu şekilde özetlemek mümkündür:



Şekil 2. Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Eğitimi

Kaynak: Eker ve Zengin, 2016, s. 6’den revize edilmiş ve güncellenmiştir.

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi, Şekil 2’de gösterildiği gibi örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde düzenlenmektedir. Örgün eğitim sisteminde devlet ve vakıf üniversiteleri tarafından ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitimler verilmektedir. Ön lisans eğitiminde örgün ve uzaktan, lisans eğitiminde örgün ve ikinci öğretim, lisansüstü eğitiminde ise yüksek lisans (tezli ve tezsiz/ikinci öğretim) ve doktora düzeylerinde eğitim verilmektedir.

Yaygın eğitim sisteminde ise sertifika programları ve uzmanlaşma programları yer almaktadır. 2012 yılına kadar bu programlar, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından meslek kursları olarak verilmiştir.6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nun yürürlüğe girmesi ile mesleğe kabul şartları değişmiştir. Bu programların yürütülme hükmü ise Turist Rehberliği Odaları Birliği’ne (TUREB) bırakılmıştır.

Her iki eğitim programı, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın denetimi ve gözetimi dahilinde TUREB tarafından yürütülmektedir. Ayrıca programlar ile birlikte Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nun hemen ardından yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’nde de belirli uygulama gezileri ve seçme sınavı zorunlulukları getirilmiştir (<http-3>).

2.1.1.5.1. Örgün Turist Rehberliği Eğitimi

Planlı, programlı ve düzenli bir şekilde gerçekleştirilen örgün eğitim, belirli yaş grubundaki bireylere verilmektedir. Bu eğitim türünü alan bireylere ihtiyaç duydukları temel öğretiler kazandırılmaya çalışılmaktadır. Örgün eğitimde hem genel hem de mesleki eğitim olmak üzere iki alt konu başlığı altında hizmet verilmesi amaçlanmıştır (Yağcı, 2015, s. 43). Türkiye’de örgün turist rehberliği eğitimi sürekli olarak değişmekte ve gelişmektedir.

2.1.1.5.2. Ön Lisans Eğitimi

1990-1991 eğitim öğretim yılı itibariyle ilk kez Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu tarafından ön lisans eğitimi vermeye başlanmıştır (<http-15>). 1996-1997 eğitim öğretim yılı ardından ön lisans eğitimi Ankara Üniversitesi Beypazarı Meslek Yüksekokulu’na devredilmiştir (Tolga vd, 2015, s.28; Yenipınar ve Zorkirişçi, 2013, s. 123). Ankara üniversitesinin ardından Türkiye’nin farklı illerinde

yer alan üniversitelerde de ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitim programları açılmıştır. Bu üniversitelerde turist rehberliği adı altında eğitimler vermeye devam edilmiştir (http- 16).

2.1.1.5.3. Lisans Eğitimi

1996-1997 eğitim öğretim yılında ilk kez Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda 1997-1998 eğitim öğretim yılında da Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu bünyesinde olmak üzere turist rehberliği lisans programları açılmıştır (Tolga vd, 2015, s.28; Yıldırım Ulusoy ve Avcıkurt, 2019, s. 88).

Turist rehberliğinde lisans düzeyinde eğitim, fakülte (Turizm Fakültesi, İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi) ve yüksekokul (Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu) bünyesinde gerçekleştirilmektedir. Lisans üstü eğitim programları da Türkiye'nin farklı illerinde yer alan üniversitelerde vermeye devam etmiştir (http-17).

2.1.1.5.4. Lisansüstü Eğitim

Turist rehberliğinde lisansüstü eğitim kapsamında yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitimler verilmektedir. Lisans üstü programı bilimsel araştırmalara yoğunluk verilen bir eğitim türü olması sebebiyle öncelik verilen derslerin araştırma uygulamalarının ve yöntemlerinin olduğu görülmüştür. Türkiye'de lisansüstü programlar çeşitli üniversitelerde vermeye başlanmış ve zamanla artış göstermiştir.

2.1.1.5.4.1. Yüksek Lisans Eğitimi

Yüksek lisans eğitimi, bireylere uzmanlaşma imkanı sağlayan etkinliklerle birlikte bilimsel araştırma yöntemlerini öğretmeyi ve bilim insanı yetiştirmeyi amaçlayan programdır (Kahraman ve Bakırcı, 2010, s. 96). 2014-2015 eğitim öğretim yılında ilk kez Ege Üniversitesi Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu tarafından "Rekreasyon ve Turizm Rehberliği" adı altında tezli yüksek lisans eğitimi vermeye başlanmıştır (http-18). İkinci olarak, Gazi Üniversitesinde lisansüstü program tezli ve tezsiz şekillerde "Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Anabilim Dalı" olarak

açılmıştır (Deveci, 2016, s.76). Daha sonrasında tezli yüksek lisans programlarının sayısı artmış ve birçok üniversitede verilmeye başlanmıştır.

2.1.1.5.4.2. Doktora Programı

Doktora programı ilk kez 2021-2022 eğitim öğretim yılında, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesinde açılmıştır (http-19). Türkiye'nin ilk Araştırma Enstitüsü ünvanına sahip olan Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesinde "Turizm Rehberliği Doktora Programı" adı altında eğitim verilmeye başlanmıştır. Doktora programında 14 kişilik bir kontejan ile sektörde ihtiyaç duyulan akademik personel ihtiyacının karşılanması ve ülkesel düzeyde turist rehberi adaylarının yetiştirilmesi hedeflenmektedir (http-20). Bu şekilde turist rehberleri doktora düzeyinde kendini yetiştirme imkanı elde edebilmektedir.

2.1.1.5.5. Yaygın Turist Rehberliği Eğitimi

Yaygın eğitim, farklı yaş gruplarına göre sınıflandırılan ve uygun biçimde belirli sürelerle programlar oluşturulan eğitim türüdür (Yağcı, 2015, s. 43). Turizm rehberliği eğitiminde yaygın eğitim programı kapsamına sertifika ve uzmanlaşma programları dahil edilmektedir. Sertifika ve uzmanlaşma programlarında belirtilen şartlara ve gerekli bilgilere 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'ndan ve Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nden ulaşmak mümkündür.

2.1.1.5.5.1. Sertifika Programları

Sertifika programı, Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde belirlenen esas ve usuller çerçevesinde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında Turist Rehberleri Odaları Birliği tarafından düzenlenen dersler, konferanslar ve uygulama gezilerinden oluşan ülkesel veya bir ya da birden fazla bölgede düzenlenecek bölgesel turist rehberi yetiştirme programlarını ifade etmektedir (http-4). Yönetmelikte belirtilen bu esaslarda turist rehberi olabilmek için adayların sertifika programındaki şartları yerine getirmesi gerekmektedir. Bu şartlar, turist rehberi adaylarının ruhsatnamelerine ve çalışma kartlarına sahip olmalarını gerektiren aşamaları ve zorunlu dersler ile sınavları kapsamaktadır. Bu şartları yerine getiren adaylar, ruhsatnamesine ulaştıktan sonra

çalışma kartı için ilgili ve kayıtlı olmaları gereken odalara başvurularını gerçekleştirip turist rehberi olmak üzere mesleğe başlamaktadır (http-4).

2.1.1.5.5.2. Uzmanlaşma Eğitim Programları

Uzmanlaşma eğitim programları, turizm sektörünün ihtiyacına, turların içeriğine ve rehberlerin özel ilgi alanlarına göre farklılık göstermektedir. Ancak özel ilgi turları ve uzmanlaşma yetkisi bu mesleğin etik sorumluluklarının yanı sıra ayrıca bir hassasiyet gerektirdiği için rehberler bu alanlara yönelmek istediği programlarda daha fazla gelişme göstermeleri gerekmektedir. Bu bakımdan turist rehberlerinin katılım gösterecekleri uzmanlaşma eğitim programları belirli faaliyetler kapsamında gerçekleştirilmektedir.

6326 sayılı Turist Rehberleri Meslek Kanunu ve bu kapsamda hazırlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin rehberlikte uzmanlaşma eğitimi başlıklı 39. maddesinde turizm çeşitliliği dikkate alınarak, bölgelerine göre uzman turist rehberi yetiştirilmesi ve turist rehberlerinin çeşitli konularda eğitilmesi amacıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın gözetim ve denetimi altında Turist Rehberleri Odaları Birliği'nin uygun görüşü ile odalar tarafından ücretli veya ücretsiz uzmanlık eğitimi programları düzenlenebileceği belirtilmiştir (http-4). Turist Rehberleri Odaları Birliği'nin ve birliğe bağlı meslek odalarının uygun bulunduğu programlarla, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın onayı ile ilan edilen programlara talep oluşması durumunda uzmanlaşma eğitim programları düzenlenmektedir.

Uzmanlaşma eğitim programlarına katılım göstermek isteyen rehberlerin uzmanlaşma eğitim programlarını tamamlama şartlarını yerine getirmeleri gerekmektedir. Uzmanlaşma eğitim programını düzenleyen meslek odaları tarafından sınav sonuçları başarılı olanlar adına standartlara uygun olarak düzenlenen "Uzmanlık Sertifikası", Turist Rehberleri Odaları Birliği'ne gönderilmektedir. TUREB tarafından imzalanan uzmanlık sertifikası, rehberlerin bağlı bulunduğu odaya gönderilerek sicillerine işlenmektedir. Ayrıca, TUREB'in veri tabanında rehberin hangi konuda uzmanlaştığı belirtilmektedir (http-21).

Turist rehberlerinin ülkeyi tanıtmadaki rolü ve önemi yadsınamayacak boyuttadır (Topsakal, 2021, s. 100). Turizm eğilim fırsatlarını ve hızla değişen alternatif trendleri yakalayan turist rehberlerinin ülkeye kazandırılması ülke imajına

olumlu katkılar sağlamaktadır (Tanrısever vd., 2019, s. 55). Rehberlerin bu rolleri yansıtmasındaki en önemli yol ise kaliteli eğitim almalarından geçmektedir.

Yapılan değerlendirmeler sonrasında Türkiye’de turist rehberliğinin eğitim yapısında farklılıklar olduğu görülmektedir. Turist rehberliği eğitiminin yaygın eğitim türü olan 6 aylık kurs şeklinde verilen sertifika programı ile örgün eğitim kapsamında 2 yılda mezun olunan önlisans ve 4 yılda mezun olunan lisans programları ile verilmesi, turist rehberliği eğitimindeki farklılığın ana sebebini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, lisansüstü programlarda da tezli yüksek lisans eğitim içeriğiyle tezsiz yüksek lisans eğitimlerinin birbirini tamamlar nitelikte olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak turist rehberliği eğitimi, bütün programlarda bilimsel hazırlık aşamaları ve çalışmaları bakımından oldukça önemlidir.

2.1.2. Turist Rehberliğinde Kariyer

Kariyer, mesleki olarak atılan adımların tamamını içermektedir (Gökdemir vd, 2021, s. 108). Turist rehberliği mesleği, yaşam boyu öğrenmenin odaklı olduğu bu güzergahta uzun süreli bir yol kat etmeyi gerektirmektedir (Waddell ve Bauer, 2005, s. 2). Bu bakımdan turist rehberliği mesleğini tercih eden bireylerin kariyer planlamalarını oluşturma ve geliştirme zorunlulukları bulunmaktadır. Kariyer hedefleri, turist rehberi adaylarının demografik olarak tüm özelliklerini etkilemekle beraber sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik düzeylerine de katkıda bulunmaktadır (Özen, 2011, s. 84). Aynı zamanda kariyer hedefi, turist rehberi adaylarının mesleğe henüz adım atmadan farkındalık oluşturmaları açısından önemli bir amaç olarak görülmektedir.

Turist rehberlerinin planladıkları kariyer noktalarına ulaştıracak belirli süreçler bulunmaktadır. Bu süreçler; rehber adaylarının gelişim programlarını, mesleğe yönelik tutumlarını ve geleceklerine yönelik planlarını da beraberinde getirmektedir. Bu anlamda kariyer hedefi, bireylerin kariyer gelişiminin birer yol haritası durumundadır (Güldü ve Kart, 2017, s. 378). Turist rehberi adaylarının kariyer gelişiminin sorumluluğu tamamıyla kendilerinin izlenim ve çabalarıyla yürütülmektedir. Diğer yandan seçtikleri alanları çoğaltmak ve sürekliliği sağlamak kuşkusuz bir planlamayı ve çeşitli faktörleri gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda turist rehberlerinin kariyer planlamaları, yetkinlikleri, kariyer seçimlerini etkileyen faktörler ve kariyer yönetimi

yaklaşımları, rehberlerin turizm sektöründe aktif olarak yer alma niyetinin ardındaki nedenlere ışık tutulabilmesi için önem arz etmektedir.

2.1.2.1. Kariyer Kavramının Tanımı

Kariyer kavramı ile ilgili pek çok tanım mevcuttur. Kariyer, bireylerin bilgi, birikim, beceri ve tecrübeleri ile zaman içerisinde kazandıkları süreç olarak ifade edilmektedir. Aynı zamanda kariyer, elde edilen deneyimlerin somutlaştırılarak uzmanlaşma faaliyetlerinin geliştirilmesinde bireylerin rol, eğitim, iş ilişkileri ve üstlendikleri görevlerin tamamının dahil edildiği kavram olarak nitelendirilmektedir (Koca, 2010, s.57; Karakaya, 2013, s. 87).

Kariyer teriminin tercih edilen bir meslek olarak görülmesinin ya da belirli amaçlar doğrultusunda istenilen statüye ulaşılmasının temelinde iki ana faktörü esas almak mümkündür. Bunlardan ilki örgütlerin belirledikleri amaçlarda kariyer elde etme yollarını keşfetmede etmen olan örgütsel bakış açısı olarak kabul edilirken, diğeri ise bireylerin mesleki hayatlarında temel pozisyonlara yönelme hedeflerinin ve bunları konu alan içeriklere nasıl erişileceği yollarına ulaşma bakış açısıdır. Bu iki temel bakış açısındaki yönelimler bireylerin yaşamları boyunca yaptıkları işlerde edindikleri tecrübeler ile ilişkilendirilmektedir (Çeşmeci vd., 2020, s. 853).

Diğer bir ifadeyle kariyer; kişinin bireysel ve örgütsel hedefleriyle bağlantılı olarak koyduğu süreçleri kapsayan kendi yaşamında ulaşmak istediği hedefleriyle ve deneyimleriyle oluşturduğu gelişmelerin ve tecrübelerin bütünüdür (Gökdemir vd., 2, s. 108). Bu tanımların ışığında turist rehberlerinin bireysel kariyer hedeflerinde esas aldıkları yönelimlerin bu tanımlarla paralel olduğunu ele almak mümkündür.

2.1.2.2. Turist Rehberlerinin Kariyer Planlamaları

Turist rehberleri kariyer planlamalarında hem kendilerinin hem de dahil oldukları çevrenin düzeylerine uygun bir biçimde kariyer oluşturma veya kariyer hedefleri belirlemede etkili rol oynamaktadırlar. Turist rehberleri, potansiyel olarak gelişmek ve kariyerlerinde yükselmek istemektedirler. Rehberlerin meslek yaşamlarına girdikleri süreçlerden itibaren pek çok farklı değişimler söz konusu olmaktadır. Bu doğrultuda, rehberler kendi potansiyellerini ve hedeflerini ileri düzeye

taşıyabilecekleri yaklaşımlar ile kariyer planlaması yapmaktadır (Tüz, 2003, s. 172).

Kariyer planlamasındaki amaçlar bireylerin kendilerinin ve örgütlerinin oluşturacağı boyutlarla ilişkilendirilmektedir. Turist rehberleri de kendi amaçlarını ön planda tutarak etkili kararlar almada, fırsatları alternatifte çevirmede, deneyimleri rolleriyle sürdürmede, farklı disiplinlere yönelmede her türlü yaşam planlarını etkin kılabilirlerdir. Buradaki esas nokta turist rehberlerinin kariyer planlamalarını gerçekleştirirken yeteneklerini keşfetmeleri ve gelecekte ihtiyaç duyulabilecek etkin kişiler olarak ortaya çıkabilmeleridir (Özen, 2011, s. 91).

2.1.2.2.1. Turist Rehberlerinin Kariyer Planlama Aşamaları

Kariyer planlama aşamaları, mesleki yaşama girişi, mesleki gelişim boyutlarını, farklı iş imkanlarını ve mesleki yönelimlerin tamamını kapsayan süreçleri oluşturmaktadır. Kariyer planlaması, hem bireysel hem de örgütsel olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Bu her iki yaklaşım şekli bireylerin kariyer planlamalarındaki aşamaları şekillendirmektedir (Yetgin vd., 2018, s. 196).

Bireysel kariyer planlaması, bireylerin kendini keşfetme, değerlendirme ve gelişimlerini gerçekleştirdikleri aşamadır. Bireyler kendilerini değerlendirdikten sonra kariyer planlamaları yapabilmektedir. Bu süreçlerdeki en önemli aşama ise karar verme sürecidir. Bu bakımdan bireysel kariyer planlama aşamaları, 5 temel aşamadan oluşmaktadır. Bunlar, şu şekilde açıklanmaktadır (Özen, 2011, s. 93):

Kendini değerlendirme: Bu aşamada, bireylerin kendilerini objektif olarak değerlendirmeleri ve ilgileri ile tercihleri doğrultusunda seçimler yapması gerekmektedir.

Fırsatları araştırma: Örgütün bireye sunduğu meslek, eğitim ve gelişim olanaklarının bulunup tespit edildiği aşamadır.

Karar verme ve amaç oluşturma: Bireylerin kendilerini ve çevrelerini değerlendirdikten sonra kısa ve uzun dönemli amaçlarını belirledikleri aşamadır.

Hareket planı yapma: Bu aşamada önceden yapılan planların önüne çıkabilecek engellerin ve ihtimallerin hesaplandığı aşamadır. Bütün varsayımları hesaplayarak rehberlerin kariyerlerinde süreçleri devam ettirmeleri gerekmektedir.

Takip etme: Yapılan planlamaların güncel olarak sürdürüldüğü ve başarılı

sonuçların elde edilip edilmediği gibi analizlerinin yapıldığı aşamadır. Turist rehberlerinin bu aşamadan sonraki ulaşacakları nokta, kariyerlerinde gelişim süreçlerini takip etme ve yeni adımlarla desteklemeleri olmalıdır.

Hedefler, değer verilen amaçlara ulaştığında önem kazanmaktadır. Buna bağlı olarak rehberlerin amaçları, güçlü ve zayıf yönleri, değerleri değişkenlik göstermektedir. Rehberler kariyer planlamalarında çevrelerinin tanınmasını, öz değerlendirme ve gerçeklik kontrolünün tanımlanmasını, kariyer vizyonunun belirlenmesini, stratejik kariyer planının oluşturulmasını ve kendini tanıtmaya yönelik aşamalarda karşılarına çıkan araçları iyi yönetmeleri gerekmektedir (Yetgin vd., 2018, s. 198). Kariyer planları uygulanmak istenilen hedefe ulaştığında bazı sonuçları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda bireysel kariyer planlama aşamalarının üç sonucu ortaya çıkmaktadır. Bunlar (Gökdeniz, 2017, s. 127);

Hayat Planlaması: Bireylerin kendi kapasiteleri, ilgileri ve amaçları hakkında yeni sonuçların meydana gelmesidir.

Gelişme Planlaması: Gelecekteki gayelerin kişilerin ilerlemelerini sağlayacak ve bireysel kariyer gelişimlerine ışık tutacak planların devamlılığının sağlanmasıdır.

Performans Planlaması: Özel hedeflerin, iş önceliklerinin ve uzmanlaşma becerilerinin gelişme gösterdiği ve ödül beklentilerinin gerçekleştiği aşamadır.

Turist rehberleri, kariyerlerine ilişkin net hedefler belirlemelidir. Kendilerini değerlendirdikten sonra meslekleri için yapabilecekleri doğru ve ilgi çekici hedefler ile güçlü yanlarını ortaya koymalıdır. Zayıf yanlarını iyileştirmeye odaklanmalı, kendi değerlerini ve vizyonlarını kariyer olanaklarına yönelik benimsemelidirler. Örneğin, alanlarında kişisel nitelikleriyle ön plana çıkmak isteyen rehberlerin uzmanlaşma konusunda bilgilenmeye açık olmaları gerekmektedir.

2.1.2.3. Turist Rehberlerinin Kariyer Yönelimleri

Kariyer yönelimleri, bireylerin mesleki süreçlerini ve meslek seçimlerini etkileyen kararlarıyla işlev kazanmaktadır. Kariyer hedeflerinin belirlenmesinde önemli bir etmen olan karar verme süreci bireylerin sosyal ve psikolojik olarak etkilendikleri faktörlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Bireylerin eğitim düzeyleri, ülkenin sosyo-ekonomik yapısı, çevresel etmenler, aile etkisi ve kültürel normlar gibi

bağlamlar dışsal faktörlere bağlı olarak belirlenirken, bireylerin kendi kişisel beceri ve yetenekleri, motivasyonları ve tutumları ise içsel faktörlere dayandırılmaktadır (Özsoy vd., 2020, s. 854).

Kariyer yönelimleri bireylerin hayatlarının ilk yıllarında ortaya çıkmakta ve kişilerin iş ve yaşam tecrübesine göre gelişim göstermektedir. Kariyer yönelimleri, turist rehberlerinin mesleklerinde kendi özgüvenlerine, becerilerine ve iş deneyimlerine yönelik gelecekteki tutumlarını etkilemesi nedeniyle de oldukça önemlidir. Kariyer yönelimleri, turist rehberliği mesleğine ve rehberlerin kişilik özelliklerine dayandırıldığında rehberlerin vazgeçemedikleri güdülerine ve değerlerine dönüşebilmektedir. Bu bakımdan kariyer yönelimleri, turist rehberlerinin kariyerleri boyunca tecrübelerine bağlı olarak değişen seçimlerini etkilemektedir (Gezen ve Köroğlu, 2014, s. 216).

Bireylerin hayatında önemli bir yeri olan kariyer yönelimleri esnasında belirli kavramlar ön plana çıkmaktadır. Bunlar; “kariyer değerleri, kariyer yolu tercihleri, çok yönlü kariyer imkanları ve kariyer tatmini” gibi kavramlardır. Bu kavramlar, psikolojik, motivasyonel ve bilişsel tutumlara bağlı olarak kariyer yöneliminin devamını oluşturmaktadır. Kariyer yönelimlerinin temelinde kariyer değerleri ve kariyer yolu tercihleri ortaya çıkmaktadır (Türkay ve Eryılmaz, 2010, s. 181). Kariyer değerleri, bireylerin yetenek, temel ihtiyaç ve benlik kavramlarından meydana gelmektedir. Bu değerler, kariyer seçimlerinin arkasındaki nedenlerin sorularına yanıt aradığı araştırmaları kapsamaktadır. Bu hususta, bireyler kendi algıladıkları kabiliyetlerine, güdülerine ve tutumlarına bağlı olarak bu değerleri dengelemektedir (Koca, 2010, s. 58).

Bireylerin kariyer yolu tercihlerinde, bu değerlerle birlikte ne yönde hareket ettikleri görülmektedir. Kariyer yolu tercihleri, bireylerin bu eylemleri sağlamak adına sahip olmak istedikleri kariyer yolunda attıkları adımları ve devamında da yetkinlikleriyle birlikte beklentilerini ortaya koydukları durumlardır (Türkay ve Eryılmaz, 2010, s. 182). Bu iki kavram bireylerin hem kariyer sürecini hem de bu süreçteki başarısını etkilemektedir. Kariyer değerleri ve kariyer yolu tercihleri, turist rehberlerinin de kendilerinde gerekli gördükleri temel düşüncelerini oluşturmaktadır. Bu bakımdan kariyer değerleri ve kariyer yolu tercihleri, turist rehberlerinin başlıca kariyer yönelimlerinde ulaşmayı hedefledikleri yönelimlerini etkilemektedir.

Bireylerin yaşamsal süreçlerini kapsayan maddi araçlar, güç, objektif başarılar ve psikolojik olarak başarıya götüren bütün yönelimlerde çok yönlü kariyer değerleri ortaya çıkmaktadır. Çok yönlü kariyer kavramının, değer odaklı ve öz-yönetimli olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Değer odaklı kariyerde bireyler, kendi koşullarına göre kariyerlerini yönlendirirken, öz-yönetimli kariyerde ise kişisel değerlerine ve kendi gelişim süreçlerine göre kariyerlerini yönlendirmektedir. Her iki yaklaşım şekli kişisel niteliklere göre belirlenmektedir (Seçer ve Çınar, 2011, s. 52).

Bireylerin kariyer yönelimleri, çeşitli değerleri ve tercihleri sonucu yönettiği sürekli olarak bir üst basamağa ilerlemeyi hedeflediği yaklaşımlardır. Ancak, bütün bu bahsedilen yaklaşımlar, bireylerin faaliyet gösterdiği çalışma kollarıyla uygunluk gösteriyorsa bireylerin kariyer bütünleşmesi gerçekleşebilmekte veya kariyerlerinde tamamıyla iş tatmini yaşanabilmektedir. Buradaki esas nokta kariyer tatmini olmalıdır. Bireylerin kariyer değerleri seçimlerini kolaylaştırırsa da temelde karşılaştıkları tatmin olma eylemi, kariyer yönelimlerinin devamlılığını sağlamaktadır. Bu nedenle kariyer tatmini hedef ve beklentilere ulaşma derecesine ilişkin algıları ifade etmektedir. Kariyer tatmini bireylerin başarılarını ve umutlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamlar; kariyer esnasında yakaladıkları başarıları ve gelecekte plandıkları beklentileri etkileyen faktörlerdir. Böylece bireyler aşama aşama yetkinliklerine ulaşabilmektedir (Sakal ve Yıldız, 2015, s. 6613).

Sonuç olarak kariyer yönelimlerinin kariyer tatmini üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu etmenlerin fonksiyonel oluşumlarını yine bireyin kendisi sağlamaktadır. Turist rehberlerinin de bilgi, beceri, iş tecrübeleri ile kariyer yönelimlerini desteklemeleri gerekmektedir. Rehberlerin kariyer değerleriyle birlikte ortaya çıkan bağlaşıklık bütün faktörler onların algıları, yaklaşımları, yönetim ve tatmin olma duyguları ile ilgilidir. Bu bağlamda; rehberlerin kariyer yönelimleri; kişilik özellikleri, tutumları, tercihleri, beklentileri ve öz otorileri ile bağlantılıdır.

Alanyazında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, turist rehberlerinin kariyer yönelimlerinin mesleki tutumlarına bağlı olarak gösterdikleri olumlu ya da olumsuz yaklaşımlarla değişkenlik gösterdiği, üniversite eğitimi esnasında rehberlerin zaman içerisinde kariyer hedeflerinin ve yönelimlerinin tercihleri doğrultusunda geliştiği ve turist rehberlerinin meslek seçimleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin belirlenmesinde, mesleklerinden memnun olan turist rehberlerinin kariyer yönelimlerine bilinçli karar verdikleri ve kariyer yapma düzeylerinde doğrudan bir

ilişki olduğu bilgisine ulaşılmıştır (Gezen ve Köroğlu, 2014, s. 218; Karacaoğlu ve Duran Cankül, 2021, s. 1621; Özsoy vd., 2020, s. 857).

2.1.2.4. Turist Rehberlerinin Kariyer Seçimlerini Etkileyen Faktörler

Bireyler, kariyer seçimlerini yaparken birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörlere göre bireyler, kendilerine uygun kariyerleri seçme imkanlarını edinmektedirler. Kariyer seçimine etki eden faktörler, iki grupta incelenmektedir. Birinci grupta; bireylerin ekonomik güçleri, eğitimi, aile-çevre ilişkileri ve kültürel etmenlerinin bulunduğu sosyal faktörler yer almaktadır. İkinci grupta ise bireylerin tutum ve değerlerini içeren psikolojik faktörler bulunmaktadır. Sosyal faktörler, bireylerin mesleki seçimlerini etkileyen temel faktörlerdir. Bireyler ekonomik durumlar, toplumsal algılar, çevresel değişkenler, sosyal etkileşimler, etnik değerler ve aile şartları gibi etmenlerle mesleklerinde kariyer seçimlerini yapma eğilimi göstermektedir. Bu faktörler, bireyden bireye farklılık göstermektedir. Ancak bireylerin bu sosyal faktörlerin etkisiyle kariyer seçimlerini biçimlendirdiği görülmektedir (Pehlivan, 2008, s. 51).

Aynı şekilde, bireylerin kariyer seçimlerinde mesleğe yönelik ilgi duyduğu değerleri, yetenekleri, güduları ve elde edeceği tatmin duygusu gibi faktörlerin yanısıra kişisel özellikleri de etkili olmaktadır. Bu yaklaşımlar psikolojik faktörler olarak ele alınmaktadır. Bireylerin kişiliklerini, demografik özelliklerini, duygusal zeka düzeylerini, bilişsel tavır ve tutumlarını, beklentilerini ve algılarını içeren bütün etmenler, psikolojik faktörler olarak değerlendirilmektedir (Pehlivan, 2008, s. 51). Psikolojik faktörlerde bireylerin kişilikleri ile kariyer seçimlerinin uyumlu olması, maddi beklentileri, sahip oldukları değerleri değiştirme konusunda direnç gösterme seviyelerinin yüksek olması, kariyerlerini değiştirme konusunda doğru kararlar vermesi, iş seçimlerini yaparken gösterdikleri tutumlar ve görüşlere açık olması, bireylerin kariyer seçimlerine etki eden önemli psikolojik faktörlerdir (Özen, 2011, s. 84).

Bu faktörler turist rehberlerinin kariyer seçimlerini de doğrudan etkilemektedir. Özellikle turizm sektörünün en önemli yapı taşı olan rehberlerin, kariyer seçimlerini yaparken her faktörü doğru değerlendirmesi gerekmektedir. Rehberlerin doğru kararlar vermeleri, doğru kariyer tercihleri

oluşturmalarında büyük önem taşımaktadır. Bu bakımdan bu faktörler turist rehberlerinin kariyer seçimlerinde büyük rol oynamaktadır.

İlgili alanyazında gerçekleştirilen çalışmalara bakıldığında, bireylerin, kişisel özellikleri ile kariyer hedeflerinin uyumlu olduğu, bireylerin aldıkları eğitimler ile kariyer seçimleri arasında paralel bir ilişki bulunduğu, kariyer seçimlerinde öğretmen ve turizm paydaşlarının rollerinin olduğu, bireylerin mesleğe yönelik memnuniyet düzeylerinin olumlu ya da olumsuz olmasının mesleki tutumlarının, algılarının ve beklentilerinin kariyer seçimlerini etkileyen faktörler olduğu görülmektedir(Toksöz ve Çapar, 2019, s. 263; Gökdemir vd., 2021, s. 110; Tolga vd., 2015, s. 30; Duman, 2006, s. 53; Çatı ve Bilgin, 2013, s. 33).

2.1.2.5. Turist Rehberlerinin Kariyer Yönetimi

Kariyer yönetimi, bireylerin kendilerini analiz etmelerini sağlayan faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Esasında kariyer yönetimi, kariyer planlaması ve kariyer geliştirme olmak üzere iki bileşenden oluşmaktadır. Kariyer planlamasında bireyler kısa, orta ve uzun dönemli hedeflerini ve eylemlerini gerçekleştirmek için kararlarını belirken, kariyer geliştirmede bireyler yaşamları boyunca ulaşmak istediği faaliyetlerinin tamamını bu aşamada gerçekleştirmektedir (Yıldırım ve Güzel, 2019, s. 62).

Bu bakımdan kariyer geliştirme aşamalarında bireyler belli safhalarla bu süreci ilerletebilmektedir. Kariyer geliştirme aşamasında bireyler, çalışma yaşamlarına geçtikleri için beklentilerini ve istediklerini sahip oldukları imkanlara ya da bir sonraki hedeflerinde belirledikleri düzeylere göre değerlendirmektedir. Kariyer yönetimi, en başta bireylerin hedeflerini belirleme, örgütlere giriş yapma ve mesleğe başlangıç gibi kariyerleri yolunda ilk adımlarını attıkları aşamalarla gelişmektedir. Kariyer yönetiminin gerçekleştirildiği aşamaları; kariyer kurulma aşaması, kariyer ortası ve kariyer sonu şeklinde safhalara ayırmak mümkündür (Özen, 2011, s. 87).

Kariyer kurulma aşamasında bireyler, kariyer planlamalarıyla bu sürece başlamaktadır. Farklı kaynaklarla iş arayışına girişmekte ve mesleğe giriş aşamalarını gerçekleştirmektedir. Bireylerin bu aşamadaki en önemli kariyer yönetim algıları, güven ve kararlılıklarıyla gelişmektedir. Kendi değerlerini ve ilgilerini keşfeden bireyler, kabul aşamasını öğrenmekte ve güvenlik ihtiyacını karşılamaktadır. Bu

sürede çalıştıkları örgütlerle de çalışmalarını geliştiren bireyler tutumlarının etkinliğe dökme aşamasına geçmektedir. Bu dönemdeki en büyük tehlike, kaygı ve gelecek şoku olarak ortaya çıkmaktadır (Atay, 2006, s. 15; Özen, 2001, s. 88). Bu faktör, turist rehberlerinin en büyük korkularını oluşturmaktadır. Bunun başlıca sebebi mesleğin özelliklerinin ve dış faktörlerin çalışma hayatına getirdiği olumsuzluklardır. Ayrıca sadece beklentilerle yola çıkanların girişimleri aynı doğrultuda olmadığına hayal kırıklığına dönüşebilmektedir. Bu aşamadaki en önemli kriter öğrenme ve gelişime odaklı olunmasıdır. Turist rehberlerinin verimli, iş tatminine olumlu katkılar sağlayacak hedefler belirlemesi ve fark yaratmaları için çaba göstermeleri gerekmektedir.

Kariyer ortası, bireylerin daha bağımsız olduğu ve ihtiyaçlarının tatmin edilme kısmına dönüştüğü aşamadır. Bu aşamada, sorumluluk ve öncülük gelişmektedir. Bu aşamada başlıca üç olasılıkla karşılaşmaktadır. Bunlar; mevcut kariyerin devam edip en zirveye ulaşması, daha üst pozisyonlar için bireyin yetersiz kalması ve kariyerini sadece korumak istemesi, son olarak ise kariyerinde gerileme sürecine girmesidir. Bu durumlar bireyin iş tatmini, pasifliği veya performansı ile ilgilidir (Şahinöz, 2006, s. 21). Turist rehberlerinin de mesleklerinde en üst noktalara ulaştıkları aşama kariyer ortasıdır. Özellikle performansa dayalı bir meslek olmasından dolayı rehberlerin sürekli olarak gelişim göstermeleri ve tecrübe edinmeleri onları uzman ve aranan kişilere dönüştürmektedir. Ayrıca bu aşamadaki tüm çabalar, rehberlerin yetkinlikleri ile örtüşmektedir.

Kariyer sonu olarak değerlendirilen son aşamada ise bireyler, öğretici faaliyetlere geçmektedir. Bireyler öğretici yönlerini, tecrübelerinin en değerli ve yoğun oldukları kısımda değerlendirmektedir. Dolayısıyla emeklilik aşamasında da kariyerlerinin tamamladıkları ve kendilerine başka fırsatlar yarattıkları dönemle kariyer yönetimlerini sonlandırmaktadır (Şahinöz, 2006, s. 22). Kariyer yönetimi, kariyer kurgusu oluşturma, kariyer dönüşümü için kararlar alma, rollerini bütünleştirme, beklentileri ile yetkinlikleri birleştirme ve geliştirme süreçlerinin ömür boyunca devam ettiği bir süreçtir (Yıldırım ve Güzel, 2019, s. 62).

Turist rehberlerinin kariyer yönetimleri kendi bireysel çabalarıyla ilerlemektedir. Bunun sebebi turizm örgütlerinin hiyerarşik bir piramitte yer almasıdır (Tüz, 2003, s. 175). Rehberler örgütlerle ekip halinde çalışma imkanını çok zor elde etmektedir. Bu durumda da kariyer yönelimlerinden itibaren bütün bu aşamalar

rehberlerin kendi çabasına bırakılmaktadır.

Kariyer kavramı olumlu bir kavramdır. Ancak ömür boyunca bireylerin bu yolda kendilerini geliştirmek durumunda kalması, onların teknik becerilerine ve donanımlarına bağlıdır. Rehberler bu aşamada sosyal medya araçlarından ya da uzmanlaşma faaliyetlerinden faydalanabilmektedir. Bu hususta rehberlerin kariyer yönetimi konusunda cesaretlendirilmesi ve uzmanlaşma imkanlarına daha fazla önem verilmesi gerekmektedir. Bunların dışında meslekten olumsuz etkilenen rehberler, bu durumları kariyer engelleri olarak değerlendirip mesleği etkin bir şekilde gerçekleştirememektedir.

2.1.2.6. Turist Rehberlerinin Kariyer Engelleri

Bireysel kariyer engelleri, bireylerin algıladıkları temel yetenekler, ihtiyaçlar ve tutumlara göre değişiklik gösteren değerlerden oluşmaktadır. Bu sebeple kariyer engelleri, mevcut durumlar üzerine kurulmaktadır. Ancak bu engeller meydana gelmeden önce planlanan ve yapılan seçimler var ise bu durum, kariyer engeli olarak tanımlanmamaktadır. Kariyer engeli, bireylerin ön gördükleri süreçlerde örgütler ile nasıl ve ne için ilişki kurduğunu açıklamaktadır (Tüz, 2003, s. 175). Bu durumda kariyer engeli ihtiyacı karşılanmaz ise bireyler istedikleri konuma ulaşamaz. Bireyler, kariyerlerinde engellerle karşılaşmamak için bu ihtiyaçları ile mücadele etmektedir;

- Teknik fonksiyonel mükemmellik arayışı,
- Genel yönetsel mükemmellik yolları tanımlama,
- Bağımsızlık imkanı,
- İş güvencesi,
- Yaratıcılığı kullanma becerisi,
- Hizmet ve sorun çözme olanakları.

Bu etmenler bireylerin kariyer engeli yolunda ihtiyaç duyabilecekleri temel unsurlardır. Aynı zamanda hayat tarzı, girişimcilik ve bir amaca yönelik hizmet etme anlayışları da kariyer engelini önlemedeki önemli faktörler olarak eklenebilmektedir (Tüz, 2003, s. 176).

Turist rehberlerinin kariyer engelleri üzerine alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde ise, turist rehberliği mesleğinin özelliklerine yönelik bakış açılarının kariyer yapma konusunda karar verilmesini etkilediği, turizm eğitimindeki eşitsizliğin haksız rekabetleşmeye yol açtığı ve bu durumun da mesleğe yaklaşımı ve kariyere

odaklanmayı olumsuz etkilediği, turizm bölümünün istenmeyerek tercih edilmesinin bireyin kariyer hedefinde birer engel durumu oluşturduğu, iş garantisinin olmayışı, turizm faaliyetlerinin amaçlarını gerçekleştirmede geç kalması ve sektörde yeterli düzeyde çalışmalar yapılmaması, uzmanlaşma eğitimlerinin yetersiz olması ve turizm sektörünün yarattığı kriz ortamları ile belirsizliklerin kariyer engeli olarak turist rehberlerinin karşısına çıkan engeller olduğu görülmektedir (Yıldırım ve Güzel, 2019, s. 63; Aymankey ve Aymankey, 2013, s. 5; Çavuş ve Kaya, 2015, s. 105; İlğaz Yıldırım ve Toker, 2017, s. 78; Pelit ve Güçer, 2006, s. 146; Üngören, 2007, s. 16; Yetgin vd., 2018, s. 200).

Turizm sektöründe her an karşılaşılabilecek bu kaygıların dışında önlem alınabilecek başka engeller de ifade edilmiştir. Ancak rehberlerin başarılı olabilmesi için her şarta uyum göstermesinden ziyade, kendilerini rahat, umutsuzluk seviyesinin yüksek olmadığı, olumlu sonuçlarla karşılaşması önemlidir. Bu açıdan rehberler kariyerlerinde hedefledikleri bütün koşullara yönelik bu engellerle baş edebilme ile ilgili bilgi sahibi olmalıdır.

2.1.2.7. Turist Rehberlerinin Kariyer Planlamalarında Yeni Yaklaşımlar

Kariyer planlamalarında bireyler sürekli olarak tek bir alanda ilerlemeyi değil aksine belirledikleri disiplinlerde uzman olabilecekleri ve tecrübe kazanabilecekleri gelişimleri takip etmektedirler. Bu yaklaşıma günümüzde “kariyer mozaığı” denilmektedir. Bu parça parça kariyer gelişimi sisteminde ele alınan nokta bireylerin kariyer olanaklarını birleştirmesidir (Tüz, 2003, s. 175). Burada vurgulanmak istenen örgüte bağlı hiyerarşik sistem dışında kariyer stratejisi oluşturan bireylerin kariyer yollarının arkasında kendisinin rol almasıdır. Bu doğrultuda bireylerin basamakları çıkması konusunda cesaretlendirilmesi ve örgüt yapısı içerisinde kalmaması gerekmektedir.

Turist rehberlerinin kariyerlerinde söz konusu başarıyı elde etmeleri ve kendi uzmanlık alanlarında tecrübe kazanmalarını sağlamaları rehberlerin bireysel çabalarıyla gerçekleşmektedir. Rehberler, kendi kariyer imkanlarını kendileri yaratmaktadır. Bunları oluştururken ise çeşitli yollara başvurmaktadır. Bu yöntemler ya sosyal araçlar ile ya da kendi disiplinleriyle gerçekleştirilmektedir. Teknolojinin iletişim yapısı, turist rehberliğinde yeni nesil turist rehberliği kavramının ortaya

çıkmasını sağlamıştır. Günümüzde bireyler ve kurumlar arası iletişim sağlamada en kuvvetli araçlar haline gelen sosyal medya, turist rehberlerinin kariyerlerinde kullandıkları etkili platformlar haline gelmiştir. Bu şekilde sosyal medya araçlarını aktif bir biçimde kullanan rehberler geniş kitlelere ulaşabilmekte ve kariyerlerinde daha fazla dikkat çekmektedir (Akyurt Kurnaz ve Ön Esen, 2019, s. 493).

Bir diğer önemli kariyer yaklaşımı ise uzmanlık alanıdır. Turist rehberliği mesleğinin bir çok bilim dalı ve sanat türleriyle iç içe olması, rehberlere uzmanlaşma olanağı yaratmaktadır. Bununla birlikte turizm sektörünün her geçen yıl yeni arayışlar içerisine girmesi uzman rehber ihtiyacını artırmaktadır. Günümüzde uzmanlaşma kavramı sadece turizm sektöründe ortaya çıkan bir hareketlilik değil, birçok sektörde de ihtiyaç duyulan uzman insan gücüdür. Bu bakımdan uzmanlaşma, profesyonel hizmetin verildiği bir gereksinim haline dönüşmüştür. Rehberlerin de uzmanlaşma eğilimlerine olan yaklaşımları, aranan bireyler olmak, kariyer imkanının olması ve alanında tecrübe sahibi olmak istemeleri ile ortaya çıkmaktadır (Yenipınar ve Yılmaz, 2019, s. 8).

Uzmanlaşmayla birlikte rehberler marka turist rehberi, uzman rehber gibi kavramlar ile sektörde tanınmaktadır. Sektörde kendi tarzını oluşturan, acentalar tarafından aranılan ve yenilikçi olan rehberler turizme, turiste ve turist rehberliği mesleğine de olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda uzmanlık alanlarına yönelmek, rehberlerin kariyerlerini geliştirmelerini sağlayan en önemli adımdır. Uzmanlaşma oldukça geniş bir çalışma alanı olması sebebiyle rehberler daha önce gerçekleştirilmemiş uzmanlık alanlarına yönelmektedir. Bölge, il veya herhangi bir konu üzerine uzmanlaşmayı hedefleyen rehberler, özel ilgi turizmi kapsamında da dikkat çekmektedir (Akpınar ve Avcı, 2021, s. 760).

2.1.3. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma ve Uzman Rehber Kavramı

Turist rehberliği mesleğinde ortaya çıkan çeşitlilikler ve turizm ürünlerinin farkındalık kazandırılması gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda turist rehberliğinde uzmanlaşma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2020, s. 36). Türkiye’de uzmanlaşma gereksinimi incelendiğinde, Anadolu’nun zengin, doğal, kültürel miras ve değerlerini doğru ve eksiksiz bir şekilde ele almak oldukça zordur (Tetik, 2012, s. 201). Özel ilgi alanlarında turizm ürünlerini tanıtmaya ve değer

kazandırma açısından uzmanlaşma, turizm sektöründeki sürdürülebilirliğe de katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda düzenli çalışma imkanı sunan uzmanlaşma ile aranılan niteliği taşıma özelliğine sahip olmak ve farkındalık yaratmak uzmanlaşma olanaklarının da ilerlemesini ve farklı yöntemlerle eğilimlerin oluşmasını sağlayabilmektedir (Yenipınar ve Yılmaz, 2019, s. 4).

Bu açıdan uzmanlaşmaya olan eğilimlerin artmasıyla turist rehberliği mesleğinde uzman rehber kavramı ortaya çıkmıştır. Uzman rehber, belirli alanda uzmanlaşmış ve gerçekleştirilen turlar ile faaliyet gösteren kişidir. Rehberlerin çeşitli alanlarda uzmanlaşması özel ilgi konularına, destinasyonlara, turistik faaliyetlerin türlerine ve onların kişilik özelliklerine göre değişiklik göstermektedir. Bu bakımdan uzman rehberlerin belirledikleri alanlarda oldukça donanımlı olmaları gerekmektedir. Tur programlarındaki olanakların ve memnuniyetin iyi şekilde gerçekleşmesiyle birlikte uzman rehberler ihtisalaşmakta ve uzmanlık alanlarında beklentileri karşılamaya yönelik kazanım elde etmektedirler (Akpınar ve Avcı, 2021, s. 758). Böylece, turist rehberleri, uzmanlığın getirdiği imkanlar ile alanlarında potansiyellerini uzman rehber olarak kanıtlayabilmektedir (Pelit ve Katırcıoğlu, 2018, s.75).

Turist rehberleri, turistlerin ön yargılarını değiştiren, yanlış bilinen bilgileri açıklayıp yerinde bilgi sunan ve ülkenin kaynaklarına ışık tutan tutum ve davranışlarıyla güvenilirliği artırıp profesyonel hizmet sağlamayı hedeflemektedirler. Turist rehberleri, mesleklerinde doğrudan hizmet sağlamayı ve uzmanlaşarak alanlarında benzersiz deneyimler yaşatmayı bir görev olarak üstlenmektedirler (Köroğlu, 2011, s. 235).

2.1.3.1. Uzmanlaşmanın Tanımı

Günümüz endüstrisinde teknolojinin yaşamın her haline dahil olmasıyla işletmeler, geçici, profesyonel olmayan ya da henüz tamamlanmamış alanlarda sektörel olarak büyüme kaydedememektedirler. Bu sebeple, “hız çağı” olarak da adlandırılan bu çağ, küreselleşmenin verdiği hareketlilikle alanında uzman insan gücüne ihtiyaç duymaktadır. Doğrudan yoğunlaşma ve kolektif bir etki yaratma amacı güden turizm endüstrisinde, insan kaynakları üzerinde nitelik, istihdam ve doyum düzeylerinde paralel bir ivme kazandığı belirtilmiştir (Köroğlu ve Merter, 2012, s.

216). Özellikle turizm alanında yeni trendlerin ve güncel gelişmelerin daha hızlı boyut kazanmasıyla yoğun bir rekabet ortamı açığa çıkmıştır. Bununla birlikte hizmet kalitesini artırmaya hedefli, profesyonel ve seçici gereksinimler önem kazanmıştır (Akova vd, 2007, s. 276).

Günümüzdeki genel tanımıyla uzmanlaşma, belirlenilen alanlarda kendini geliştirmeyi ve yetiştirmeyi hedefleyen kişilerin derinlemesine bilgi ve deneyimle katkı sağladıkları alanlardır. Aranılan alanlarda uzman kişi olarak güvenilir ve yetkin bilgi sunabilen uzman turist rehberleri aracılığıyla da talep edilen tur ve ürün çeşidine göre bu ihtiyaçlar karşılanabilmektedir. Ayrıca uzman rehberler, alanlarına yönelik yeni dinamizm ve özgünlük kazanmaktadır (Yenipınar ve Yılmaz, 2019, s. 2).

2.1.3.2. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimleri

Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri, turizm sektöründe ortaya çıkan çevresel faktörlerin etkisiyle ya da bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda gelişmektedir. Rehberler kişisel gelişim, marka rehber olma, farkındalık yaratma veya kariyer imkanlarını geliştirme gibi olanaklar ile mesleki süreçlerine yön vermektedir. Aynı zamanda uzmanlık alanlarının çoğalmas ve sektörel hızın sürekli olarak değişmesiyle turist rehberliği mesleğinde belirli alan üzerinde uzmanlaşma ihtiyacı kaçınılmaz hale gelmiştir (Köroğlu ve Ulusoy Yıldırım, 2018, s. 297).

Bu ifadelerin ışığında uzmanlaşma eğilimleri, rehberlerin mesleki süreçlerini ve seçimlerini etkilemektedir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimlerini etkileyen temel faktörlerin başında eğitim eşitsizliği ve yetersizliği gelmektedir. Turizm eğitimi sektörde değil, önce okulda başlamaktadır. Turizmde hizmet veren kişilerin başında turist rehberleri gelmektedir. Yükseköğretim kurumlarında kendilerini yetiştirememiş rehberler, ülkenin ekonomik, kültürel ve sektörel kalkınmasına da destekte bulunamamaktadır. Mesleğin icrası karşısında çalışma kartını elde etmiş her rehber, uzman rehber veya uzman akademik personellerin yetiştirilmesi açısından eğitimlerinde lisans derecesini bitirerek uzmanlık alanlarına yönelmektedir (Türkeri, 2014, s. 10; Tetik, 2015, s. 62; Celep, 2022, s. 32; Güzel ve Köroğlu, 2015, s. 160). Rehberler yönelim sağladıkları alanlarda sadece eğitim düzeylerini artırmakla kalmayıp kişisel gelişimlerine, kariyerlerine ve turizm sektörüne de büyük fayda sağlamaktadır. Bu sayede alanında uzman rehberler, işe alma önceliğini elde

etmektedir. Aynı şekilde turizm işletmelerinin turist rehberliği alanında profesyonel hizmet ihtiyacını karşılamak için belirli kriterler aradığı, örneğin rehberlerin deneyimlerine ve eğitim seviyelerine göre onları işe aldıkları görülmüştür (Köroğlu ve Merter, 2012, s. 234).

Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimlerinde ön plana çıkan diğer önemli etmenler ise rehberlerin marka rehber olma imkanları, kariyer yönelimleri ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunacak alanlarda farkındalık yaratma olanaklarıdır. Sunulan bu kavramlar her ne kadar ayrı ayrı değerlendirilse de bu kavramların uzmanlık eğilimi içerisinde bir bütün olarak ele alınması gerekmektedir. Çünkü uzman rehberlerin marka rehber olarak adlandırılması ve alanlarında uzman rehber olarak bilinmesi kendilerinin zamanla mesleklerine yön vermeleri ile gerçekleşmektedir. Bu bakımdan uzmanlaşma eğilimleri aslında rehberlerin ve sektörün ihtiyacına göre değişiklik göstermektedir. Bütün bu değerlendirmeleri tek bir çerçeve altında birleştirmek gerekirse turist rehberliğinde uzmanlaşma gereksinimi güçlü ve potansiyel hizmet olanağı sağlamaktadır. Dolayısıyla turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri; rehberlerin imajının güçlenmesinde, profesyonel hizmet sağlanmasında, ülkenin geçmişine ve geleceğine ışık tutulmasında, öğrenci gruplarının yeterli düzeyde eğitim almalarında ve örnek turist rehberlerinin yetiştirilmesi konusunda önem teşkil etmektedir.

2.1.3.3. Turist Rehberlerinin Uzmanlık Alanları

Turistlerin zamanla beklentilerinin ve ihtiyaçlarının değişmesiyle bu beklentilerinin ve ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik birçok özel ilgi alanı ve yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır. Özel ilgi turistlerinin en temel motivasyonları seyahat destinasyonları değil özel ilgi alanlarının sürdürülmesidir. Bireylerin belirlenen ilgi alanlarının ön plana çıkarılması gerektiği için özel ilgi turizmüne yönelim yoğunlaşmaya başlamıştır (Tanrısevdi ve Şenol, 2003, s. 10; Arslan, 2021, s. 117; Yumuk ve Demirel, 2022, s. 212; Celep, 2022, s. 30). Bu doğrultuda özel ilgi turizmi, kişiden kişiye değişiklik gösteren çeşitli ilgi alanlarına odaklanan turizm türüdür. Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nde turist rehberlerinin uzmanlıkları ile ilgili mevzuat gereğince, Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetiminde ve gözetiminde uzmanlık eğitim programları düzenlenmektedir. Bu programlarda

gerçekleştirilen eğitimlerde uzmanlık alanları, “konu, etkinlik ve bölge uzmanlığı” olmak üzere üç ana başlık altında toplanmaktadır. Konu uzmanlığında turist rehberleri gastronomi, inanç, botanik, mimarlık ve arkeoloji gibi alanlarda uzmanlaşma imkanı edinirken, etkinlik uzmanlığında dalgıçlık, dağcılık ve bölge uzmanlığında ise müze, milli park ve kültür rotalarında uzmanlaşabilmektedir (Köroğlu ve GÜdü Demirbulat, 2017, s. 63; Başoda vd, 2018, s. 1815).

Uzmanlık alanları her geçen gün gelişmekte ve yeni ilgi alanları ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple, uzmanlık alanlarının tamamını belirli sınırlılıklar içerisinde ayırt etmek mümkün değildir. Bu kapsamda, uzmanlık alanlarını belirli konu başlıkları altında toplamak gerekmektedir. Aşağıda Türkiye’deki çeşitli uzmanlık alanları açıklanılarak, yaygın olarak tercih edilen özel ilgi turlarında uzmanlaşmanın önemine değinilmiş, turist rehberlerinin sahip olması gereken özelliklerine, uzman rehber ihtiyacına ve turist motivasyonlarına yer verilmiştir.

2.1.3.3.1. Kültür ve Sanat Rehberliği Alanında Uzmanlaşma

Kültürel kimlikleriyle birbirlerinden ayrılan ülkelerin, bölgelerin insanları sahip oldukları kültürel mirasları, mimari değerleri ve sanatları yoluyla kendilerini ifade etme imkanına sahip olmaktadır (Özgürel ve Baysal, 2018, s. 4728). Bu açıdan kültür ve sanat alanında derinlemesine bilgi sahibi olma oldukça önem kazanmaktadır. Kültür ve sanat kavramları birbirinden farklı faaliyetleri aynı zamanda da ortak etkileşimleri kapsayan son derece geniş kavramlardır. Bu nedenle kültür ve sanat rehberliği alanında uzmanlaşma, çok uzun emek gerektiren bir uzmanlaşma alanıdır. Bu yaklaşımın esas sebebi günümüz turist kitlelerinin öğrenmeye meraklı, keşfedici ve çok yönlü bakış açılarıyla hareket etmeleridir. Alışagelmiş tatil konseptlerinin dışında kültür ve sanat amaçlı seyahat edenlerin çoğunu kültür ve sanat turistleri oluşturmaktadır. Genellikle de kültür ve sanat turlarını benimseyen turistlerin yaklaşımları, eğitim düzeyleri ve ilgi alanları farklı olmaktadır. Bu bakımdan meraklı ve bilgi düzeyi yüksek gruplar halinde belirlenen kültür ve sanat turistleri için uzman turist rehberi ihtiyacı büyük önem arz etmektedir (Saribaş ve Öter, 2019, s. 43). Bu sebeple, kültür ve sanat rehberliği alanında verilen uzmanlaşma eğitim programlarının daha fazla gerçekleştirildiği görülmüştür (Köroğlu ve GÜdü Demirbulat, 2017, s. 65). Turist rehberleri tarihi eserler, arkeolojik eserler, tarihi ve dini merkezler, müzeler,

festivaller, yöresel el sanatları ve folklor gibi pek çok alanda çalışma imkanı elde etmektedirler.

2.1.3.3.2. İnanç Turizmi Rehberliği Alanında Uzmanlaşma

Her türlü dine ait alanların ya da olayların turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi inanç turizmi kavramı içerisinde gerçekleştirilmektedir (Sargın, 2006, s. 3). İnanç turizmi, katılım gösteren turistlerin çeşitli motivasyon özelliklerine göre 12 ay boyunca gerçekleştirilen turizm türüdür. Turistler inandıkları kutsal mekanları görmek, dini vazifelerini yerine getirmek veya manevi huzura kavuşmak gibi çeşitli amaçlarla seyahatlerini tamamlamaktadırlar. Bu aktiviteler esnasında kişiler ve rehberler, birden fazla deneyime ortak şahit olmaktadır. Her geçen gün turizm sektöründe hızla büyüme gösteren inanç turizmi, bu alanda tamamıyla kendini geliştiren uzman rehberlere ihtiyaç duymaktadır. Türkiye üç kutsal ilahi dine ve çeşitli inançlara ev sahipliği yapan destinasyonlara sahip bir ülkedir. Bu sebeple rehberlerin, dinlerin ve inançların tarihi geçmişine yönelik açıklayıcı ve üst düzey bilgiler vermesi gerekmektedir (Karabulut ve Köksal, 2019, s. 89; Özpay Akbulut, 2017, s. 938).

Dinler ve inançlar ile ilgili konular hassas konular olduğu için rehberlerin tartışma konularından uzak durarak net tavırlar göstermesi gerekmektedir. Aynı zamanda rehberlerin ziyaret edilen alanlarda doğru davranış şekillerini benimsetmeleri, ibadet edenlere saygı duyulmasını sağlamaları ve turistlerin inançlarına uygun biçimlerde organizasyonları yürütmek için çaba göstermeleri önemlidir. Türkiye’de inanç turizmi rehberliğine yönelik pek çok çalışma alanı bulunmaktadır. Turist rehberleri, Türkiye’nin çeşitli yerlerinde gerçekleştirilen uzmanlaşma eğitim programlarına katılarak inanç turizmi rehberliği alanında uzmanlaşma imkanı elde edebilmektedir. Bu merkezlere Türkiye’de Meryem Ana Evi, St. Pierre Anıt Müzesi, Ayasofya Camii, Sultan Ahmet Camii, Selimiye Camii, Sardes Sinagogu ve Derinkuyu Ortodoks Kilisesi gibi kutsal ibadet alanları örnek olarak yer verilebilir (Güzel, vd, 2020, s. 118; Arslan, 2021, s. 126).

2.1.3.3.3. Gastronomi Rehberliğinde Uzmanlaşma

Gastronominin temelinde yeme içme vardır. Turizm alanında ise gastronomi yerel mutfak ve iyi yemek yeme merakı gibi terimlerle ifadelendirilmektedir (Yüksel,

2019, s. 188). Gastronomi, toplumların kültürlerini anlamada önemli bir alandır. Dünyanın dört bir yanından gelen turistlerin ziyaret edilen alanların mutfak kimliklerini keşfetmeleriyle de gastronomi turizmi ortaya çıkmıştır (Akyurt Kurnaz ve Kurnaz, 2019, s. 202).

Gastronomi turizmine katılmak isteyen katılımcılara turist rehberleri eşlik etmektedir. Gastronomik seyahatler ya da kültürleri deneyimlemek için turist rehberleri kuşkusuz önemli kültür bağlayıcıları olmaktadır. Rehberler, turistlerden önce tadım yaparak ya da yörelerin kültürünü tanıtmada performanslarını sergileyerek ön plana çıkmaktadırlar (Aksoy ve Sezgi, 2015, s. 79). Ziyaret edilen alanlarda turistlerin tepkileri ve beklentileri doğrultusunda tanık olunan her yöreye özgü yiyeceklerin çeşitlendirilmesi ve zenginleştirilmesi turist rehberlerinin aracılığıyla gerçekleşmektedir (Başoda vd., 2018, s. 1818).

Gastronomi rehberliğinde gerçekleştirilen bütün faaliyetler özenle sağlanılmalıdır. Turistlerin tur esnasında deneyimlerini özdeşleştirmeleri açısından uzman rehberin turistlerin beklentilerini karşılayacak hizmeti ve tercihlerini memnuniyete çevirecek kaynaklara sahip olması gerekmektedir. Bu bakımdan gastronomi alanında uzmanlaşacak rehberlerin iyi birer ürün alıcısı olması ve yemek yapmayı sevmesi önde gelen özellikler arasındadır. Rehberlerin yemek eğitimi kültürlerine açık olması, ürünler hakkında bilgili olması ve yerel pazar kültürüne hakim olması da ayrıca önemlidir (Akyurt Kurnaz ve Kurnaz, 2019, s. 217). Gastronomi rehberliğinde; mekan uzmanlığı, tarihi yerler ve coğrafi alanlarla ilgili teknik bilgiler, bölge mutfağı, yöre kültürü ve etkinlik uygulamaları gibi özel alanlarda da bilgi sahibi olmak gerekmektedir (Başoda vd., 2018, s. 1819).

2.1.3.3.4. Sağlık Turizmi Alanında Uzmanlaşma

Sağlık turizmi kavramına ilişkin pek çok tanım olmakla birlikte, “Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu”, sağlık turizminin gelişimi hakkında genel bir çerçeve sunmaktadır (Bayın, 2015, s. 50). Bu rapora göre sağlık turizmi kapsamında gerçekleştirilen hizmet türleri; “Medikal (Tıp) Turizm, Termal Turizm ve Spa Wellness Uygulamaları, Yaşlı ve Engelli Turizmi” olmak üzere üç temel kategoride sağlanmaktadır. Söz konusu turizm türü sağlık olunca geniş bir alanda hizmet verildiği için gerçekleştirilen seyahatlerin de farklılık gösterdiğini gözetmek

gerekmektedir (Şengül, 2019, s. 58).

Bu açıdan sağlık turizmi alanında uzmanlaşmak için turist rehberlerinin belirledikleri alan doğrultusunda sertifika eğitimine katılarak eğitimler alması ve sektör üzerindeki gelişmeleri ve koşulları takip etmesi gerekmektedir. Sağlık turizmi rehberliğinde uzmanlaşma hasta ve sağlık çalışanları arasındaki her türlü bilgi akışını gerçekleştirmekle ilerlemektedir. Rehberler, sigorta şirketlerinde, otellerde, termal turizm tesislerinde, spa ve wellness merkezlerinde, özel veya kamu hastanelerinde ve konuyla alakalı sivil toplum kuruluşlarında çalışma imkanları elde etmektedirler (Akdu, 2019, 360).

2.1.3.3.5. Doğa Turizmi Alanında Uzmanlaşma

Doğa turizmi macera, dinlenme ve içerisinde doğaya dayalı doğal kaynakların olduğu her türlü aktivite olarak değerlendirilmektedir. Ancak, doğa turları oldukça dikkat gerektiren ve geniş kapsamlı turlardır. Dolayısıyla, Türkiye'nin doğa alanları göz önünde bulundurulduğunda doğa turizminde çeşitli aktiviteleri sağlayacak ve yön gösterecek uzman rehber ihtiyacı kaçınılmaz görülmektedir (Tetik Dinç ve GÜDÜ DEMİRBUŁAT, 2019, s. 316).

Doğa alanında uzman rehberler, doğa severlerin beklentilerini karşılayabilmek için hem macera hem de kültür rehberliği yapmaktadır. Bu alanlara hakim olabilmek için rehberlerin ekoturizm, botanik, flora-fauna, dağcılık, yürüyüş ve avcılık gibi alanlarda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Aynı şekilde uzman rehberlerin rota, harita, pusula, ilk yardım ve hava koşulları takip becerisi gibi teknik bilgileri de bilmeleri önemlidir. Türkiye'de doğa rehberliğinde uzmanlaşmak için belirli eğitim içeriklerine sahip sertifika programlarına katılarak uzman rehber olmak mümkündür (Tetik, 2006, s. 33; Tetik Dinç ve GÜDÜ DEMİRBUŁAT, 2019, s. 334).

2.1.3.3.6. Kültür Rotası Alanında Uzmanlaşma

Kültür rotaları genel bir ifadeyle kültür ve doğada kalma motivasyon kaynaklarına dayanmaktadır. Bu tercihleri; turistlerin deneyim ve farkındalık arayışları, sosyal etkileşimleri ve kişisel gelişim olanakları belirlemektedir. Bu amaçlar ile seyahat eden turist kitlelerini ise bireysel yürüyüşçüler, doğa turistleri,

bağımsız turistler, üniversite ve okul grupları, organize gruplar ve profesyonel yürüyüş yapan bireyler oluşturmaktadır. Ancak bu rotaların da zorlu aşamaları bulunmaktadır. Bunlar kamp bilgileri, yürüyüş parkurları, yön ve doğa keşfi gibi detaylı bilgileri içermektedir. Bütün rotalarda farklı dayanıklılık ve ayrıntılı yön bulma yeteneği gerekmektedir (Tanrısever, 2019, s. 90).

Kültür rotası alanına yönelik uzmanlaşma zorlu ve uzun uğraş gerektiren bir alandır. Bu sebeple bu alanda uzmanlaşma daha özverili olmayı ve kaliteli eğitim almayı gerektirmektedir. Bu konularda uzmanlaşma rota rehberliğinden, doğa yürüyüşü ve dağcılık liderliğine kadar detaylı bilgi sahibi olmaktan geçmektedir. Turist rehberlerinin de her ayrıntıya hakim olması ve deneyiminin bulunması önemlidir. Kültür rotası alanında çalışma alanlarına ise Türkiye’de Likya yolu, İstiklal Yolu, Ağrı Dağı, Aziz Paul Yolu, Küre Dağları ve Kaçkarlar gibi yürüyüş rotaları örnek verilebilmektedir (Tanrısever, 2019, s. 90).

2.1.3.3.7. Müze Rehberliği Alanında Uzmanlaşma

Müzeler, toplumda geçmiş ile günümüz arasındaki kültür varlıklarını tespit eden en etkili araçlardır. Başka bir ifadeyle, toplum içerisinde bireylerin dünya görüşlerini geliştirmesine katkıda bulunan, soyut ve somut varlıkların önemini koruyan, benimseten ve eğitimde işlev gösteren kurumlardır (Yılmaz ve Ardıç Yetiş, 2016, s. 46). Ayrıca müzeler, önemli bir kent kimliği misyonu kazanmış kültür tarihi ve turizm bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2014, s. 346).

Müze ziyaretçileri, tur programları dahilinde müzelerde profesyonel olarak bilgi verebilecek rehberlere ihtiyaç duymaktadır. Müzelerin önemi dikkate alındığında, müze ziyaretlerinin doğru süreçlerde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan müzelerin önemini vurgulayacak, geleceğe taşınmasını sağlayacak ve müzecilik anlayışını ziyaret edenlere uzman görevlerle gösterecek rehberlerin müze rehberliğinde uzmanlaşmaları gerekliliği son derece önemlidir (Köroğlu ve GÜDÜ Demirbulat, 2017, s. 67; Arslan, 2021, s.131).

Müze rehberliği alanında uzmanlaşmak için turist rehberlerinin belirli özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler içerisinde rehberlerin müzecilik mevzuatlarına ve yasal düzenlemelere ilişkin bilgilerinin olması, müzecilik tarihi ve gelişimi hakkında detaylı bilgi sahibi olmaları, müze çeşitlerini ve müzeciliğe ilişkin

güncel uygulamaları zamanında öğrenmeleri, müze istatistiklerini, turizm gelirleri içerisindeki paylarını ve turist rehberlerinin müzelerdeki temel ve toplumsal rollerini bilmeleri uzman rehberlerin sorumlulukları arasında başlıca olması gereken özelliklerdir (Koroğlu ve Ulusoy Yıldırım, 2019, s. 161). Buna ilişkin olarak, müze rehberliği alanında uzmanlaşma programları, meslek odalarının destekleriyle artırılmalı ve turist rehberlerinin daha aktif şekilde katılımları teşvik edilmelidir (Arslan, 2021, s. 133).

2.1.3.3.8. Şehir Turizmi Alanında Uzmanlaşma

Şehrin doğal unsurları, tarihi ve kültürel kaynakları, sosyo-kültürel özellikleri ve eğlence imkanlarının tamamı şehir turizmi faaliyetleri kapsamında ele alınmaktadır (Emekli, 2011, s. 30). Şehir yapısındaki destinasyonları tercih eden turistler farklı yaşam tarzlarını ve kültürel özellikleri benimsemektedirler. Turist rehberleri de şehir turları esnasında kaliteli deneyimler yaşatarak tur boyunca gruplara eşlik etmektedir.

Şehre gelen turistler, tamamıyla ziyaret edilen alanın yaşam biçimi, toplumsal düzeyi ve kültürel bilinciyle karşı karşıya kalmaktadır. Uzman rehberlerin de ziyaret edilen şehirlerin isim kökenini, kronolojik tarihini, sosyo-kültürel alt yapısını, kurumların tarihini, etkinlikleri, tarihi şahsiyetleri, sembolik yapıları ve müzeler ile ilgili olan bütün bilgileri aktarması esas olmaktadır (Yetgin, 2019, s. 376). Şehir alanlarında tur gerçekleştirmek için bazı destinasyonlar ön plana çıkmaktadır. Bu alanda rehberlik hizmeti verebilecek olan turist rehberleri, başkentlerde, kültür başkentlerinde, tarihi şehirlerde, surla çevrili kentlerde ve sahil şehirlerinde çalışma imkanı edinebilmektedir (Uca Özer, 2010, s. 7).

2.1.3.3.9. Yurt Dışı Rehberliğinde Uzmanlaşma

Yurtdışı turları turizm faaliyetleri içerisinde “iç turizm” ve “dış turizm” olarak ikiye ayrılmaktadır. Yurt dışından gelen turistlerin her türlü yeme içme ve konaklama gibi ihtiyaçlarını giderme faaliyetlerine “karşılıklı turizm” (incoming-inbound), kendi ülkesinden farklı ülkelere seyahat gruplarının gönderilerek sağlanan hizmet türüne ise “gönderici turizm” (outgoing-outband) denilmektedir (Ünal, 2019, s. 405).

Turist rehberleri, ülkenin yerel ürünleri ile tüketiciler arasında aracı görevi

üstlenmektedir. Rehberler, ülkeyi ziyaret eden turistlere farklı deneyimler, dil kolaylığı, güncel bilgiler aktararak ve güvenlik ihtiyacını karşılayarak fayda sağlamaktadır. Ancak, yurtdışı turlarının başarılı geçmesi turist rehberlerinin hazırlıklarına ve liderlik özelliklere bağlıdır. Bu hazırlıklar ve turistlerin farklı deneyimleri kazandırma becerisi uzman olma ve yoğun emek sonucunda gerçekleşmektedir (Uysal ve Yenipinar, 2019, s. 10). Ziyarete gelen gruplara tur lideri kimliğiyle yerel rehberlik yapan turist rehberlerinin, yurt dışı rehberliğinde uzmanlaşmak için belirli eğitim programlarına katılması ve uzmanlık sertifikasını alması gerekmektedir. Yurt dışı turlarında çalışma imkanları destinasyonlara göre değişkenlik göstermektedir. Bu turlar Avrupa'da, Asya'da, Afrika'da, Amerika'da veya Orta Doğu'da gerçekleşebilmektedir (http-15).

2.1.3.3.10. Öğrenci Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma

Öğrenci gruplarının turizm motivasyonları, bilgi birikimini artırma, sosyal çevre oluşturma, dil öğrenme, seyahat kültürü edinme, farklı ilgi alanları keşfetme ve eğlenme anlayışlarına dayanmaktadır. Bu konularda öğrencilere eğitsel ortamlar sağlayacak ve yön verecek kişiler, turist rehberleridir. Öğrencilerle etkili iletişimlerini yakalayabilen turist rehberleri, toplumda da örnek bireylerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Güzel, 2007, s. 21; Türker vd., 2012, s. 337).

Öğrenciler alanlarında kendilerini geliştirebildikleri seyahatlere katıldıkça talep edilen alanlarda hizmet verecek uzman rehber ihtiyacı da artmaktadır. Uzman rehberlerin gerçekleştirdikleri öğrenci yaş grubuna yönelik her türlü eğitim seviyesine hazırlıklı olması, psikolojik ve yaratıcılık konusunda da eğitimler alması gerekmektedir. Öğrenciler, turlar esnasında rehberlerin bıraktıkları izlenimler ve davranışlar sonucunda mesleki tutumlar geliştirmektedir. Bütün bu belirleyici özellikler de rehberlerin alanlarında uzman olmalarıyla gerçekleşmektedir. Ancak öğrenci gruplarına yönelik düzenlenen eğitimlerinin sınırlı kaldığı görülmekte ve daha fazla eğitim programlarının sağlanması beklenmektedir (Kalyoncu ve Göksek, 2019, s. 555).

2.2. İlgili Araştırmalar

İlgili alanyazında turist rehberleri üzerine pek çok çalışma yer almaktadır. İlgili alanyazın incelendiğinde turist rehberlerinin kariyer planlamaları, uzmanlaşma eğilimleri, uzmanlık alan seçimleri ve uzmanlaşmayı etkileyen faktörler üzerine kısıtlı çalışmalar bulunmaktadır. Alanyazında turist rehberlerinin uzmanlaşmaları üzerine yer alan çalışmaların şu şekilde incelendiği görölmektedir.

Celep (2022), özel ilgi turlarında rehber ihtiyacı kapsamında uzmanlaşma eğitimine yönelik gerçekleştirilen çalışmada, turist rehberliği uzmanlaşma eğitimlerinin kısıtlı olduğu vurgulanmış ve bu eğitimlerin turist rehberlerine ve paydaşlarına katkı sağlayacağı belirlenmiş, ortaya çıkan özel ilgi turizm çeşitlerinden dolayı uzman rehber ihtiyacının artacağı ve rehberlerin uzmanlaşma eğilimlerinin bu eğitimler sayesinde gerçekleşeceği belirtilmiştir.

Başoda vd (2018), gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliğine yönelik gerçekleştirilen çalışmada, belirli bir destinasyonun yerel mutfak kùltürü üzerine uzmanlaşmanın; konu, etkinlik ve mekan uzmanlığı olan gastronomi turizminde uzmanlaşacak turist rehberlerine deneyim ve bilgi kazandıracadığını vurgulanmıştır. Ancak alışma gastronomi turizminde uzmanlaşma odaklı bir yaklaşım ile ele alınmış olup turist rehberlerinin gastronomi alanında uzmanlaşma eğilimleri ve uzmanlık alan seçimlerinin tercihleri çerçevesinde gastronomi uzmanlığının bileşenleri öne sürölmüştür.

Köroğlu ve Merter (2012), seyahat acentelerinin turist rehberlerini seçme ve işe alma sürecindeki eğilimlerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen araştırmada, seyahat acentelerinin işe alım süreçlerinde rehber tercihlerini en fazla uzman rehber olarak kendini kanıtlayabilmiş, geçmiş deneyimi ve referanslarına bağlı olarak yaptıklarını belirtilmektedir. Bu tercihleri etkileyen değerlendirmeler arasında işe kabul edilme ve tercih edilme becerilerinin turist rehberlerinin uzmanlaşmalarını etkileyen faktörler arasında olduğu görölmektedir.

Akpınar ve Avcı (2020), turist rehberliğinde uzmanlaşma; uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması olarak gerçekleştirilen araştırmada, uzmanlık eğitimlerinin yetersizliği vurgulanmış, uzmanlık alanlarına yönelik önerilerde bulunmuş ve uzmanlaşma eğilimlerine yönelik rehber ihtiyacının doğabileceği çeşitli fikirler değerlendirilmiştir. Bu kapsamda uzmanlaşma eğitimlerinin ve sektörel

planlamaların eksikliği ifade edilmiştir.

Köroğlu ve Ulusoy Yıldırım (2018), kültür turizmde turist rehberlerinin uzmanlaşmalarının önemine yönelik gerçekleştirilen çalışmada, turizm sektöründe ortaya çıkan çevresel faktörlerin etkisiyle rehberlerin marka rehber olma veya kariyer imkanlarını geliştirme amacıyla uzmanlaşma alanlarına yöneldikleri belirtilmiş ve ortaya çıkan talepler doğrultusunda turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma ihtiyacının sürekli artmaya başlandığı ifade edilmiştir.

3. YÖNTEM

Turist rehberlerinin uzmanlık alanlarına yönelmeleri, rehberlerin belirli alanlarda profesyonel olarak teorik ve uygulamalı yetkinlikleri kazanabilmeleri açısından önemlidir. Ayrıca turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin neler olduğunun, uzmanlık alan seçimlerini hangi durumlara göre belirlediklerinin ve uzmanlaşmayı etkileyen faktörlerin tespit edilmesi bu çalışmanın amacının belirlenmesi bakımından önem teşkil etmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın yöntemi ve çalışma grubu açıklanmıştır. Bununla birlikte, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci, verilerin analizi ve araştırmada sunulan bulgular hakkında bilgi verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimleri ve uzmanlık alan seçimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, ilgili alanyazın taramaları yapılmış ve araştırmanın problemi belirlenmiştir. Araştırmada turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin ve uzmanlık alan seçimlerini etkileyen faktörlerin rehberlerin kişisel ilgi ve yeteneklerinin, bölgedeki kültürel ve coğrafi özelliklerin bilinmesinin ve tanınan rehber haline gelmenin olduğu varsayılmaktadır.

Bu kapsamda, araştırmada farklı bakış açılarıyla değerlendirme imkanı sağlayan nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, ele alınan çalışmalarının bütüncül bakış açılarıyla gerçekçi bir ortamda hazırlandığı ve araştırma problemine yorumlayıcı yaklaşımlarla incelenmesine olanak sağlayan bir yöntemdir. Nitel araştırma yöntemi ile araştırmalarda ilgili konuya yönelik derin kavramlara ulaşma yaklaşımlarına cevap aranmakta olup değerlendirilmek istenen sorularla da daha öznel bakış açılarına ulaşılması hedeflenmektedir (Karataş, 2015, s. 63). Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırmada, durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum desen çalışması; tek bir durum ya da olayın derinlemesine

boylamsal olarak incelendiği, verilerin sistematik bir şekilde toplandığı ve gerçek ortamda neler olduğunun betimlendiği bir yöntemdir (Subaşı ve Okumuş, 2017, s.420).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmada elde edilen sonuçların genellemesinin istendiği bütün, “evren” olarak belirlenmektedir. Bununla birlikte araştırmada evrenin belirli ölçütlerini oluşturan ve benzer özelliklere sahip katılımcıların oluşturduğu gruba örneklem adı verilmektedir. Örneklem oluşturulması için belirlenen yöntemler örnekleme yöntemi olarak adlandırılmaktadır. Araştırmada veri toplama aşamasında evrenin sınırları çok geniş bir bütünü kapsadığında belirli bir kesit veya kümeleme üzerinden çalışılması gerekmektedir. Buna göre evrenin büyüklüğü ve örnekleme yöntemi belirlenmektedir (Kozak, 2018, s. 101). Bu kapsamda, Turist Rehberleri Odaları Birliği (TUREB) resmi web sayfasının 2023 yılında yayınlanan güncel verilerine bakıldığında Türkiye’deki toplam turist rehberi sayısının 12417 olduğu görülmektedir. Bu rehberlerin 10001 eylemli, 2416’sı ise eylemsizdir (http-22).

Bu doğrultuda, araştırmanın evrenini eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Evrenin bütününe ulaşmak maddi ve manevi açıdan mümkün olmadığı için evreni temsil etmesi mümkün olan bir örneklem üzerinden çalışmanın gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme yönteminde araştırmacı tarafından önceden belirlenen ölçütlerin gözden geçirilmesi ve hazırlanmış olması esastır (Yağar ve Dökme, 2018, s. 6). Bu araştırmada temel alınan ölçüt, eylemli olarak aktif çalışan turist rehberlerini kapsamaktadır.

Araştırmanın örneklemini, Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli ve Turist Rehberleri Odaları Birliği’ne bağlı odalara kayıtlı turist rehberleri oluşturmaktadır. Araştırma, 17.10.2022 – 25.11.2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu tarihlerde araştırmaya 39 turist rehberi katılım göstermiştir. Araştırmada verilerin birbirini tekrar etmeye başlaması nedeniyle örneklem 39 katılımcı ile sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırma biçimine kuramsal örneklem adı verilmektedir. Bu sebeple araştırmada çalışmanın amacı değerlendirildiğinde 39 katılımcının yeterli olduğu düşünülmektedir. Araştırmada gerçekleştirilen soru formlarını 39 katılımcı

eksiksiz doldurmuştur. Araştırmanın analizleri 39 katılımcıdan toplanan verilerden elde edilmiştir. Araştırmada yer verilen katılımcılar K1'den (Katılımcı1) K39'a (Katılımcı39) kadar kodlanarak adlandırılmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Bu çalışmada öncelikle konu ile ilgili derinlemesine alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Alanyazın taraması ve konuyla ilgili daha önceden yapılmış araştırmalar ve sonuçları incelendikten sonra yarı yapılandırılmış soru formu oluşturulmuş ve uzman görüşlerine sunulmuştur. Böylece soru formunun geçerliliği uzman görüşü ile sağlanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda araştırma konusu ile ilgili olarak 2 akademisyen ve 3 turist rehberi ile görüşülmüş ve taslak olarak hazırlanmış soru formunu değerlendirmeleri istenmiştir. Uzman görüşleri ve önerileri çerçevesinde soru formu üzerinde gerekli düzeltmeler yapılmış ve 18 sorudan oluşan soru formuna son hali verilmiştir. Ek 1'de soru formu yer almaktadır.

Araştırmada veri toplamak için kullanılan yarı yapılandırılmış soru formu, 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yer alan sorulardan 6 tanesi; katılım gösteren turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, mesleki rehberlik eğitiminin nereden alındığı, çalışma kartında yer alan yabancı dil ya da diller, mesleki tecrübe süresi ve bağlı olunan meslek odası) ve diğer 4 tanesi ise katılımcıların uzmanlaşmaya yönelik çeşitli kavramlardan haberdar olup olmadıklarının ve bu kavramları nasıl tanımladıkları ile mesleklerinde herhangi bir alanda uzmanlaşıp uzmanlaşmadıklarının belirlenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Bu bölümde yer alan sorular açık uçlu ve kapalı uçlu olarak hazırlanmış sorulardır. Ayrıca katılımcılara birden fazla seçeneği seçme imkanı verilerek soru formunda çoklu yanıt seçeneği sunulmuştur. Buna ek olarak katılımcıların sorulan sorularda özgün ve farklı düşüncülerini belirtebilmeleri için diğer seçenekler içerisinde bulunan kendilerinin cevaplayabildikleri yanıt seçeneğine yer verilmiştir.

Bu bölümde katılımcılara sorulan sosyo-demografik özellikleri belirlemeye yönelik hazırlanan 6 soru dışında diğer 2 soru aşağıdaki gibidir:

Soru 7. *“Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma”, “Uzman rehber olma” gibi kavramları daha önce duydunuz mu? Bu kavramları kısaca tanımlar mısınız? Sizce “Uzman Rehber” kimdir?*

Soru 8. *Bir turist rehberi olarak mesleğinizde herhangi bir alanda uzmanlaştınız mı? (Yanıtınız “EVET” ise lütfen uzmanlaştığınız alanınızı/alanlarınızı belirtiniz).*

Soru 8.1. *8. Soruya verdiğiniz yanıtınız “EVET” ise daha önce herhangi bir alanda uzman bir rehber olmak için herhangi bir eğitim aldınız mı? (Yanıtınız “EVET” ise lütfen nereden eğitim aldığınızı belirtiniz.) Yoksa kendi çabalarınızla mı uzmanlaştınız? Lütfen belirtiniz.*

Soru 8.2. *Türkiye’de düzenlenen uzmanlaşma eğitimlerinin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Nedenleriyle birlikte açıkla mısınız?*

Birinci bölümde yer alan 7., 8., 8.1. ve 8.2. sorular, açık uçlu sorulardır. Katılımcılar bu kısımda kendi ifadelerini istedikleri şekilde yanıtla ma seçeneğine sahiptir.

Araştırmanın ikinci bölümünde turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimlerinin belirlenmesi amacıyla açık uçlu olarak oluşturulmuş 2 soru yer almaktadır. Bu sorular aşağıdaki gibidir:

Soru 9. *Uzman bir rehber değilseniz eğer, kariyer planlamanızda bundan sonraki süreçte uzmanlaşmayı düşünüyor musunuz? (Yanıtınız “EVET” ise hangi alanda/alanlarda uzmanlaşmayı düşünüyorsunuz? Sebebini kısaca açıkla mısınız?). (Cevabınız “HAYIR” ise lütfen sebebini açıklayınız).*

Soru 10. *Uzman bir rehber iseniz eğer, kariyer planlamanızda bundan sonraki süreçte uzmanlık alanlarınızı artırmayı/yenilerini eklemeyi düşünüyor musunuz? Yanıtınız “EVET” ise hangi alanda/alanlarda uzmanlaşmayı düşünüyorsunuz? Sebebini kısaca açıkla mısınız? Yanıtınız “HAYIR” ise lütfen sebebini açıklayınız.*

Araştırmanın üçüncü bölümünde turist rehberlerinin mesleklerinde uzmanlaşmayı ve uzmanlık alan seçimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla oluşturulmuş, açık uçlu sorular olarak hazırlanmış 3 soru yer almaktadır. Bu sorular şunlardır:

Soru 11. *Bir turist rehberi olarak mesleğinizde uzmanlaşmayı OLUMLU YÖNDE etkileyen etmenler/faktörler nelerdir? Lütfen açıkla mısınız? (Örneğin daha fazla uzmanlaşma programının açılması, meslek odalarının uzmanlaşma için teşvik etmesi vb.).*

Soru 12. *Bir turist rehberi olarak mesleğinizde uzmanlaşmayı OLUMSUZ YÖNDE etkileyen etmenler/faktörler nelerdir? Lütfen açıkla mısınız? (Örneğin finansal engeller, yeterli zamanın bulunmaması, uzmanlaşma programlarının yetersizliği vb.).*

Soru 13. *Uzmanlık alanınızı/alanlarınızı seçmede hangi etmenler/faktörler etkili oldu? Lütfen açıkla mısınız?*

Araştırmanın son kısmını dördüncü bölüm oluşturmaktadır. Bu bölümde rehberlerin turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma ile ilgili diğer düşüncelerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu bölüm toplamda 5 sorudan oluşmakta olup açık uçlu sorular şeklinde hazırlanmıştır. Bu bölümde yer alan sorular şunlardır:

Soru 14. *Uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etki edeceğini düşünüyor musunuz? Sizin açınızdan bu durum nasıl gerçekleşti?*

Soru 15. *Sizce bir uzman rehberin nitelikleri (kişisel özellikleri, yetenekleri, bilgi düzeyi vb.) neler olmalıdır?*

Soru 16. *Uzman bir rehberin sahip olması gereken nitelikler uzmanlık alanlarına göre farklılık gösterir mi/göstermeli midir? Örneklerle açıkla mısınız?*

Soru 17. *Uzmanlaşmanın, bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara ne gibi etkisi olabilir? Lütfen olumlu ya da olumsuz yönleriyle değerlendiriniz.*

Soru 18. *Türkiye turizm pazarında turist rehberi adaylarının ve mesleğe yeni başlamış turist rehberlerinin hangi uzmanlaşma alanlarına yönelmelerini tavsiye edersiniz?*

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndanbelgeli ve Turist Rehberleri Odaları Birliği'ne bağlı odalara kayıtlı turist rehberlerine ulaşılarak araştırmanın verileri toplanmıştır. Öncelikle turist rehberleri ile ön görüşme gerçekleştirilmiş ve araştırma hakkında bilgi verilmiştir. Buna ek olarak araştırmada toplanan verilerin araştırmanın kapsamı dışında kullanılmayacağı ve katılımcıların bütün bilgilerinin gizli tutulacağı belirtilmiştir. Soruları yanıtlamayı kabul eden turist rehberlerine elektronik ortamda hazırlanmış

olan soru formları gönderilmiştir. Araştırmaya dahil edilen katılımcılar gönüllü olarak soruları yanıtlamış ve hiçbir zorlama olmadan katılım göstermişlerdir. İletişim aracı olarak elektronik posta ve sosyal medya araçları kullanılmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Turist rehberlerinin sorulara verdikleri yanıtlar verilerin kaynağını oluşturmaktadır. Araştırmada rehberlerin sorulara verdikleri yanıtların analiz edilmesinde nitel araştırma yöntemlerinde sıklıkla kullanılan betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntemin tercih edilmesindeki amaç verilerin nasıl analiz edildiği konusunda güvenilirliği sağlamaktır. Betimsel analiz yöntemi, sonuçların aktarılması aşamasında veriler ile yazın arasındaki uyumlar dikkate alınarak gerekli analizleri yapabilmek için kullanılmaktadır (Kozak, 2018, s.124).

Betimsel analiz yönteminde araştırmanın güvenilirliğine temel oluşturacak verilerin analiz süreçlerinde araştırmacı tarafından veri toplama araçları ile verilerin bütün kayıtları dikkatlice bilgisayar ortamında toplanmıştır. Verilerin değerlendirildiği her süreçte ve her okumada konu başlıkları ve gözden kaçan veri olup olmadığı kontrol edilip konunun kapsamına göre yeniden sunulmuştur. Sürecin son aşamasında bu işlemler tekrar edilmiş olup başlık altındaki metinlerin birbirleriyle uyumundan emin olunmaya çalışılmıştır. Bu yöntem ile turist rehberlerinin sorulara verdikleri yanıtlar dikkatle değerlendirilmiş ve alıntı yapılarak aktarılmıştır. Analizlerin doğru ve kolayca yansıtılmasını sağlamak için ise veriler ile kuramlar arasındaki tutarlılığa özen gösterilmiştir.

Soru formlarından elde edilen veriler, tez danışmanı ve araştırmacı tarafından incelenerek ayrı ayrı sınıflandırılmak üzere düzenlenmiştir. Bölümlere ayrılan veriler tekrar edilmekten kaçınılarak kolay anlaşılır hale getirilmiştir. Soruların yanıtları kategoriler halinde belirlenerek farklı temalar içerisinde toplanmıştır. Her bölümde sorulan sorular belirlenen temalar altında sınıflandırılmış ve kod sayıları belirlenerek yüzdeleri hesaplanmıştır. Bu temalarda yer alan katılımcıların görüşleri K1, K2, ...K39 şeklinde kodlanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, çizelgeler halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır .

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerine, uzman rehber kavramlarına ilişkin görüşlerine, uzmanlaşma alanlarına, uzmanlık eğitimlerine, uzmanlık eğitimlerinin yeterliliğine ilişkin ifadelerine, uzmanlaşma eğilimlerine, kariyer planlamalarına yönelik uzmanlaşma hedeflerine ve uzmanlık alan seçimlerine, rehberlerin uzmanlaşmalarının ve uzmanlık alan seçimlerinin olumlu ve olumsuz yönlerine, uzmanlık alanlarını belirlemede etkileyen faktörlerin neler olduğuna, turist rehberlerinin mesleklerinde uzmanlaşma ile ilgili diğer görüşlerini analiz etmeye ilişkin uzmanlaşmanın kariyer gelişimindeki etkilerine, uzman rehberlerin niteliklerinin neler olması gerektiğine, uzmanlık alanlarına göre farklılıkların olup olmadığına yönelik algılarına, uzmanlaşmanın diğer turizm paydaşlarına olan etkilerine ve rehberlerin uzmanlaşma alanlarına yönelik tavsiyelerine yer verilmiş, bunlarla ilişkili bulgular çizelgeler yardımıyla aktarılmış ve yorumlanmıştır.

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Turist rehberlerinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular, Çizelge 1'de yer almaktadır (Ayrıca Bkz. EK 2). Çizelge 1'de yer alan bulgulara göre katılımcıların %76,92'si erkek, %23,08'i kadındır. Katılımcıların %28,20'si 21-30 yaş aralığında, %20,51'i 31-40 yaş aralığında, %20,51'i 41-50 yaş aralığında, %17,95'i 51-60 yaş aralığında ve %12,83'ü 65 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların eğitim düzeylerini gösteren bulgular incelendiğinde katılımcıların %46,15'inin lisans mezunu, %28,20'sinin Bakanlık kursu mezunu, %23,08'inin yüksek lisans mezunu ve %2,57'sinin önlisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların %25,64'ü 11-15 yıl arası, %23,08'i 21 yıl ve üzeri, %17,95'i 1 yıldan daha az, %17,95'i 1-5 yıl arası, %7,69'u 6-10 yıl arası ve %7,69'u 16-20 yıl arası mesleki tecrübeye sahip olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcıların sahip oldukları yabancı dil oranlarına bakıldığında, İngilizcenin %76,92, Almancanın %15,38, Rusçanın %10,26, Fransızcanın %7,69, Arapçanın

%7,69, İspanyolcanın %5,13, İtalyancanın %5,13, Farsçanın %2,56 ve Hollandacanın %2,56 oranında pay aldığı görülmektedir. Katılımcıların kayıtlı olduğu meslek odaları incelendiğinde, 33,3'ü İro'ya, 15,38'i Anro'ya, 12,82'si Aro ve Çaro'ya, 5,13 Nero'ya, 2,56'sı Buro'ya, Mutro'ya, İzro'ya ve Şuro'ya kayıtlı olduğu görülmektedir.

Çizelge 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Değişkenler	n	%	
Cinsiyet	Kadın	9	23,08
	Erkek	30	76,92
	TOPLAM	39	100
Yaş	21-30 yaş	11	28,20
	31-40 yaş	8	20,51
	41-50 yaş	8	20,51
	51-60 yaş	7	17,95
	61 yaş ve üzeri	5	12,83
	TOPLAM	39	100
Eğitim	Bakanlık Kursu	11	28,20
	Ön Lisans	1	2,57
	Lisans	18	46,15
	Yüksek Lisans	9	23,08
	TOPLAM	39	100
Mesleki Tecrübe	1 yıldan daha az	7	17,95
	1-5 yıl	7	17,95
	6-10 yıl	3	7,69
	11-15 yıl	10	25,64
	16-20 yıl	3	7,69
	21 yıl ve üzeri	9	23,08
	TOPLAM	39	100
Yabancı Dil	İngilizce	30	76,92
	Almanca	6	15,38
	Fransızca	3	7,69
	İspanyolca	2	5,13
	İtalyanca	2	5,13
	Rusça	4	10,26
	Arapça	3	7,69
	Farsça	1	2,56
	Hollandaca	1	2,56
	TOPLAM	52	100
Meslek Odası	İro	13	33,3
	Anro	6	15,38
	Aro	5	12,82
	Çaro	5	12,82
	Nero	2	5,13
	Buro	1	2,56
	Mutro	1	2,56
	İzro	1	2,56
	Şuro	1	2,56
	Garro	1	2,56
	TOPLAM	36	100

*Bu soruda katılımcılara çoklu yanıt seçeneği sunulmuştur.

4.2. Katılımcıların Uzman Rehber Kavramına İlişkin Tanımlarına Yönelik Bulgular

Bu soruda öncelikle katılımcılara uzmanlaşma ile ilgili çeşitli kavramlardan haberdar olup olmadıkları sorulmuştur. 39 katılımcıdan 3'ü bu kavramlardan haberdar olmadığını ifade etmiş, 36 katılımcı ise “uzman rehber” kavramını çeşitli şekillerde tanımlamaya çalışmıştır. Çizelge 2’de 36 katılımcının “uzman rehber” kavramına ilişkin tanımlarına yönelik bulgular yer almaktadır. “Uzman rehber” kavramına ilişkin tanımlar kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin “uzman rehber” kavramına yönelik yaptıkları tanımlar, 26 tema ve bunları kapsayan 5 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Nitelik,*
- *Belirli Bir Alanda Uzman,*
- *Kendini Geliştirme,*
- *Eğitim,*
- *Tur Yapabilme Yetkinliği*

Çizelge 2’de katılımcıların “uzman rehber” kavramını en fazla “**Nitelik**” açısından değerlendirdikleri görülmektedir. “Nitelik” kategorisinde 10 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 35 kod sayısı ile %41,66’lık bir pay almaktadır. “Nitelik” kategorisi içerisinde katılımcıların uzman rehberi en fazla; alanında geniş bilgi sahibi olan kişi (Kod Sayısı 9), detaya hakim olan kişi (Kod Sayısı 9), alanında deneyimli olan kişi (Kod Sayısı 6) ve profesyonel kişi (Kod Sayısı 5) olarak tanımladıkları görülmektedir. İkinci olarak katılımcılar, “uzman rehber” kavramını “**Belirli alanda uzman**” kişi olarak değerlendirmişlerdir. “Belirli alanda uzman” kategorisinde 4 tema ve toplam 22 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %26,2’dir. Katılımcılar bu kategori içerisinde uzman rehberi en fazla; spesifik bir konuda (Bizans Uygarlığı, Ege Uygarlığı, Sanat Tarihi) uzman olan (Kod Sayısı 8), farklı alanlarda (din, sağlık, dark turizm, doğa turları, bisiklet, dalış, trekking, avcılık, spor vb.) uzman olan (Kod Sayısı 6) ve bölgesel olarak uzmanlaşmış kişi (Kod Sayısı 5) olarak

tanımlamışlardır. Üçüncü sırada katılımcılar, “uzman rehber” kavramını **“Kendini geliştirme”** olarak değerlendirmişlerdir. “Kendini geliştirme” kategorisinde 6 tema ve toplam 12 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin toplam içerisinde aldığı pay, %14,29’dur. Katılımcılar bu kategori içerisinde uzman rehberi en fazla, belirli alanda kendini geliştirmiş kişi (Kod Sayısı 6) olarak tanımlamışlardır. Dördüncü sırada katılımcılar, “uzman rehber” kavramını **“Eğitim”** çerçevesinde değerlendirmişlerdir. “Eğitim” kategorisinde 2 tema ve toplam 10 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin toplam içerisinde aldığı pay, %11,90’dır. Katılımcılar bu kategori içerisinde uzman rehberi en fazla, eğitime katılarak uzmanlığı tescillettiren kişi (Kod Sayısı 9) olarak tanımlamışlardır. Son olarak beşinci sırada **“Tur yapabilme yetkinliği”** kategorisi bulunmaktadır. Bu kategoride katılımcılar “uzman rehber” kavramını tur yapabilme yetkinliği açısından değerlendirmişlerdir. “Tur yapabilme yetkinliği” kategorisinde 4 tema ve toplam 5 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin toplam içerisinde aldığı pay, %5,95’tir. Katılımcılar bu kategori içerisinde uzman rehberi en fazla, uzmanlaştığı alanda tur icra eden kişi (Kod Sayısı 2) olarak tanımlamışlardır.

Bu kategorilerde yer alan temalara ilişkin katılımcıların ifadelerinden örnekler şu şekildedir:

K13: “Evet, bu kavramları daha önce duydum. Turist rehberliğinde uzmanlaşma kavramı spesifik bir konuda (bisiklet, dalış, trekking vb.) bireysel yeterliliklerini geliştirme ve bunu belgelendirmeyi ifade etmektedir. Bu bağlamda, tur yapılabilecek herhangi bir özel ilgi alanında sıra dışı yeterliliğe sahip kişi uzman rehber olarak adlandırılabilir.”

K23: “Bana göre uzman rehber en az bir branşta kendisini en iyi şekilde yetiştiren ve eğitimini aralıksız sürdürerek bilgilerini rehberlik mesleğine katkı sunacak şekilde harmanlamasını yapabilen kişidir.”

K33: “Belirli bir profesyonel alanda gerekli teorik ve uygulamalı yetkinlikleri kazanmış, kazanımlarını profesyonel bir şekilde ilgili turistlere aktaran kişidir.”

Çizelge 2. Turist Rehberlerinin “Uzman Rehber” Kavramına İlişkin Tanımlarına Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcılar	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Nitelik	Alanında geniş bilgi sahibi olan	(K2)(K3)(K11) (K14)(K17)(K25) (K27)(K31)(K33)	9	35	41,66
	Detaya hâkim olan	(K12)(K14)(K17) (K18)(K22)(K27) (K30)(K34)(K35)	9		

Çizelge 2-devamı

	Alanında deneyimli olan	(K1)(K3)(K18) (K25)(K31)(K33)	6		
	Profesyonel	(K1)(K5)(K11) (K31)(K33)	5		
	Turistlerin beklentisini karşılayabilen	(K16)(K34)	2		
	Beceri sahibi olan	(K2)	1		
	Sıra dışı yeterliliğe sahip olan	(K13)	1		
	Kazandığı yetkinlikleri turistlere aktarabilen	(K33)	1		
	Bölgeyi tanıyan	(K6)	1		
	Turisti koruyan	(K6)	1		
Belirli Alanda Uzman	Spesifik bir konuda (Bizans Uygarlığı, Ege Uygarlığı, Sanat Tarihi) uzman olan	(K12)((K15)(K22) (K23)(K29)(K30) (K33) (K37)	8	22	26,2
	Farklı alanlarda (din, sağlık, dark turizm, doğa turları, bisiklet, dalış, trekking, avcılık, spor vb.) uzman olan	(K1)(K9)(K12) (K13)(K29)(K39)	6		
	Bölgesel olarak uzmanlaşan	(K1)(K9)(K15) (K29)(K35)	5		
	Herhangi bir destinasyonda uzman olan	(K12)(K22)(K30)	3		
Kendini Geliştirme	Belirli bir alanda kendini geliştirmiş	(K7)(K10)(K12) (K13)(K17)(K23)	6	12	14,29
	Sürekli gelişime ve öğrenmeye açık	(K23)	1		
	Bireysel yeteneklerini geliştirmiş	(K13)	1		
	Derinlemesine araştırma yapan	(K10)	1		
	Gereksinim ya da ilgi duyulan alanda kendini yetiştiren	(K29)	1		
	Talep görülen alanlara yönelik kendini geliştiren	(K37)	1		
Eğitim	Eğitime katılarak uzmanlığı tescillettiren	(K7)(K8)(K9) (K13)(K15)(K20) (K21)(K24)(K25)	9	10	11,90
	Yüksek lisans ve doktorayı tamamlayan	(K25)	1		
Tur Yapabilme Yetkinliği	Uzmanlaştığı alanda turlar icra eden	(K7)(K22)	2	5	5,95
	Uzmanlaştığı konu veya alana yönelik turları yöneten	(K17)	1		
	VIP turlar yapan	(K22)	1		
	Özel ilgi turları yapan	(K22)	1		
TOPLAM			84	84	100

4.3. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına Yönelik Bulgular

Bu kategoride belirlenen soruda turist rehberlerine herhangi bir alanda uzmanlaşıp uzmanlaşmadıkları sorulmuştur. Araştırmaya dahil edilen 39 turist rehberlerinden 22'sinin uzmanlaşma alanlarını belirtmiş oldukları, 17'sinin ise herhangi bir alanda uzmanlaşmadığını ifade ettikleri görülmektedir. Çizelge 3'te turist

rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına yönelik bulgularına yer verilmiştir. 39 katılımcıdan 17'si uzmanlaşma alanlarının neler olduğuna ilişkin herhangi bir açıklama belirtmemişlerdir. Bu nedenle uzmanlaşma alanlarının neler olduğuna yönelik açıklama yapan 39 katılımcıdan 22'si araştırmada veri toplamak amacıyla analiz edilmiştir. Buna göre 22 turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına yönelik açıkladıkları ifadelerde toplam 30 kod sayısı (kodlar, temaların tekrarlanma sıklığını göstermektedir) belirlenmiş olup, analiz edilen kodlar anlam ve içerik yönünden değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Bu kodlar 30 tema altında toplanarak ortak ifadeler dikkate alınmıştır. Çizelge, 5 kategoriden oluşmaktadır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Spesifik Bir Konuda Uzmanlaşma*
- *Destinasyonlarda Uzmanlaşma*
- *Özel İlgi Turlarına Yönelik Uzmanlaşma*
- *Yurt Dışı Turlarında Uzmanlaşma*
- *Şehir Turlarında Uzmanlaşma*

Çizelge 3'te katılımcıların uzmanlaşma alanlarını en fazla **“Spesifik bir konuda”** değerlendirdikleri görülmektedir. Spesifik bir konuda uzmanlaşma kategorisinde 14 tema bulunmaktadır. Bu kategori, toplam 19 kod sayısı ile %63,34'lük bir paya sahiptir. “Spesifik bir konuda uzmanlaşma” kategorisinde katılımcıların uzmanlaşma alanları en fazla; Çanakkale muharebe alanları (Kod sayısı 9) ve hristiyanlık tarihi (Kod sayısı 2) olarak ifade ettikleri görülmektedir. İkinci kategoride katılımcıların uzmanlaşma alanlarını en fazla **“Destinasyonlarda uzmanlaşma”** olarak tanımladıkları görülmektedir. “Destinasyonlarda uzmanlaşma” kategorisinde 5 tema bulunmaktadır. Bu kategorinin oranı 5 kod sayısı ile %16,67'lik bir orana sahiptir. “Destinasyonlarda Uzmanlaşma” kategorisinde katılımcıların; Zeyrek (Kod sayısı 1), Kapadokya (Kod sayısı 1) ve Demre'de (Kod sayısı 1) uzmanlaştıkları görülmektedir. Üçüncü kategori, **“Özel ilgi turlarına yönelik Uzmanlaşma”** kategorisi olarak belirlenmiştir. Özel ilgi turlarına yönelik uzmanlaşma kategorisinde 3 tema yer almaktadır. Bu kategorinin oranı, 3 kod sayısı ile %10'dur. “Özel ilgi turlarına yönelik uzmanlaşma” kategorisinde katılımcıların; bisikletli turist rehberliği (Kod sayısı 1), av turizmi (Kod sayısı 1) ve ekoturizm (Kod sayısı 1) alanlarında uzmanlaştığı görülmektedir. Dördüncü kategori, **“Yurtdışı turlarında uzmanlaşma”** kategorisidir. Bu kategoride katılımcıların uzmanlaştıkları alanın outgoing (İspanya, İtalya ve Mısır) turlarında olduğu görülmektedir. “Yurtdışı

turlarında uzmanlaşma” kategorisinde 1 tema bulunmaktadır. Bu kategorinin oranı, 2 kod sayısı ile %6,66’dır. Son kategori “**Şehir turlarında uzmanlaşma**” kategorisidir. Bu kategoride katılımcı, Eskişehir ve çevresinde uzmanlaştığını ifade etmektedir. “Şehir turlarında uzmanlaşma” kategorisinde bir tema yer almaktadır. Bu kategorinin oranı %3,33’dür. Bu kategorilerde yer alan temalara ilişkin katılımcıların ifadelerinden örnekler şu şekildedir:

K1: “Antik kentler, doğal alanlar vb.”

K15: “Çanakkale Savaş Alanları”

K20: “Topkapı Sarayı, İstanbul Kültür ve Sanat, Yahudi Mirası, Gelibolu Savaş Alanları”

K27: “Dini turlar(Hristiyanlık tarihi),Kültür turları”

K35: “Outgoing turlar”

Çizelge 3. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcılar	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Spesifik Bir Konuda Uzmanlaşma	Çanakkale muharebe alanları	(K7)(K15)(K20)(K34)	4	19	63,34
	Hristiyanlık tarihi	(K27)(K37)	2		
	Din	(K2)(K27)	2		
	Antik kentler	(K1)	1		
	Doğal alanlar	(K1)	1		
	Arkeoloji	(K2)(K8)	2		
	Kültür	(K27)	1		
	Yürüyüş	(K2)	1		
	Rehberlik metodolojisi	(K3)	1		
	Topkapı Sarayı	(K20)	1		
	İstanbul kültür ve sanat	(K20)	1		
	Yahudi mirası	(K20)	1		
	Güncel mimari ve şehircilik Toplum ve siyaset bilim ve tarih, güncel sanat	(K21)	1		
	Ortaçağ tarihi	(K23)	1		
Destinasyonlarda Uzmanlaşma	Zeyrek	(K24)	1	5	16,67
	Balat	(K24)	1		
	Fener	(K24)	1		
	Kapadokya yürüyüş rotaları	(K25)	1		
	Demre	(K26)	1		
Özel İlgi Turlarına Yönelik Uzmanlaşma	Bisikletli turist rehberliği	(K13)	1	3	10
	Av turizmi	(K39)	1		
	Ekoturizm	(K39)	1		
Yurtdışı Turlarında Uzmanlaşma	Outgoing turlar (İspanya, İtalya, Fransa, Mısır)	(K24)(K35)	2	2	6,66
Şehir Turlarında Uzmanlaşma	Eskişehir ve çevresi	(K22)	1	1	3,33
TOPLAM			30	30	100

4.4. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerine Yönelik Bulgular

Bu kategoride katılımcılara herhangi bir alanda uzman bir rehber olmak için herhangi bir eğitim alıp almadıkları sorulmuştur. 39 katılımcıdan 8'i "Evet" yanıtı vermiş, 27'si "Hayır" yanıtını vermiş ve 4'ü ise herhangi bir yanıt vermeyip sadece "üye olunan meslek odası" diyerek ifade etmişlerdir. Çizelge 4'de turist rehberlerinin uzmanlık eğitimlerine yönelik bulgularına yer verilmiştir. Turist rehberlerinin uzmanlık eğitimi 4 tema içerisinde değerlendirilmektedir. Katılımcılar en fazla; "kendi çabamla uğraştım" (Kod sayısı 27) ifadesi ile uzmanlaştıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar sırasıyla; "eğitim aldım" (Kod sayısı 8), "üye olunan meslek odası" (Kod sayısı 4) ve "Kültür ve Turizm Bakanlığının açtığı uzmanlaşma programları" (Kod sayısı 1) ile uzmanlaşma eğitimleri aldıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 4. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerine Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcılar	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Uzmanlık Eğitimi	Kendi çabamla uğraştım	(K1)(K2)(K3)(K4)(K5) (K6)(K7)(K9)(K10) (K12)(K13)(K14)(K16) (K17)(K19)(K21)(K22)(K23) (K25)(K26)(K27)(K28) (K30)(K31)(K33)(K35) (K36)	27	39	100
	Eğitim aldım	(K8)(K11)(K15)(K18) (K24)(K37)(K38)(K39)	8		
	Üye olunan meslek odası	(K20)(K22)(K32)(K34)	4		
	Kültür ve Turizm Bakanlığının açtığı Uzmanlaşma Programları	(K29)	1		

4.5. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yeterliliğine İlişkin Algılarına Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılardan Türkiye'de düzenlenen uzmanlaşma eğitimlerinin yeterli olduğunu düşünüp düşünmedikleri hakkındaki görüşlerini nedenleri ile birlikte açıklamaları istenmiştir. 39 katılımcıdan 29'u yetersiz olduğunu belirtirken 7'si yeterli olduğunu ifade etmiş 3'i ise bu konudan haberdar olmadığını ifade etmiştir. Çizelge 5'te turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimlerinin yeterliliğine ilişkin algılarına yönelik bulgulara yer verilmiştir. Çizelge 5'te "turist rehberlerinin uzmanlaşma eğitimlerinin yeterliliğine ilişkin algıları" altında temalar oluşturulmuş ve belirlenen

temalar anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Buna göre turist rehberlerinin “uzmanlaşma eğitimlerinin yeterliliğine ilişkin algıları” çerçevesinde yaptıkları değerlendirmeler, 33 tema ve bunları kapsayan 8 kategoriden oluşmaktadır. Bu kategoriler şunlardır.

- *Uzmanlaşma Eğitim Programları Yetersizliği*
- *Uzmanlaşma Eğitim Programlarının Nicel ve Nitelik Yönünden Geliştirilmesi Gerekliliği*
- *Uzmanlaşma Eğitim Programlarını Üstlenmesi Gereken Kurumlar*
- *Uzmanlaşma Eğitim Programları Yeterliliği*
- *Uzmanlaşma Eğitim Programlarının Avantajları*
- *Uzmanlaşma Eğitim Programlarının Gelişmesinin Önündeki Sorunlar*
- *Uzmanlaşma Eğitim Programlarına Yönelik İlgisizlik*
- *Diğer*

Çizelge 5’te katılımcıların, turist rehberlerinin uzmanlaşma eğitimlerinin yeterliliğine ilişkin algılarına yönelik en fazla **“Uzmanlaşma eğitim programlarının yetersizliği”** kategorisinde değerlendirme yaptıkları görülmektedir. “Uzmanlaşma eğitim programlarının yetersizliği” kategorisinde 8 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 20 kod sayısı ile % 30,30’luk bir pay almaktadır. “Uzmanlaşma eğitim programlarının yetersizliği” kategorisinde katılımcıların en fazla; “uzmanlaşma programları yetersiz” (Kod sayısı 17) olarak ifade ettikleri görülmektedir. İkinci olarak “uzmanlaşma eğitim programlarının yetersizliği” kategorisinde katılımcılar, en fazla **“Uzmanlaşma eğitim programlarının nicel ve nitelik yönünden geliştirilmesi gerekliliği”** kategorisini ifade etmişlerdir. “Uzmanlaşma eğitim programlarının nicel ve nitelik yönünden geliştirilmesi gerekliliği” kategorisinde katılımcılar, en fazla “uzmanlaşmada farklı eğitim konuları hayata geçirilmeli” (Kod sayısı 4) şeklinde bir değerlendirmede bulunmuşlardır. “Uzmanlaşma eğitim programlarının nicel ve nitelik yönünden geliştirilmesi gerekliliği” kategorisinde 9 tema ve toplam 15 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %22,73’tür. Üçüncü olarak, **“Uzmanlaşma eğitim programlarını üstlenmesi gereken kurumlar”** kategorisinde katılımcılar, en fazla uzmanlaşma eğitimleri lisans veya lisansüstü programlarda verilmeli” (Kod sayısı 3) şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bu kategoride 4 tema ve toplam 10 kod yer almaktadır. Kategorinin payı ise %15,15’tir. **“Uzmanlaşma eğitim programları yeterli”** kategorisinde katılımcılar en fazla “uzmanlık eğitimleri, yetkin kişiler tarafından verildiği için kalite olarak yeterli” (Kod sayısı 3) görüşüne yer vermişlerdir. Bu kategoride 7 tema ve toplam 9 kod bulunmaktadır. Kategorinin payı 13,64’tür.

“Uzmanlaşma eğitim programlarının avantajları” kategorisinde katılımcılar, en fazla “uzman rehberlik hizmetleri sayesinde ciddi kurumlar işe almada öncelik sağlar” (Kod sayısı 4) görüşünü ifade etmişlerdir. Bu kategoride 2 tema bulunmaktadır. Toplam 5 kod sayısı ile kategori payı %7,57’dir. *“Uzmanlaşma eğitim programlarının gelişmesinin önündeki sorunlar”* kategorisinde bir katılımcı tarafından “bu eğitimler faaliyete geçirilmek açısından çok yavaş ilerlemektedir (Kod sayısı 1) şeklinde bir değerlendirmede bulunulmuştur. Bu kategoride 4 tema yer almaktadır. Toplam 4 kod sayısı ile kategorinin payı %6,06’dır. *“Uzmanlaşma eğitim programlarına yönelik ilgisizlik”* kategorisinde bir katılımcı, rehber grupları genelde uzak durmayı tercih ediyor (Kod sayısı 1) ifadesine yer vermiştir. “Uzmanlaşma eğitim programlarına yönelik ilgisizlik” kategorisinde toplam 2 tema bulunmaktadır. Bu kategori, 2 kod sayısı ile %3,03’lük pay almaktadır. Son kategori belirlenen temalara uyum sağlamadığı için *“Diğer”* olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride bir katılımcı, “uzmanlık eğitimi alan uzman rehberler turizm planlamasında paydaş olarak yer almalı ve görüş bildirmeli” şeklinde görüş bildirmiştir. Kategorinin 1 kod sayısı ile payı %1,52’dir. Kategorilerde yer alan temalarda rehberlerin cevaplarından elde edilen alıntılara örnekler şu şekildedir:

K10: *“Türkiye’de düzenlenen uzmanlaşma programlarının henüz yeterli olduğunu düşünmüyorum. Akademisyenlerin ve turizm rehberliği öğrencilerinin konuyla ilgili çok güzel kaynakları ve çok güzel fikirleri olsa da bu fikirler mevcut meslek odaları tarafından tamamıyla benimsenip uygulamaya geçirilmiyor.”*

K13: *“Bir turist rehberi olarak yeterli düzeyde uzmanlaşma programıyla karşılaşmıyorum ve bir konuda uzmanlaşmış rehberlerle çok sık karşılaşmıyorum. Bu sebeplerden dolayı uzmanlaşma eğitimlerinin yetersiz olduğunu söyleyebilirim.”*

K22: *“Türkiye’de düzenlenen uzmanlaşma eğitimlerinin yeterli olduğunu düşünmüyorum. TUREB ve meslek odalarının sektör, üniversiteler gibi paydaşlarla ilişkilerinin daha çok geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Özellikle hangi alanlarda uzmanlaşmaya ihtiyaç olduğunun belirlenmesi ve uzman rehberlerin sürekli eğitim ile güncellenmesi gerektiğini düşünüyorum.”*

K39: *“Hayır yeterli olduğunu düşünmüyorum bu konuda odalar ve birlikler özellikle açık olan uzmanlık alanlarına yönelik eğitim verebilir ve yönlendirebilir.”*

Çizelge 5. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yeterliliğine İlişkin Algılarına Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
----------	------	-----------	------------	-------------------	---

Çizelge 5-devamı

Uzmanlaşma Eğitim Programları Yetersizliği	Uzmanlaşma programları yetersiz	(K1)(K2)(K3)(K5)(K7)(K10)(K11)(K12)(K13)(K14)(K15)(K22)(K23)(K27)(K28)(K38)(K39)	17	20	30,30
	Uzmanlık eğitim programı açma girişimlerin sayısı oldukça az	(K28)	1		
	Uzmanlaşma eğitimlerinin süresi yeterli değil	(K29)	1		
	Uzmanlaşma programlarının sık olmaması nedeniyle uzman rehber yetiştirilemiyor	(K13)	1		
Uzmanlaşma Eğitim Programlarının Nicel ve Nitelik Geliştirilmesi Gerekliliği	Uzmanlaşmada farklı eğitim konuları hayata geçirilmeli/ çeşitlendirilmeli	(K6)(K7)(K11)(K22)	4	15	22,73
	Uzmanlaşma eğitimlerinin sayısı artırılmalı	(K5)(K15)(K34)	3		
	Daha kapsamlı eğitimler düzenlenmeli	(K16)(K32)	2		
	Uzmanlaşma eğitimleri ön plana çıkarılmalı	(K12)	1		
	Uzmanlık eğitimleri sürekli güncellenmeli	(K22)	1		
	Uzmanlık eğitimleri en az master düzeyinde eğitim almış olan kişilere verilmeli	(K21)	1		
	Eğitim programının zamanlamasına dikkat edilerek talep artırılabilir.	(K35)	1		
	Daha fazla uzman rehber yetiştirmek için çaba gösterilmeli	(K37)	1		
	Uzmanlaşma eğitiminin yeterli olabilmesi için kimin eğitim verdiğine dikkat edilmeli	(K27)	1		
Uzmanlaşma Eğitim Programlarını Üstlenmesi Gereken Kurumlar	Uzmanlaşma eğitimleri Lisans veya Lisansüstü programlarda verilmeli	(K12)(K17)(K22)	3	10	15,15
	Kültür ve Turizm Bakanlığı harekete geçmeli ve odalar ve üniversitelerle iş birliği içerisinde çalışmalı	(K17)(K22)(K39)	3		
	Mevcut meslek odaları tarafından uygulamaya geçirilmeli	(K10)(K17)	2		
	TUREB uzmanlaşma eğitimlerine destek vermeli	(K12)(K22)	2		
Uzmanlaşma Eğitim Programları Yeterli	Uzmanlık eğitimleri yetkin kişiler tarafından verildiği için kalite olarak yeterli	(K20)(K24)(K30)	3	9	13,64
	Kısmen yeterli	(K8)	1		
	Uzmanlık eğitimleri rehberlerin kendi imkânları ile geliştirilebilir	(K8)	1		
	Akademik kaynakçalar mümkün	(K10)	1		

Çizelge 5-devamı

	Uzmanlaşma eğitimlerinin devamını ilgili kişiler getirir	(K14)	1		
	Verilen uzmanlık eğitimleri etkileyici	(K29)	1		
	Yeterli sayıda yapıldığını düşünüyorum	(K31)	1		
Uzmanlaşma Eğitim Programlarının Avantajları	Uzman rehberlik hizmetleri sayesinde ciddi kurumlar işe almada öncelik sağlar	(K21)(K37)(K38)(K1)	4	5	7,57
	Aktif rehberlerin kendilerini geliştirebilmeleri açısından çok önemlidir	(K34)	1		
Uzmanlaşma Eğitim Programlarının Gelişmesinin Önündeki Sorunlar	Bu eğitimler faaliyete geçirilmek için çok yavaş ilerlemektedir	(K33)	1	4	6,06
	Talep ve ilginin az olduğu branşlarda eğitmen bulmak zor olabiliyor	(K37)	1		
	Sahayı bilmeden, sadece oturarak veya Türkçe içerikli kitaplar okunarak alınan eğitimler, eğitim sayılmaz	(K27)	1		
	Rehberden uzman olmaz	(K21)	1		
Uzmanlaşma Eğitim Programlarına Yönelik İlgisizlik	Rehber grupları genelde uzak durmayı tercih ediyor	(K19)	1	2	3,03
	Uzmanlaşma eğitimleri yeterince talep görmüyor	(K37)	1		
Diğer	Uzmanlık eğitimi alan uzman rehberler turizm planlamasında paydaş olarak yer almalı ve görüş bildirmeli	(K22)	1	1	1,52
TOPLAM			66	66	100

4.6. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimleri ve Nedenlerine Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara uzman rehber değillerse eğer, kariyer planlamalarında bundan sonraki süreçte uzmanlaşmayı düşünüp düşünmedikleri sorulmuş ve cevapları olumlu ise hangi alanlarda uzmanlaşmayı düşündükleri, olumsuz ise nedenlerini belirtmeleri istenmiştir. 39 katılımcıdan 24'ü bu soruya "Evet" yanıtı vermiş, 10'u herhangi bir cevap vermemiş, 5'i ise "Hayır" yanıtı vermiştir. Buna göre araştırmada 39 katılımcıdan 24 katılımcının cevapları ile "turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri ve nedenlerine ilişkin bir değerlendirme yapılmıştır. Çizelge 6'da turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri ve nedenlerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri ve nedenlerine ilişkin tanımlar kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları

temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri ve nedenlerine yönelik yaptıkları tanımlar, 27 tema ve bunları kapsayan 4 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Mesleki Gelişimi Sağlama*
- *Mesleki Kariyeri Geliştirme*
- *Sektörün Beklentisini Karşılama*
- *İlgi Duyma*

Çizelge 6'da katılımcıların uzmanlaşma eğilimlerinin nedenlerine yönelik olarak en fazla "**Mesleki gelişimi sağlama**" kategorisi çerçevesinde değerlendirdikleri görülmektedir. "Mesleki gelişimi sağlama" kategorisinde 14 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 14 kod sayısı ile %50,00'lik bir pay almaktadır. Bu kategoride katılımcılar; "kişisel gelişim için bir adım olması" (Kod sayısı 1), kişinin kendini yetiştirebilmesi (Kod sayısı 1) gibi ifadelerle yer vermişlerdir. İkinci olarak "**Mesleki kariyeri geliştirme**" kategorisi oluşturulmuştur. Katılımcılar bu kategoride en fazla; kariyer imkanı (Kod sayısı 2) ifadesine yer vermiştir. Bu kategoride 5 tema bulunmaktadır. Kategori, 6 kod sayısı ile %21,43'lük pay almaktadır. Üçüncü olarak "**Sektörün beklentisini karşılama**" kategorisi yer almaktadır. Bu kategoride katılımcılar; "sahada aktif çalışabilmek" (Kod sayısı 1) ifadesine yer vermişlerdir. Bu kategoride 6 tema bulunmaktadır. Kategori, 6 kod sayısı ile %21,43'lük pay almaktadır. Son kategori, "**İlgi duyma**" olarak belirlenmiştir. Bu kategoride 2 tema bulunmaktadır. Kategori, 2 kod sayısı ile %7,14'lük pay almaktadır. Bu kategoriye ilişkin turist rehberlerinden elde edilen görüşlerden alıntılara örnekler şu şekildedir:

K10: "Evet, çünkü rehberlik oldukça geniş bir alandır. Bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olmayı, her konuda az az bilgim olmasına tercih ederim."

K12: "Evet, Her rehberin mesleki anlamda daha yüksek başarılar elde etmesi adına (isteğe bağlı olarak) en az bir alanda uzmanlaşmasının gerektiğini düşünüyorum..."

K22: "Evet, rehberlikte uzmanlaşmanın önemine inanıyorum. Turlarda anlatımı zenginleştirmek ve daha ayrıntılı bilgiye sahip olabilmek ve sahada daha aktif çalışabilmeye uzman rehberliğin önemi oldukça yüksek. "Talep edilen rehber" olabilmeyen yolu bence uzmanlıktan geçiyor."

Çizelge 6. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimleri ve Nedenlerine Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Mesleki Gelişimi Sağlama	Kişisel gelişim için bir adım olması	(K23)	1	14	50
	Kişinin kendini yetiştirebilmesi	(K37)	1		
	Rehberliğin geniş bir alan olması	(K10)	1		
	Bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olma isteği	(K10)	1		
	Her alanda eğitim almanın gerekliliği	(K16)	1		
	Turlarda daha rahat, heyecanlı ve duyarlı davranma hissi	(K29)	1		
	Turlarda zengin anlatım yapabilmek	(K22)	1		
	Daha ayrıntılı bilgiye sahip olabilmek	(K22)	1		
	Doğru bilgi edinmek	(K26)	1		
	Yeni bir dil öğrenme	(K13)	1		
	Sürekli yenilenme imkânı	(K16)	1		
	Uzmanlık alanlarını güncelleme	(K1)	1		
Mesleki Kariyeri Geliştirme	Yeni uzmanlık alanlarında daha fazla bilgi birikimi edinme	(K5)	1	6	21,43
	Ülke genelinde uzmanlaşma imkânı	(K7)	1		
	Kariyer imkânı	(K12)(K27)	2		
	Mesleki anlamda yüksek başarı elde etmek	(K12)	1		
	Daha profesyonel olmak	(K36)	1		
Sektörün Beklentisini Karşılama	Nitelikli turistlerle çalışma olanağı	(K13)	1	6	21,43
	Belirli bir bölgede otorite sahibi olma isteği	(K11)	1		
	Sahada aktif çalışabilmek	(K22)	1		
	Talep edilen rehber olabilmek	(K22)	1		
	Uzmanlığın her zaman tercih sebebi olması	(K1)	1		
	Daha fazla talep oluşturması	(K27)	1		
İlgi Duyma	Daha fazla iş teklifi alınması	(K38)	1	2	7,14
	Arz ve talebe göre değişiklik göstermesi	(K27)	1		
İlgi Duyma	Anlatmaktan zevk almak	(K5)	1	2	7,14
	Uzmanlaşılan alanlara hobi olarak ilgi duymak	(K12)	1		
TOPLAM			28	28	100

4.7. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimi Gösterdikleri Alanlara İlişkin Bulgular

Bu soruda turist rehberlerine, uzman rehber olarak kariyer planlamasında bundan sonraki süreçte uzmanlık alanlarını artırmayı düşünüp düşünmedikleri sorulmuş ve cevaplarının olumlu olması halinde hangi alanlarda uzmanlaşmak istedikleri veya cevapları olumsuz ise nedenlerini açıklamaları istenmiştir. Soruya 39 katılımcıdan 19’u “Evet” yanıtı vermiş, 12’si “Hayır” yanıtı vermiş ve 9’u herhangi bir yanıt vermemiştir. Çizelge 7’de turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimi gösterdikleri alanlara ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimi gösterdikleri alanlara ilişkin tanımlar kendi içerisinde değerlendirilmiş,

temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimi gösterdikleri alanlara yönelik yaptıkları tanımlar, 26 tema ve bunları kapsayan 4 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır.

- *Konu Üzerine Uzmanlaşma*
- *Turizm Çeşitleri Üzerine Uzmanlaşma*
- *Alan Üzerine Uzmanlaşma*
- *Destinasyon Üzerine Uzmanlaşma*

Çizelge 7’de turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimi gösterdikleri alanlara yönelik en fazla **“Konu üzerine uzmanlaşma”** kategorisinde bir değerlendirmede buldukları görülmektedir. “Konu üzerine uzmanlaşma” kategorisinde toplam 16 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 26 kod sayısı ile %68,42’lik bir pay almaktadır. Bu verilere göre katılımcıların “konu üzerine uzmanlaşma” kategorisinde en fazla; yemek tarihi ve kültürü (Kod sayısı 5) üzerine uzmanlaşma alanlarına yöneldikleri görülmektedir. Katılımcıların eğilim gösterdikleri uzmanlaşma alanı en çok bu kategoride bulunmaktadır. “Konu üzerine uzmanlaşma” kategorisinde yer alan temalarda katılımcıların gastronomi alanından sonra ise en fazla; sanat tarihi, hristiyanlık, ikonografi ve yunan mitolojisi alanları üzerine uzmanlaştıkları görülmektedir. İkinci sırada olan **“Turizm çeşitleri üzerine uzmanlaşma”** kategorisinde katılımcıların en fazla; inanç turizmi (Kod sayısı 2) alanında uzmanlaştıkları görülmektedir. Bu kategoride 4 tema bulunmaktadır. Bu kategori, 6 kod sayısı ile %15,79’luk pay almaktadır. Üçüncü kategori ise **“Alan üzerine uzmanlaşma”** kategorisidir. Katılımcıların “alan üzerine uzmanlaşma” kategorisinde kiliseler (Kod sayısı 1) ve kurtuluş savaşı tarihi (Kod sayısı 1) ile ilgili alanlarda uzmanlaştıkları görülmektedir. Bu kategoride 4 tema bulunmakta olup, 4 kod sayısı ile %10,53’lük pay almaktadır. Son kategori olan **“Destinasyon üzerine uzmanlaşma”** kategorisinde katılımcıların Marmaris (Kod sayısı 1) ve Mardin (Kod sayısı 1) alanında uzmanlaştıkları görülmektedir. “Destinasyon üzerine uzmanlaşma” kategorisinde 2 tema yer almaktadır. Bu kategori 2 kod sayısı ile %5,26’lık pay almaktadır. Kategorilere ait temalarda turist rehberlerinden elde edilen görüşlerden alıntılara örnekler şu şekildedir:

K15: “Evet. İkonografi, yunan mitolojisi ve sanat tarihi.”

K22: “Evet, uzmanlaşmanın sonu yok tabii ki. İlgi alanlarıma uygun olarak sanat tarihi ve kültürel miras alanlarında da uzmanlaşma eğitimlerine katılmak isterim.”

K35: “Mardin, gastronomi.”

K39: “Gastronomi ,müze rehberliği, inanç turizmi.”

Çizelge 7. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Eğilimi Gösterdikleri Alanlara İlişkin Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Konu Üzerine Uzmanlaşma	Yemek tarihi ve kültürü / Gastronomi	(K18)(K30)(K32)(K35)(K39)	5	26	68,42
	Sanat tarihi	(K5)(K15) (K22)(K30)	4		
	Hristiyanlık	(K31)(K34)	2		
	İkonografi	(K8)(K15)	2		
	Antik Yunan kalıntıları ve Yunan mitolojisi	(K4)(K15)	2		
	Dinler tarihi	(K3)	1		
	Prehistorya	(K24)	1		
	Selçuklu ve Osmanlı dönemi kitabelerin analizi	(K28)	1		
	Kültürel miras	(K22)	1		
	Kurtuluş Savaşı	(K33)	1		
	Ortaçağ tarihi	(K23)	1		
	Arkeoloji	(K37)	1		
	Antik Yunan dili	(K37)	1		
	Botanik	(K13)	1		
	Dağcılık	(K12)	1		
İşaret dili	(K17)	1			
Turizm Çeşitleri Üzerine Uzmanlaşma	İnanç turizmi	(K31)(K39)	2	6	15,79
	Ornitoloji turizmi	(K13)(K27)	2		
	Yayla turizmi	(K12)	1		
	Bisiklet turizmi	(K12)	1		
Alan Üzerine Uzmanlaşma	Kiliseler	(K15)	1	4	10,53
	Kurtuluş Savaşı ile ilgili alanlar	(K33)	1		
	Türkiye Tarihi Savaş Alanları	(K7)	1		
	Müzeler	(K39)	1		
Destinasyon Üzerine Uzmanlaşma	Marmaris	(K11)	1	2	5,26
	Mardin	(K35)	1		
TOPLAM			38	38	100

4.8.Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumlu Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara mesleklerinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörlerin neler olduğu sorulmuştur. 39 katılımcı, soruyu eksiksiz olarak yanıtlamış

ve turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörlerin neler olduğunu açıklamıştır. Çizelge 8’de turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörlere yönelik bulgulara yer verilmiştir. “Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörler” üzerinde açıklanılan tanımlar kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin, turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörlere yönelik yaptıkları değerlendirmeler, 28 tema ve bunları kapsayan 3 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Turist Rehberlerinin Sahip Olduğu Niteliklerden Kaynaklı Faktörler*
- *Uzmanlaşmanın Teşvik Edilmesinden Kaynaklı Faktörler*
- *İş Bulma ve Ücret Artışı Beklentisinden Kaynaklı Faktörler*

Çizelge 8’de katılımcıların turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörlere yönelik en fazla “**Turist rehberlerinin sahip olduğu niteliklerden kaynaklı faktörler**” açısından bir değerlendirme yaptıkları görülmektedir. “Turist rehberlerinin sahip olduğu niteliklerden kaynaklı faktörler” kategorisinde 14 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 19 kod sayısı ile %38’lik bir pay almaktadır. “Turist rehberlerinin sahip olduğu niteliklerden kaynaklı faktörler” kategorisi içerisinde katılımcılar en fazla; “ilgi alanımı bulmak” (Kod Sayısı 4), “kişisel merak” (Kod Sayısı 2) ve “mesleki tecrübeye katkı sağlamak” (Kod Sayısı 2) şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir. İkinci kategori, “**Uzmanlaşmanın teşvik edilmesinden kaynaklı faktörler**” olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 8 tema ve toplam 19 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %38’dir. Katılımcılar bu kategori içerisinde mesleği olumlu etkileyen faktörler arasında en fazla; meslekte uzmanlaşma programlarının yaygınlaşması ve tanıtılmasını (Kod sayısı 6) ve uzmanlaşmanın teşvik edilmesini (Kod sayısı 5) ifade etmişlerdir. Son kategori ise “**İş bulma ve ücret artışı beklentisinden kaynaklı faktörler**” olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 5 tema bulunmaktadır. Kategorinin toplam kod sayısı 19 olup %24’lük bir pay almaktadır. “İş bulma ve ücret artışı beklentisinden kaynaklı faktörler” kategorisinde ise katılımcılar en fazla; iş alanında tercih sebebi olması (Kod sayısı 5) ve maddi kazancı artırması (Kod sayısı 3) şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bu kategorilerde yer verilen temalarda

turist rehberlerinin verdikleri yanıtlardan elde edilen alıntılara örnekler şu şekildedir:

K1: “Uzman rehber iş alanında tercih sebebidir.”

K7: “Uzmanlaşmanın olumlu yönü o alanda tanınır isim olarak marka oluşturmaktan geçiyor. Rehber bir alanda uzmanlaştığında ve o alan söz konusu olduğunda adı geçen kişilerden biri olabiliyor. O alanda tanınan bir “marka” haline geliyorsunuz.”

K15: “Uzmanlık alınan bölgeye hakim olma, bilgili ve kapsamlı şekilde turu yönetmek olumlu faktörler içerisindedir.”

K35: “Başarı, iş talebi, kapasite, aranan kişi.”

K37: “36 yıldır bu sektörün içerisindeyim aldığım feedbackler sayesinde bunun çok katkısını gördüm. Her defasında yepyeni insanlarla tanışıp tecrübeler edindim. Ayrıca bölgenin oluşturduğu kitlenin kaliteleri turları ortaya çıkarması ve ilerlediğim temel yolda epey olumlu etkilerini yakaladım.”

Çizelge 8. Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumlu Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Turist Rehberlerinin Sahip Olduğu Niteliklerden Kaynaklı Faktörler	İlgi alanını bulmak	(K10)(K12)(K17)(K39)	4	19	38
	Kişisel merak	(K12)(K13)	2		
	Mesleki tecrübeye katkı sağlamak	(K33)(K36)	2		
	Mesleği sevmek	(K11)	1		
	Motive edici olması	(K11)	1		
	Kendini geliştirmek	(K14)	1		
	Konulara daha hâkim birey olabilmek	(K24)	1		
	Uzmanlık alınan bölgeye hâkim olmak	(K15)	1		
	Çok fazla okumak	(K10)	1		
	Kişinin eğitim seviyesinin artması	(K27)	1		
	Öğrenmeyi sevmek	(K29)	1		
	Başarılı olma isteği	(K35)	1		
	Bölgeye katkı sağlama isteği	(K11)	1		
	Bilgili ve kapsamlı şekilde turu yönetebilme isteği	(K15)	1		
Uzmanlaşmanın Teşvik Edilmesinden Kaynaklı Faktörler	Meslekte uzmanlaşma programlarının yaygınlaşması ve tanıtılması	(K4)(K5)(K8)(K18)(K31)(K39)	6	19	38
	Uzmanlaşmanın teşvik edilmesi	(K2)(K14)(K18)(K32)(K39)	5		
	Akademik seminerlerin ve bilgilendirmelerin etkili olması	(K16)(K26)	2		
	Turist profilinin isteklerine göre talep artması	(K19)(K25)	2		
	Uygun fiyatlı eğitimlerin olması	(K8)	1		
	Pazarlamanın etkin olması	(K25)	1		
	Çevresel faktörlerin baskın olması	(K28)	1		
	Turistlerin cana yakın olması	(K6)	1		

Çizelge 8-devamı

İş Bulma ve Ücret Artışı Beklentisinden Kaynaklı Faktörler	İş alanında tercih sebebi olması	(K1)(K35) (K38)(K39)	4	12	24
	Maddi kazancı artırması	(K12)(K17)(K34)	3		
	Tanınan ve aranan kişi olma isteği	(K7)(K35)	2		
	Acentaların taban ücretten daha fazla ücret ödemesi	(K17)	1		
	Kaliteli tur fırsatları yaratması	(K37)	1		
	Marka rehber haline gelme	(K7)	1		
TOPLAM			50	50	100

4.9.Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara mesleklerinde uzmanlaşmayı olumsuz yönde etkileyen faktörlerin neler olduğu sorulmuştur. 38 katılımcı turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumsuz yönde etkileyen faktörlerin neler olduğunu çeşitli şekillerde ifade etmeye çalışmış, 1 katılımcı ise herhangi bir yanıt vermemiştir. Çizelge 9’da turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumsuz yönde etkileyen faktörlere yönelik bulgulara yer verilmiştir. Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumsuz yönde etkileyen faktörlere yönelik verilen cevaplar, kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin, “turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumsuz yönde etkileyen faktörlere yönelik görüşleri, 18 tema ve bunları kapsayan 4 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Turist Rehberlerinden Kaynaklı Olumsuz Faktörler*
- *Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yetersizliğinden Kaynaklı Faktörler*
- *Uzmanlaşma Eğitimlerine Yönelik İlgisizlikten Kaynaklı Faktörler*
- *Diğer*

Çizelge 9’da katılımcıların, turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumsuz yönde etkileyen faktörlere yönelik en fazla, “**Turist rehberlerinden kaynaklı olumsuz faktörler**” açısından bir değerlendirme yaptıkları görülmektedir. “Turist rehberlerinden kaynaklı olumsuz faktörler” kategorisinde 7 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 35 kod sayısı ile %60,35’lik bir pay almaktadır. “Turist rehberlerinden kaynaklı olumsuz faktörler” kategorisi içerisinde katılımcıların; yeterli bir zaman bulunmaması (Kod Sayısı 18) ve finansal etmenler (Kod Sayısı 12) olarak görüş

bildirdikleri görülmektedir. İkinci kategori, *“Uzmanlaşma eğitimlerinin yetersizliğinden kaynaklı faktörler”* olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 6 tema ve toplam 17 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı, %29,31’dir. Katılımcılar bu kategori içerisinde mesleği olumsuz yönde en fazla etkileyen faktörleri; meslekte uzmanlaşma eğitimlerinin yetersizliği (Kod sayısı 7) ve uzmanlaşma eğitimlerinin ticari amaçları gütmesi (Kod sayısı 4) olarak ifade etmişlerdir. Üçüncü kategori, *“Uzmanlaşma eğitimlerine yönelik ilgisizlikten kaynaklı faktörler”* kategorisidir. Bu kategoride 2 tema bulunmaktadır. Kategorinin toplam kod sayısı 3 olup, %5,17’lik bir pay almaktadır. “Uzmanlaşma eğitimlerine yönelik ilgisizlikten kaynaklı faktörler” kategorisinde katılımcılar, meslek üyelerinin ilgisiz olması (Kod sayısı 2) şeklinde bir görüş bildirmişlerdir. Son kategoride yer alan ifadeler, hiçbir kategoriye uymamasından dolayı *“Diğer”* başlığı altında toplanmıştır. Bu kategori de 3 tema bulunmaktadır. Kategori, toplam 3 kod sayısı ile 5,17’lik pay almaktadır. “Diğer” kategorisinde katılımcılar mesleği olumsuz yönde etkileyen faktörleri; yabancı uyruklu kişiler (Kod sayısı 1) ve tek olumsuzluk karşıt grupların olması (Kod sayısı 1) şeklinde ifade etmişlerdir. Bu kategorilerde yer verilen temalarda turist rehberlerinin verdikleri yanıtlardan elde edilen alıntılara örnekler şu şekildedir:

K4: *“Zaman ve finansal etmenler.”*

K7: *“Başta gelen olumsuz yön uzmanlaşma programlarının 4-5 günden ibaret olması. Programların daha uzun ve kapsamlı olması gerekiyor.”*

K15: *“Uzmanlaşma programları yetersiz. Türkiye geneli bu programlar artmalı.”*

K22: *“Kesinlikle zaman bulamamak en önemli engel, mesleğimiz gereği sahada çok zaman geçiriyoruz. Kişisel okumalarımız oluyor, uzmanlık alanlarımızla ilgili ama uzmanlık eğitimleri çağın gereklerine uygun hale getirilmeli.”*

K31: *“Uzmanlaşma programlarının yetersizliği ve zamansızlık.”*

Çizelge 9. Turist Rehberliği Mesleğinde Uzmanlaşmayı Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörlere Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Turist Rehberlerinden Kaynaklı Olumsuz Faktörler	Yeterli bir zaman bulunamaması	(K8)(K9)(K12)(K13) (K17)(K18)(K19)(K22) (K24)(K25)(K28)(K29) (K30) (K31)(K36)(K37) (K38)(K39)	18	35	60,35
	Finansal etmenler	(K2)(K4)(K5)(K8) (K10)(K13)(K14)(K19) (K29)(K37) (K38)(K39)	12		

Çizelge 9-devamı

	Yoğun çalışma temposu	(K16)	1		
	Geç sezon veya işsiz geçecek süreçlerin kaygısı	(K25)	1		
	Alınan uzmanlık eğitimin gelir kazancı sağlamaması	(K27)	1		
	Kadın olma açısından zorlaması	(K35)	1		
	Seminerlere talebin yüksek olduğu zamanlarda katılma imkânı bulamamak	(K16)	1		
Uzmanlaşma Eğitimlerinin Yetersizliğinden Kaynaklı Faktörler	Uzmanlık eğitimlerinin yetersizliği	(K1)(K13)(K14)(K26)(K28)(K30)(K34)	7	17	29,31
	Uzmanlık eğitimlerinin ticari amaçları gütmemesi	(K10)(K17)(K25)(K32)	4		
	Uzmanlaşma programlarının daha uzun süreçlerde ve kapsamlı olarak verilmemesi	(K7)(K10)	2		
	Yeterince donanımlı akademisyenler ile eşgüdümlü olarak yapılmaması	(K10)(K22)	2		
	Uzmanlaşma eğitimlerinin üye sayısı az odalar tarafından düzenlenmemesi	(K10)	1		
	Çağın gereklerine uygun uzmanlık eğitimlerinin verilmemesi	(K22)	1		
Uzmanlaşma Eğitimlerine Yönelik İlgisizlikten Kaynaklı Faktörler	Meslek üyelerinin ilgisiz olması	(K11)(K25)	2	3	5,17
	Öğrenme isteğinin az olması	(K23)	1		
Diğer	Yabancı uyruklu kişiler	(K6)	1	3	5,17
	Tek olumsuzluk karşıt grupların olması	(K11)	1		
	Politik istikrarsızlık	(K25)	1		
TOPLAM			58	58	100

4.10. Uzmanlık Alanının Seçilmesinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara uzmanlık alanlarını seçmede hangi etmenlerin etkili olduğu sorulmuştur. 39 katılımcıdan 3'ü herhangi bir yanıt vermemiş, 36 katılımcı ise uzmanlık alanlarını seçmede etkili olan faktörleri çeşitli şekillerde ifade etmişlerdir. Çizelge 10'da uzmanlık alanının seçilmesinde etkili olan faktörlere yönelik bulgulara yer verilmiştir. Uzmanlık alanlarını seçmede etkili olan faktörlere ilişkin verilen cevaplar, kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod

sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin, uzmanlık alanlarını seçmede etkili olan faktörlere yönelik görüşleri, 25 tema ve bunları kapsayan 6 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *İçsel Faktörler*
- *Turizm Arzı İle İlgili Faktörler*
- *Finansal Beklenti İle İlgili Faktörler*
- *Eğitim İle İlgili Faktörler*
- *Talep İle İlgili Faktörler*
- *Deneyim İle İlgili Faktörler*

Çizelge 10'da katılımcıların, uzmanlık alanlarını seçmede etkili olan faktörlere yönelik en fazla **“İçsel faktörler”** açısından bir değerlendirme yaptıkları görülmektedir. “İçsel faktörler” kategorisinde 7 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 22 kod sayısı ile %42,31'lik bir pay almaktadır. “İçsel faktörler” kategorisi içerisinde katılımcıların en fazla; bireysel ilgi ve yetenek (Kod Sayısı 12) ve kişisel merak (Kod Sayısı 4) olarak görüş bildirdikleri görülmektedir. İkinci kategori, **“Turizm arzı ile ilgili faktörler”** olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 4 tema ve toplam 10 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %19,23'dür. Katılımcılar “turizm arzı ile ilgili faktörler” kategorisi içerisinde en fazla; bölgedeki kültürel, coğrafi zenginlikler (Kod sayısı 6) ve yaşanan şehir (Kod sayısı 2) olarak görüşünü ifade etmişlerdir. Üçüncü kategori olan **“Finansal beklenti ile ilgili faktörler”** kategorisinde 4 tema bulunmaktadır. Bu kategori, 7 kod sayısı ile 13,46'lık bir pay almaktadır. “Finansal beklenti ile ilgili faktörler” kategorisinde katılımcılar en fazla; finansal artıları (Kod sayısı 3) ve tur önerisi oluşturma ve kendi pazarını yaratma (Kod sayısı 2) olarak görüşlerini ifade etmiştir. Bir diğer kategori olan **“Eğitim ile ilgili faktörler”** kategorisinde 5 tema bulunmaktadır. Bu kategori, 5 kod sayısı ile 9,52'lik bir pay almaktadır. “Eğitim ile ilgili faktörler” kategorisinde; lisans eğitimi (Kod sayısı 1) ve okullarda verilen uzmanlık eğitiminin katkıları (Kod sayısı 1) ifadeleri yer almaktadır. Beşinci kategori olan **“Talep ile ilgili faktörler”** kategorisinde 4 tema bulunmaktadır. Bu kategorinin kod sayısı, 4 ve oranı %7,69'dur. “Talep ile ilgili faktörler” kategorisinde, sektörel boşluk (Kod sayısı 1) ve alandaki rehber sayısının az oluşu (Kod sayısı 1) ifadeleri bulunmaktadır. **“Deneyim ile ilgili faktörler”** kategorisi

6. kategoridir ve 4 teması bulunmaktadır. Bu kategorinin oranı, 4 kod sayısı ile %7,69'dur. "Deneyim ile ilgili faktörler" kategorisinde, gruplardan kazanılan tecrübeler (Kod sayısı 3) ve zaman ifadeleri yer almaktadır. Kategorilere ait temalarda yer alan alıntılardan örnekler şu şekildedir:

K1: "Çalıştığım bölgelerdeki kültürel ve coğrafi zenginlikler."

K13: "Kişisel merak, bireysel ilgi, sektördeki boşluk ve maddi getiri."

K25: "Kendim doğa yürüyüşünü sevdiğim için Kapadokya vadilerinde yürüyüş rotalarında kendimi geliştirdim. uzmanlık para için değil kişinin mutlu olduğu konuda olmalı."

K28: "Alanımdaki rehber sayısının yetersiz oluşu."

K33: "Lisans eğitimim ve okuduğum kitaplar oldukça etkiledi."

K34: "Yaşadığım şehir ve çalışmak istediğim müşteri portföyü bu konuda etken oldu."

K37: "İnanç kavramlarına olan ilgim, incili okumam ve sektördeki ihtiyaç ve tabi ki coğrafi yapı benim zamanımdaki en önemli etmen idi hala da böyledir. Önce coğrafyayı tanımak lazım bölgemizde hristiyanların haç merkezi olduğu için dolayısıyla içinde yetişmemek elde değil.."

Çizelge 10. Uzmanlık Alanının Seçilmesinde Etkili Olan Faktörlere Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
İçsel Faktörler	Bireysel ilgi ve yetenek	(K5)(K7)(K8)(K12) (K13)(K20)(K29)(K31) (K32) (K37)(K39)	12	22	42,31
	Kişisel merak	(K13)(K7)(K12) (K39)	4		
	Hobi olarak yapabilme isteği	(K10)(K12)	2		
	Mutlu bir şekilde işini yapabilme isteği	(K5)	1		
	Tanınan biri olma isteği	(K21)	1		
	İç ses	(K3)	1		
	Kaliteli tur deneyimi yaşama isteği	(K17)	1		
Turizm Arzı İle İlgili Faktörler	Bölgedeki kültürel, coğrafi zenginlikler	(K1)(K15)(K18) (K22)(K26)(K35)	6	10	19,23
	Yaşanılan şehir	(K23)(K34)	2		
	Coğrafi yapı	(K37)	1		
	Özel ilgi turizm çeşitlerinin oluşması	(K39)	1		
Finansal Beklentisi İle İlgili Faktörler	Finansal artıları	(K2)(K13)(K39)	3	7	13,46
	Tur önerisi oluşturma ve kendi pazarını yaratma	(K21)(K35)	2		
	Piyasa şartları	(K3)	1		
	Müşteri portföyü	(K34)	1		
Eğitim İle İlgili Faktörler	Lisans eğitimi	(K33)	1	5	9,62
	Okullarda verilen uzmanlık konularının katkıları	(K10)	1		
	Odaların uzmanlık seminerleri	(K11)	1		

Çizelge 10-devamı

	Yabancı dil	(K6)	1		
	Okunulan kitaplar	(K33)	1		
Talep İle İlgili Faktörler	Sektörel boşluk	(K13)	1	4	7,69
	Alandaki rehber sayısının az oluşu	(K28)	1		
	Gittikçe ihtiyaç duyulması	(K37)	1		
	Toplumsal beklenti	(K32)	1		
Deneyim İle İlgili Faktörler	Gruplardan kazanılan tecrübeler	(K19)(K27)(K30)	3	4	7,69
	Zaman	(K36)	1		
TOPLAM			52	52	100

4.11. Uzmanlaşmanın Kariyer Gelişimine Etkisine Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etki edeceğini düşünüp düşünmedikleri sorulmuştur. 39 katılımcıdan 3'ü "Hayır" yanıtını vermiş, 36 katılımcı ise uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etkisini çeşitli şekillerde açıklamışlardır. Çizelge 11'de uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etkisine yönelik bulgulara yer verilmiştir. "Uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etkisi" kavramına ilişkin tanımlar kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin "uzmanlık alanlarını seçmede etkili olan faktörler" kavramına yönelik yaptıkları tanımlar, 23 tema ve bunları kapsayan 4 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Turist Rehberinin Mesleki Başarısına Etkisi*
- *Turist Rehberinin İş Bulma ve Ücret Artışına Etkisi*
- *Turist Rehberinin Mesleki Becerilerine Etkisi*
- *Diğer*

Çizelge 11'de katılımcıların, uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etkisini en fazla "***Turist rehberinin mesleki başarısına etkisi***" açısından değerlendirdikleri görülmektedir. "Turist rehberlerinin mesleki başarısına etkisi" kategorisinde 9 tema bulunmaktadır. Bu kategori toplam 13 kod sayısı ile %36,11'lik bir pay almaktadır. "Turist rehberlerinin mesleki başarısına etkisi" kategorisi içerisinde katılımcıların en fazla; başarı (Kod Sayısı 3) ve tanınma imkanı yaratması (Kod Sayısı 2) şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir. İkinci kategori, "***Turist***

rehberlerinin iş bulma ve ücret artışına etkisi” olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 6 tema ve toplam 11 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %30,56’dır. Katılımcılar bu kategorisi içerisinde en fazla; aranan kişi olma (Kod sayısı 5) ve maddi getirisinin olması (Kod sayısı 2) ifadelerine yer vermişlerdir. Üçüncü sırada, **“Turist rehberlerinin mesleki becerilerine etkisi”** kategorisi bulunmaktadır. Bu kategoride 6 tema ve toplam 9 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %25’tir. Katılımcılar “turist rehberlerinin mesleki becerilerine etkisi” kategorisi içerisinde uzmanlaşmanın kariyer gelişimine en fazla profesyonel olma (Kod sayısı 3) yönünde bir etkisinin olduğunu ifade etmişlerdir. Son olarak bazı temalar hiçbir kategoriye dahil edilemediği için **“Diğer”** başlığı altında bir kategori oluşturulmuştur. Bu kategoride 2 tema ve toplam 3 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %8,33’tür. Katılımcılar “diğer” kategorisi içerisinde uzmanlaşmanın kariyer gelişimine memnun ve mutlu tur ortamı sağlaması (Kod sayısı 2) yönünde katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Kategorilere ait temalarda yer alan alıntılardan örnekler şu şekildedir:

K1: *“Uzmanlık her zaman kariyer alanında başarı getirir. Uzman rehberlerle çalışmak diğer çalışanlar için de kolaylık sağlayacaktır.”*

K7: *“Muhakkak etki ediyor. O alanda hakim olduktan sonra ilgili çıkan turlarda ilk arananlardan biri oluyorsunuz. Ayrıca o konuda yapılan söyleşi, seminer vb. etkinliklerde davet alıyor ve böylece tanınıyorsunuz.”*

K11: *“Tabii ki etkili. Ben sürekli değişik turlar yapmak yerine daha çok yaşadığım bölgede tur yapmayı ama her defasında bölgeyi tanıtılabilmek için konuşmama yeni bilgiler ekleyerek misafirlerime daha fazla katkı sunmaya çalışıyorum. Bu şekilde çalışırken daha fazla ve etkileyici bilgileri bir araya getirince Bölge turundan bahsedilince akla ilk gelen rehberlerden olmaya başladım.”*

K13: *“Kesinlikle düşünüyorum. Belirli bir alanda uzmanlaşan turist rehberlerinin iş ağları da uzmanlaştığı alan çerçevesinde gerçekleşecektir ve o alanda iş yapma oranları artacaktır. Benim açımdan da durum bu şekilde gelişmekte. Bisiklet turizmi ağına dahil oldum ve bu alanda çeşitli teklifler almaktayım.”*

K21: *“Uzmansanız, sizi bulurlar. Alanınızda rehberlikten bağımsız olarak uluslararası düzeyde tanınmış bir kariyeriniz var ise o işin rehberliğini de sizin yapmanız talep edilir.”*

K22: *“Uzmanlaşma elbette kariyer gelişimi için önemli, özellikle rekabet gücü elde etmede önemli bir husus. Özellikle uzmanlaştıktan sonra yaptığım turlarda müşterilerimin daha memnun kaldığını gördüm.”*

K31: *“Daha nitelikli rehberlik icra etmek rehber için de daha iyi sonuçlar getirecektir. Sosyal manevi ve finansal açıdan olumlu etkileri olacaktır.”*

Çizelge 11. Uzmanlaşmanın Kariyer Gelişimine Etkisine Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Turist Rehberlerinin Mesleki Başarısına Etkisi	Başarı	(K1)(K25)(20)	3	13	36,11
	Tanınma imkânı yaratması	(K7)(K11)	2		
	Nitelikli bir rehber olarak görülme	(K10)(K11)	2		
	Rekabet gücü elde etme	(K22)(20)	2		
	Farklılık oluşturma	(K8)	1		
	Bağımsız olarak uluslararası iş yapma imkânı sağlaması	(K21)	1		
	Sosyal ve manevi etkilerinin olması	(K31)	1		
	Kaliteli müşteriler ile çalışma avantajı yakalama	(K34)	1		
Turist Rehberlerinin İş Bulma ve Ücret Artışına Etkisi	Aranan kişi olma	(K5)(K10)(K11)(K12)(K25)	5	11	30,56
	Maddi getirisinin olması	(K12)(K31)	2		
	Talep edilen rehber olma	(K2)	1		
	İş ağlarının genişlemesi	(K13)	1		
	Çeşitli teklifler alınabilmesi	(K14)	1		
	Aktif çalışma ortamı yaratması	(K15)	1		
Turist Rehberlerinin Mesleki Becerilerine Etkisi	Profesyonel olma	(K5)(K7)(K8)	3	9	25
	Her alanda bilgi kazanımı sağlaması	(K17)(K23)	2		
	Ufku genişlemesi	(K3)	1		
	Bilgi işleme yeteneği	(K3)	1		
	Özgüven	(K4)	1		
	Yabancı dil potansiyelinden faydalanma	(K28)	1		
Diğer	Memnun ve mutlu tur ortamı sağlama	(K22)(K12)	2	3	8,33
	Diğer çalışanlar için kolaylık	(K1)	1		
TOPLAM			36	36	100

4.12. Uzman Bir Rehberin Sahip Olması Gereken Niteliklerine Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara uzman bir rehberin niteliklerinin neler olduğu sorulmuştur. 39 katılımcıdan 2'si herhangi bir yanıt vermemiş, 37 katılımcı ise "uzman bir rehberin nitelikleri" kavramına yönelik çeşitli şekillerde tanımlamaya çalışmıştır. Çizelge 12'de uzman bir rehberin niteliklerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Uzman bir rehberin niteliklerine ilişkin katılımcıların görüşleri, kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre uzman bir turist

rehberinin sahip olması gereken nitelikler, 33 tema ve bunları kapsayan 5 farklı kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Yaşam boyu öğrenme*
- *Yüksek mesleki becerisi*
- *Yüksek bilgi düzeyi*
- *Uygun kişilik özellikleri*
- *Yüksek iletişim becerileri*

Çizelge 12’de katılımcıların “uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerini en fazla **“Yaşam boyu öğrenme”** kapsamında değerlendirdikleri görülmektedir. “Yaşam boyu öğrenme” kategorisinde 5 tema bulunmaktadır. Bu kategori, toplam 27 kod sayısı ile %29,68’lik bir pay almaktadır. “Yaşam boyu öğrenme” kategorisi içerisinde katılımcılar, “uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerini; araştırmacı olmalı (Kod Sayısı 10), kendini güncelleyebilmeli (Kod Sayısı 7) ve kendi alanında daima meraklı olmalı (Kod sayısı 4) şeklinde ifade etmişlerdir. İkinci olarak katılımcılar, uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerini, **“Yüksek mesleki beceri”** kapsamında değerlendirmişlerdir. Bu kategoride 11 tema ve toplam 23 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %25,28’dir. Katılımcılar “yüksek mesleki beceri” kategorisi içerisinde uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerini; profesyonel olmalı (Kod sayısı 6), entelektüel olmalı (Kod sayısı 4) ve misafirleri iyi analiz etmeli (Kod sayısı 3) olarak ifade etmişlerdir. Üçüncü kategori, **“Yüksek bilgi düzeyi”** olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 6 tema ve toplam 19 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %20,89’dur. Katılımcılar “yüksek bilgi düzeyi” kategorisi içerisinde uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerini; alanında bilgi donanımı yeterli olmalı (Kod sayısı 11) ve daha spesifik bilgilere sahip olmalı (Kod sayısı 3) olarak sıralamışlardır. Dördüncü sırada **“Uygun kişilik özellikleri”** kategorisi yer almaktadır. Bu kategoride 8 tema ve toplam 13 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı, %14,26’dır. Katılımcılar “uygun kişilik özellikleri” kategorisi içerisinde uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerini; mesleğini severek yapmalı (Kod sayısı 2) ve samimi olmalı (Kod sayısı 2) olarak ifade etmişlerdir.

Çizelgenin sonunda **“Yüksek iletişim becerisi”**, kategorisi bulunmaktadır. Bu kategoride 3 tema ve toplam 9 kod yer almaktadır. Bu kategorinin payı %9,89’dur. Katılımcılar, “yüksek iletişim becerisi” kategorisi içerisinde uzman bir rehberin sahip

olması gereken niteliklerini; anlaşılır düzeyde turistlere bilgi aktarmalı (Kod sayısı 4) ve iletişimi kuvvetli olmalı (Kod sayısı 3) olarak değerlendirmişlerdir. Kategorilerde belirtilen temalardaki alıntılardan örnekler şu şekildedir:

K7: “İlgili ve o alana meraklı olmalı. Sürekli araştırmalı ve kendini yenilemeli, her çeşit kaynağa başvurarak bilgi toplamalı. Bunun yanında o alanı adım adım gezmeli, her detayına hakim olmalı ve bu bilgi birikimini, kısıtlı zaman olan turlarda yeterli ve anlaşılır düzeyde misafirlere aktarabilmeli.”

K11: “Bir kere rehberin turizm anlamında mutlaka farklı alanlarda da bilgisi belgesi olmalı. Genel olarak turizmi iyi tanımalı. Rehberde olması gereken en önemli özellik bilgi olarak donanımlı olması ancak bu bilgi birikimini misafirlere aktarabilmesi için iletişim yönünün mutlaka güçlü olması gerekiyor...”

K12: “Uzmanlığını iddia ettiği alanda kimsenin bilmediği ince ayrıntılara sahip olmalıdır. O alanda tanınmış ve uzmanlığını kanıtlamış olmalıdır. Hiç durmaksızın söz konusu alanda kendini geliştirmeye, bilgi ve kazanımını artırmaya odaklanmalıdır.”

K35: “İyi bilmek ile uzman olmak farklı bir şeydir. Sahada yeterli olmaları gerekir.”

K39: “Enerjik, dışa dönük, saygın, empati kurabilen, bilgili dilini iyi konuşabilen, zaman ve kriz yönetimi yapabilen, ilk yardım uygulamasını bilen, fiziksel ve duygusal direnç sahibi.”

Çizelge 12. Uzman Bir Rehberin Sahip Olması Gereken Niteliklerine Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Yaşam Boyu Öğrenme	Araştırmacı olmalı	(K3)(K7)(K10)(K11) (K12)(K13)(K14) (K27)(K28)(K34)	10	27	29,68
	Kendini güncelleyebilmeli	(K1)(K2)(K7)(K14) (K28)(K33)	7		
	Kendi alanında daima meraklı olmalı	(K7)(K11)(K14) (K19)	4		
	Öğrenmeye açık olmalı	(K4)(K23)(K28)	3		
	Kendini sürekli geliştirmeli	(K12)(K19)(K22)	3		
Yüksek Mesleki Beceri	Profesyonel olmalı	(K2)(K6)(K7) (K32)(K35)(K39)	6	23	25,28
	Entelektüel olmalı	(K22)(K28)(K30) (K38)	4		
	Misafirleri iyi analiz etmeli	(K11)(K27)(K37)	3		
	Çözüm odaklı olmalı	(K5)(K39)	2		
	Turizm sektörünü iyi tanımalı	(K11)(K27)	2		
	Esnaflar ile iyi geçinmeli	(K6)	1		
	Her konuda tarafsız davranabilmeli	(K11)	1		
	Stresi yönetebilmeli	(K15)	1		
	Dikkatli ve özverili olmalı	(K22)	1		
	Tanınmış olmalı	(K12)	1		
Uzmanlığını kanıtlamış olmalı	(K12)	1			

Çizelge 12-devamı

Yüksek Bilgi Düzeyi	Alanında bilgi donanımı yeterli olmalı	(K1)(K9)(K11)(K25) (K26)(K27)(K30) (K31)(K34)(K37) (K38)	11	19	20,89
	Daha spesifik bilgilere sahip olmalı	(K12)(K13)(K24)	3		
	Bölgeye hâkim olmalı	(K6)(K9)	2		
	Turizm dalında farklı alanlarda bilgisi olmalı	(K11)	1		
	Birden fazla dil bilmeli	(K29)	1		
	İlk yardım müdahalesini bilmeli	(K39)	1		
Uygun Kişilik Özellikleri	Mesleğini severek yapmalı	(K4)(K27)	2	13	14,26
	Samimi olmalı	(K5)(K28)	2		
	Saygılı davranmalı	(K5)(K39)	2		
	Sabırlı olmalı	(K11)(K15)	2		
	Mütevazı olmalı	(K25)(K38)	2		
	Anlayışlı olmalı	(K5)	1		
	İlgili bir rehber olmalı	(K7)	1		
	Enerjisi yüksek olmalı	(K39)	1		
Yüksek İletişim Becerileri	Anlaşılır düzeyde turistlere bilgi aktarmalı	(K7)(K8)(K11)(K33)	4	9	9,89
	İletişimi kuvvetli olmalı	(K11)(K30)(K32)	3		
	Anlatım becerisi yüksek olmalı	(K22)(K23)	2		
TOPLAM			91	91	100

4.13. Uzman Bir Rehberin Sahip Olması Gereken Niteliklerinin Uzmanlık Alanlarına Yönelik Farklılık Göstermesine İlişkin Bulgular

Bu soruda katılımcılara, uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılık gösterip göstermediği sorulmuştur. 39 katılımcıdan 8'i "Hayır" yanıtı vermiş, 1'i herhangi bir yanıt vermemiş, 30 katılımcı ise uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre gösterdiği farklılıkları çeşitli şekillerde ifade etmişlerdir. Çizelge 13'te uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıklarına yönelik bulgulara yer verilmiştir. Uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıklarına ilişkin katılımcıların görüşleri kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin, uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıklarına yönelik ifadeleri, 15 tema ve bunları kapsayan 1 kategori altında toplanmıştır. Bu kategori şudur:

- *Uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık*

alanlarına göre farklılıkları

“Uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıkları” kategorisinde 15 tema bulunmaktadır. Bu kategori, toplam 69 kod sayısı ile %100'lük bir pay almaktadır. Katılımcılar, uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıklarını; “kendi alanında uzman rehberin daha deneyimli olması ve uygulamadaki uzmanlık becerisine hakim olması” (Kod Sayısı 15), “ilgi alanında uzman bir rehber ile kendini yetiştirmiş rehberin uzmanlık deneyimi arasındaki çatışması” (Kod Sayısı 12), “sahadaki performansları” (Kod sayısı 11), “yeterli bilgi sunabilmeleri ve etkili olmaları” (Kod sayısı 10) ve “ayrıntılı bilgi sahibi olma” (Kod sayısı 6) şeklinde değerlendirmişlerdir. Kategorilerde belirtilen temalardaki alıntılardan örnekler şu şekildedir:

K3: “İnanç turizmi felsefi düşünebilme ile ilgili iken doğa ve fotoğraf uzmanlığı görsel ve duyuşsal zeka ile ilişkilidir. Örneğin; Öğrenme Stilleri.”

K4: “Başarılı bir rehber olmak için gerekli unsurlar, uzmanlaşmak için de geçerli olacaktır.”

K7: “Gösterebilir. Örneğin Roma tarihi konusunda uzman bir rehber ile gastronomi alanında uzman bir rehberin nitelikleri farklı olur. Gastronomi uzmanı rehber yerel lezzetleri tek tek deneyimlemeli ve yapım aşamasına hakim olmalıdır.”

K17: “Tabii ki. Örneğin; su altı rehberliği alanında uzmanlaşmak isteyen kişi deniz/ deniz altı yaşamı ile ilgili daha ayrıntılı bilgilere sahip olmalı.”

K22: “Elbette farklılık göstermelidir. Örneğin spor ya da macera ile ilgili bir uzmanlık alanı olan turist rehberi ile sanat tarihi uzmanlığı olan bir rehberin nitelikleri asla aynı olamaz...”

K31: “Evet farklı alanlar farklı nitelikler gerektirecektir. Örneğin inanç turizminde uzmanlaşmış birinin her dine karşı hassasiyet ve dikkati en üst düzeyde olmalıdır.”

K34: “Göstermeli. Örneğin savaş alanlarında uzman olan bir rehber askeri hareket konusunda daha fazla bilgili olmalı.”

K37: “Tabii ki gösterir mesela Kapadokya da oturan rehber gastronomi de uzmanlaşmak istediğini iddia ederse bu alana katkı sağlayamaz çok ta nitelikli olamaz. Onun freskolara ve jeolojik oluşuma çalışması gerekir. Dolayısıyla önemli olan bu yolda doğru ilerlemek.”

Çizelge 13. Uzman Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Niteliklerinin Uzmanlık Alanlarına Göre Farklılıklarına İlişkin Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
----------	------	-----------	------------	-------------------	---

Çizelge 13-devamı

Uzman rehberlerin niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıkları	Kendi alanında uzman rehberin daha deneyimli olması ve uygulamadaki uzmanlık becerisine hâkim olması	(K7)(K9)(K12)(K22)(K25)(K28)(K30)(K31)(K33)(K34)(K35)(K36)(K37)(K38)(K39)	15	69	100
	İlgi alanında uzman bir rehber ile kendini yetiştirmiş rehberin uzmanlık deneyimi arasındaki farklılıkların çatışması	(K7)(K10)(K15)(K17)(K22)(K25)(K27)(K28)(K31)(K34)(K38)(K39)	12		
	Sahadaki performansları	(K7)(K10)(K15)(K17)(K22)(K25)(K27)(K28)(K31)(K34)(K38)	11		
	Yeterli bilgi sunabilmeleri ve etkili olmaları	(K1)(K7)(K8)(K10)(K12)(K15)(K17)(K27)(K37)(K38)	10		
	Ayrıntılı bilgi sahibi olma	(K15)(K17)(K19)(K27)(K28)(K34)	6		
	Turistlere olan eğilimleri	(K11)(K31)	2		
	Gelişmeye açık	(K23)(K35)	2		
	Özen ve hassasiyet	(K31)(K10)	2		
	Farklı bakış açısı	(K33)(K39)	2		
	Algı yetisini tartabilme	(K2)	1		
	Öğrenme stilleri	(K3)	1		
	Başarılı olma yöntemleri	(K4)	1		
	Gelecek soruya hazırlıklı olma	(K6)	1		
	Grupların performansını öngörebilme	(K2)	1		
	Olumlu katkı	(K33)	1		

4.14. Uzmanlaşmanın Turist Rehberine, Sektöre, Turistlere ve Diğer Paydaşlara Etkilerine Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılara, uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara ne gibi etkisinin olabileceği sorulmuştur. 39 katılımcıdan 1'i herhangi bir yanıt vermemiş, 38 katılımcı ise uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara etkisine yönelik çeşitli görüşler bildirmişlerdir. Çizelge 14'te uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara etkisine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara etkisine ilişkin katılımcıların görüşleri kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdelik değerleri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin; uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara etkisine yönelik görüşleri, 23 tema ve bunları kapsayan 7 kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Turist Rehberlerinin İş Bulma ve Ücret Artışına Etkisi*
- *Turist Rehberlerinin Tanınırlığına Etkisi*
- *Turist Rehberlerinin Bilgi Birikimine Etkisi*
- *Misafire Yönelik Etkisi*
- *Turist Rehberlerinin Mesleki Gelişime Etkisi*
- *Olumsuz Etkisi*
- *Diğer*

Uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara etkisine yönelik oluşturulan **“Turist rehberlerinin iş bulma ve ücret artışına etkisi”** kategorisi, 5 tema, 16 kod sayısı ve %21,92’lik bir pay ile ilk sırada yer almaktadır. “Turist rehberlerinin iş bulma ve ücret artışına etkisi” kategorisi içerisinde katılımcıların en fazla; tercih edilen olma (Kod Sayısı 7), iş tekliflerinin artması (Kod Sayısı 4) ve yüksek ücret kazancı (Kod sayısı 3) şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir. İkinci kategori, **“Turist rehberlerinin tanınırlığına etkisi”** olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 5 tema ve toplam 15 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %20,55’tir. Katılımcılar, uzmanlaşmanın turist rehberlerinin tanınırlığına etkisini; tanınma ve reklam yapabilme (Kod sayısı 6), referans noktası oluşturma (Kod sayısı 3) ve uluslararası düzeyde tanınabilme imkanının olması (Kod sayısı 3) şeklinde açıklamışlardır. **“Turist rehberlerinin bilgi birikimine etkisi”** kategorisi, 3 tema, 14 kod ve %19,18’lik bir oran ile üçüncü sırada yer almaktadır. Katılımcılar; uzmanlaşmanın turist rehberlerinin bilgi birikimine etkisini; uzman rehber bilgi paylaşımı (Kod sayısı 8) ve detaylı bilgiye sahip olma önceliği (Kod sayısı 5) olarak ifade etmişlerdir. Dördüncü kategori, **“Misafire yönelik etkisi”** olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 3 tema ve toplam 12 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %16,44’dür. Katılımcılar “misafire yönelik etkisi” kategorisi içerisinde en fazla; memnuniyet oranı artışı (Kod sayısı 6) ve kaliteli deneyim (Kod sayısı 4) gibi ifadelere yer vermişlerdir. **“Turist rehberlerinin mesleki gelişime etkisi”** kategorisi beşinci sırada yer almaktadır. Bu kategoride 3 tema ve toplam 9 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %12,32’dir. Katılımcılar, uzmanlaşmanın turist rehberlerinin mesleki gelişime etkisine yönelik; kişisel gelişim ve mesleki bütünlük sağlama (Kod sayısı 5) ve kaliteli gezi rotaları planlama ve uygulama (Kod sayısı 3) şeklinde görüş bildirmişlerdir. Altıncı olarak katılımcılar, uzmanlaşmanın bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara etkisine yönelik olumsuz

değerlendirmelerde bulunmuşlar ve bu kategori **“Olumsuz etkisi”** kategorisi olarak adlandırılmıştır. Bu kategoride 3 tema ve toplam 4 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %5,48’dir. Katılımcılar, “uzmanlaşmanın olumsuz etkisi” kategorisi içerisinde; alanında sınırlı kalma (Kod sayısı 2) ve iş alanında az tercih sebebi (Kod sayısı 1) gibi görüşlerini ifade etmişlerdir. Son olarak bu kategorilerden hiçbirine dahil edilemeyen temalar için **“Diğer”** başlığı altında bir kategori oluşturulmuştur. Bu kategoride 1 tema ve toplam 3 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %4,11’dir. Katılımcılar, “diğer” kategorisinde; uzmanlaşmanın destinasyon imajına katkı sağladığını (Kod sayısı 3) belirtmişlerdir. Yapılan analiz, turist rehberlerinin daha çok uzmanlaşmanın turist rehberlerine katkısının olduğu düşündükleri göstermektedir. Kategorilere ait temalarda turist rehberlerinin yanıtlarından alıntılanan örnekler şu şekildedir:

K7: *“Uzmanlaşma sayesinde o alana özgü, “özel ilgi turizmi” altında turlar çıkabilir. Acentalar, alanında uzman rehberin adını kullanarak hem rehberin hem de turunun reklamını yapabilir ve müşteri portföyünü genişletebilir.”*

K22: *“Uzman rehber tercih edilen rehberdir. Bu yüzden turizm sektörü açısından bakıldığında çalışılmak istenen rehberdir. Ayrıca bir planlama yapılırken paydaş görüşlerinin alınması önemlidir. Uzmanlaşmanın olumsuz bir yönü olduğunu düşünmüyorum. Aksine uzmanlaşmanın turist rehberlerinin niteliklerinin artırılmasında önemli bir süreç olduğu bilinmektedir...”*

K26: *“Farklı alanlarda farklı konularda uzmanlaşan, bilgileri derinleşen rehberler, birbirlerini tamamlayacaklar ve muhataplarına her biri farklı alanlarda farklı dünyaların kapılarını aralayacaklardır.”*

K32: *“Kendisine iş potansiyeli yaratır, ihtiyacı karşılar ve çekim noktası oluşturur.”*

K37: *“Acenta tarafından uzmanlaşma artık çok önemli bir noktaya geldi hergün acenta açılıyor nerdeyse bu sebeple uzmanlaşmış olan acentaların hem müşterisi farklıdır, çünkü müşterisinin talebi bellidir. Bu bir kere o açıdan önemli direk uzman rehber ile çalışılmak isteniyor. Uzmanlaşma artı bir farklılık getiriyor. Sektöre de büyük faydası oluyor çünkü gelen turist açısından doğru bilgiye ulaşmak çok kıymetli.”*

Çizelge 14. Uzmanlaşmanın Etkilerine Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Turist Rehberlerinin İş Bulma ve Ücret Artışına Etkisi	Tercih edilen olma	(K9)(K12)(K3)(K21)(K22)(K27)(K32)	7	16	21,92
	İş tekliflerinin artması	(K3)(K21)(K27)(K37)	4		
	Yüksek ücret kazancı	(K8)(K12)(K39)	3		
	Yüksek ücret talebi	(K1)	1		
	Kariyer ve otorite fırsatı	(K11)	1		

Çizelge 14-devamı

Turist Rehberlerinin Tanınırlığına Etkisi	Tanınma ve reklam yapabilme imkânı	(K7)(K12)(K13)(K19)(K21)(K25)	6	15	20,55
	Referans noktası oluşturma	(K14)(K32)(K37)	3		
	Uluslararası düzeyde tanınabilme imkânı	(K21)(K25)(K27)	3		
	Pazarlama olanağı yaratması	(K12)(K36)	2		
	Saygınlık kazanma	(K20)	1		
Turist Rehberlerinin Bilgi Birikimine Etkisi	Uzman rehber bilgi paylaşımı	(K1)(K6)(K14)(K22)(K23)(K26)(K27)(K34)	8	14	19,18
	Detaylı bilgiye sahip olma önceliği	(K3)(K5)(K10)(K24)(K27)	5		
	Farklı yönelimlerle bilgi sahibi olma ve eleştirme	(K5)	1		
Misafire Yönelik Etkisi	Memnuniyet oranı artışı	(K4)(K10)(K13)(K23)(K27)(K38)	6	12	16,44
	Kaliteli deneyim sunma	(K13)(K15)(K33)(K39)	4		
	Geniş müşteri portföyü	(K7)(K31)	2		
Turist Rehberlerinin Mesleki Gelişime Etkisi	Kişisel gelişim ve mesleki bütünlük sağlama	(K17)(K20)(K23)(K31)(K35)	5	9	12,32
	Kaliteli gezi rotaları planlama ve uygulama	(K4)(K19)(K22)	3		
	Yüksek performans ve özgüven	(K10)	1		
Olumsuz Etkisi	Alanında sınırlı kalma	(K9)(K16)	2	4	5,48
	İş alanında az tercih sebebi	(K1)	1		
	Hayal kırıklığı	(K2)	1		
Diğer	Destinasyon imajına katkı sağlama	(K11)(K12)(K15)	3	3	4,11
TOPLAM			73	73	100

4.15. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına İlişkin Önerilerine Yönelik Bulgular

Bu soruda katılımcılardan turist rehberi adaylarına ve mesleğe yeni başlamış turist rehberlerine hangi uzmanlaşma alanlarına yönelmeleri konusunda öneriler sunmaları istenmiştir. 39 katılımcıdan 1'i herhangi bir alanda uzmanlaşmalarını tavsiye etmem cevabını vermiş, 38 katılımcı ise çeşitli şekillerde öneriler sunmaya çalışmıştır. Çizelge 15'te turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına ilişkin önerilere yönelik bulgulara yer verilmiştir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına ilişkin önerilerine ilişkin görüşleri kendi içerisinde değerlendirilmiş, temalar oluşturulmuş, bu temaların kod sayıları belirlenmiş ve temalar, anlam ve içeriğine göre kategorilere ayrılmıştır. Kod sayıları temaların tekrarlanma sıklığını ifade etmektedir. Toplam kod sayıları üzerinden her bir kategorinin frekans ve yüzdeler değeri hesaplanmıştır. Buna göre turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına ilişkin önerileri, 31 tema ve bunları kapsayan 5 kategoride toplanmıştır. Bu kategoriler şunlardır:

- *Konu Üzerine Uzmanlaşma*

- *Turizm Çeşitleri Üzerine Uzmanlaşma*
- *Alan Ya Da Destinasyon Üzerine Uzmanlaşma*
- *Etkinlik Üzerine Uzmanlaşma*
- *Diğer*

Çizelge 15’te turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına ilişkin önerilerine yönelik ilk sırada **“konu üzerine uzmanlaşma”** kategorisi yer almaktadır. Bu kategoride 11 tema bulunmaktadır. Bu kategori, toplam 30 kod sayısı ile %35,29’luk bir pay almaktadır. “Konu üzerine uzmanlaşma” kategorisi içerisinde katılımcılar en fazla; tarih (Kod Sayısı 7) arkeoloji (Kod Sayısı 5), botanik (Kod sayısı 3), yabancı dil (Kod sayısı 3), hristiyanlık (Kod sayısı 3) ve Anadolu uygarlıkları (Kod sayısı 2) gibi konularda uzmanlaşılmasını önermektedirler. İkinci sırada **“Turizm çeşitleri üzerine uzmanlaşma”** kategorisi yer almaktadır. Bu kategoride 6 tema ve toplam 19 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %22,36’dır. Katılımcılar “turizm çeşitleri üzerine uzmanlaşma” kategorisi içerisinde en fazla; gastronomi (Kod sayısı 10), doğa turizmi (Kod sayısı 3) ve inanç turizmi (Kod sayısı 3) gibi turizm çeşitlerinde uzmanlaşmayı önermektedirler. Üçüncü kategori, 5 tema ve toplam 13 kod ile **“Alan ya da destinasyon üzerine uzmanlaşma”** kategorisidir. Bu kategorinin payı %15,29’dur. Katılımcılar “alan ya da destinasyon üzerine uzmanlaşma” kategorisi içerisinde en fazla; belirli bir destinasyona (Çanakkale, Mevlana müzesi vb.) (Kod sayısı 4) ve talep duyulan bölgelere (Kod sayısı 3) yönelik uzmanlaşmayı tavsiye etmektedirler. Dördüncü kategori, **“Etkinlik üzerine uzmanlaşma”** kategorisidir. Bu kategoride 4 tema ve toplam 12 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %14,12’dir. Katılımcılar “etkinlik üzerine uzmanlaşma” kategorisi içerisinde en fazla; trekking (Kod sayısı 5) ve çeşitli spor dallarına (Kod sayısı 4) yönelik uzmanlaşmayı önermektedir. Son olarak bu kategorilerden hiçbirine dahil edilemeyen temalar için **“Diğer”** başlığı altında bir kategori oluşturulmuştur. Bu kategoride 5 tema ve toplam 11 kod bulunmaktadır. Bu kategorinin payı %12,94’tür. Katılımcılar “diğer” kategorisi içerisinde; iyi tanıdıkları bölge üzerine uzmanlaşmalı (Kod sayısı 4), ilgi duyulan alana yönelmeli (Kod sayısı 4) ve uzman rehber ihtiyacına göre alanlar belirlenmeli (Kod sayısı 1) gibi önerilerde bulunmuşlardır. Kategorilere ait temalarda turist rehberlerinin yanıtlarından alıntılanan örnekler şu şekildedir:

K12: *“Bireysel ve grup halinde gerçekleştirilebilen çeşitli spor dallarında uzmanlaşmalarını önerebilirim. Bisiklet, dağcılık, kayakçılık ve doğa yürüyüşünü*

bunlara örnek olarak verebilirim.”

K13: “Türkiye’nin zengin bir coğrafyaya sahip olması ve çeşitlilikler sunabilmesi açısından özellikle kuş gözlemciliği veya botanik gibi alanlarda uzmanlaşmayı önerebilirim.”

K25: “Fotoğraf, Videografi, Yürüyüş, Yemek, Şarap, Harp Tarihi, Mimari, Bizans ikonografyası, erken Hristiyanlık.”

K32: Arkeoloji, sanat tarihi, dinler tarihi, gastronomi.

K37: “Öncelikle rehber olduktan sonra neleri sevdiğini, yapabildiğini bilmek lazım, bölgeyi iyi tanımak lazım, heyecan duymak sevmek gerekiyor ve talebe göre ilerlemek gerekiyor. Bunun dışında zeytinyağı, şarap, gastronomi olabilir ancak her dala da atlamamak gerekiyor zaten bir turist gelip ülkenin yöresel yemeğini tatmadan gitmiyor bu açıdan daha spesifik alanlara yönelinebilir.”

Çizelge 15. Turist Rehberlerinin Uzmanlaşma Alanlarına İlişkin Önerilerine Yönelik Bulgular

Kategori	Tema	Katılımcı	Kod Sayısı	Toplam Kod Sayısı	%
Konu Üzerine Uzmanlaşma	Tarih	(K14)(K15)(K24) (K25)(K28)(K32) (K34)	7	30	35,29
	Arkeoloji (Antik kentler)	(K1)(K5)(K32) (K35)(K36)	5		
	Flora-Fauna (Botanik)	(K3)(K13)(K34)	3		
	Yabancı dil	(K6)(K22)(K27)	3		
	Hristiyanlık	(K24)(K25)(K34)	3		
	Anadolu uygarlıkları	(K2)(K24)	2		
	Sanat tarihi	(K5)(K32)	2		
	Freskler	(K12)(K25)	2		
	Kitabeler (Latince, Eski Türkçe)	(K12)	1		
	Teknolojik ve bilimsel alanlar	(K10)	1		
	İletişim (İnsan İlişkileri)	(K30)	1		
Turizm Çeşitleri Üzerine Uzmanlaşma	Gastronomi turizmi	(K14)(K22)(K25) (K27)(K28)(K32) (K34)(K35)(K37) (K39)	10	19	22,36
	Doğa turizmi	(K3)(K14)(K19)	3		
	İnanç turizmi	(K28)(K32)(K39)	3		
	Sağlık turizmi	(K28)	1		
	Eko turizm	(K39)	1		
	Lüks turizm (VIP turlar)	(K22)	1		
Alan ya da Destinasyon Üzerine Uzmanlaşma	Belirli bir destinasyon (Göreme açık hava müzesi, Troya antik kenti, Mevlana müzesi, Çanakkale vb.)	(K12)(K15)(K19) (K25)	4	13	15,29
	Talep duyulan bölgeler (GAP, Doğu Anadolu, Karadeniz, vb.)	(K15)(K19)(K38)	3		
	Antik yol güzergâhları	(K11)(K15)	2		
	Müzeler	(K1)(K10)	2		
	Mimari (Kiliseler)	(K15)(K25)	2		
Etkinlik Üzerine Uzmanlaşma	Trekking	(K2)(K11)(K25) (K27)(K34)	5	12	14,12

Çizelge 15-devamı

	Çeşitli spor dalları (bisiklet, dağcılık, kayakçılık, dalış, doğa sporları, vb.)	(K2)(K12)(K27) (K33)	4		
	Fotoğrafçılık	(K3)(K25)	2		
	Kuş gözlemciliği	(K13)	1		
Diğer	İyi tanıdıkları bölge üzerine uzmanlaşmalı	(K4)(K9)(K16) (K20)	4	11	12,94
	İlgi duyulan alana yönelmeli	(K7)(K17)(K23)(K26) (K31)(K35) (K37)	4		
	Uzman rehber ihtiyacına göre alanlar belirlenmeli	(K7)	1		
	Kriz yönetimini yapabilecekleri alana yönelmeli	(K8)	1		
	Genç olmanın avantajını kullanabilecek alanlar oluşturmalı	(K11)	1		
TOPLAM			85	85	100

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin uzmanlık alan seçimlerinin ve etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen çalışmanın bu bölümünde araştırmaya ilişkin sonuç ve öneriler yer almaktadır.

5.1. Sonuçlar

Turist rehberleri her geçen gün değişen teknoloji hızına ve tüketici taleplerine uyum sağlamak durumunda kalmaktadır. Turizm sektöründe özel ilgi turizm türlerinin ortaya çıkması ve ülkeyi ziyarete gelen turistlerin hizmet sektöründeki beklentilerinin değişmesi sonucu, farklılık ve yenilik arayışı içerisinde olan ziyaretçilerin ihtiyacını karşılamak için kaliteli ve mesleki donanıma sahip turist rehberlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda turist rehberleri, kariyer planlamalarında mesleğe yönelik belirli donanımları elde edebilmek için çeşitli uzmanlık alanlarına yönelmektedir. Bu nedenle bu araştırma, turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin, uzmanlık alan seçimlerinin ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırmada ilgili alanyazın incelenmiş olup turist rehberlerinin kariyer planlamalarında, uzmanlaşma eğilimleri, uzmanlık alan seçimleri ve etkileyen faktörlerin neler olduğu araştırılmıştır. Araştırmada veriler, yarı yapılandırılmış soru formu aracılığıyla toplanmıştır. Elektronik posta ve sosyal medya üzerinden katılımcılara erişim sağlanmıştır. Araştırma sonucunda bazı önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmanın katılımcı sayıları incelendiğinde kişilerin en fazla erkek katılımcılardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğu lisans mezunudur. Katılımcıların büyük çoğunluğu, 21-30 yaş arasındadır. Mesleki tecrübeleri incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun 11-15 yıl ve üzeri bir deneyime sahip oldukları görülmektedir. Katılımcıların yabancı dillerine bakıldığında en fazla İngilizce dilinde çalışma kartlarının olduğu anlaşılmaktadır. Hollandaca ve Farsça gibi diğer yabancı dillere de sahip katılımcıların olduğu araştırmada ortaya çıkan diğer bir bulgudur.

Araştırmada katılımcılardan turist rehberliğinde uzmanlaşma ve uzman rehber

olma kavramları üzerine kısa tanımlar yapmaları istenmiştir. Turist rehberlerinin görüşleri incelendiğinde katılımcılar, uzman bir rehberin en az bir alanda kendi belirlediği spesifik bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olan kişi olarak tanımladıkları görülmektedir. Katılımcılar uzman olabilmek için detaylı bir bilgiye sahip olmanın dışında güzergah, hijyen kuralları, konaklama, yemek kültürü ve diğer kişisel ihtiyaçlar konusunda da bilgi sahibi olunması gerektiğini vurgulamışlardır. Ayrıca katılımcılar, uzman rehberlerin eğitimlerini sürekli hale getirmeleri ve sıradışı yeterliliklere sahip olmaları gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu verilerin ışığında uzman rehberin sadece ayrıntılı bilgiye sahip olan kişi olarak görülmediği pek çok alanda kendini yetiştirmiş, yabancı dil bilen, çeşitli konularda eğitim alan, mesleğin teorik ve uygulamaları konusunda tüm yetkinlikleri kazanan kişi olarak tanımlandığı tespit edilmiştir. Bu ifadeler aynı zamanda turist rehberlerinin uzman rehberlerden beklentilerini ve yaşanan problemler konusunda uzman rehberlerin yetkinliklerine olan güvenirliliğini belirlemektedir.

Araştırmada turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına yönelik bulguları incelendiğinde rehberlerin; Çanakkale Muharebe Alanları, Hristiyanlık tarihi, Kapadokya yürüyüşleri, Ekoturizm gibi spesifik konularda, destinasyonlarda ve özel ilgi turlarında uzmanlaştıkları tespit edilmiştir. Bu alanlarda uzmanlaşan turist rehberlerinin kendi ilgi alanlarına göre uzmanlaştıkları, birçok farklı alanda uzman rehber sayısının ve ihtiyacının arttığı, Türkiye’de pek çok turizm faaliyetinin yapılabildiği ve Anadolu’nun zengin ve kültürel bir yapıya sahip olduğu saptanmıştır. Yapılan araştırmalarda (Akpınar ve Avcı, 2021; Köroğlu, 2020), turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimlerinin her geçen gün artış gösterdiği ve uzmanlık alan seçimlerinin turizm sektöründe en fazla talep edilen alanlar üzerinde olduğu görülmektedir.

Turist rehberlerinin uzmanlık eğitimlerine yönelik bulguları değerlendirildiğinde rehberlerin büyük çoğunluğunun kendi çabası ile uzmanlaştıkları görülmektedir. Eğitim alan katılımcıların ise özel kurumlar ile üye olunan meslek odaları tarafından ve Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın açtığı uzmanlaşma programlarından uzmanlık eğitimleri aldıkları gözlemlenmektedir. Bu durum rehberlerin uzmanlaşma konusunda yeterince uzmanlık eğitim programlarına yönelmediklerini, turist rehberliğinde uzmanlaşma eğitim programlarına katılarak ve bu eğitimlerin sonucunda başarılı sayılıp sertifikaları ile uzmanlık alanlarını tescilletirmediklerini göstermektedir. Aynı zamanda rehberlerin, uzmanlık eğitim

programlarını yetersiz bulmalarından dolayı özel kurumlardan eğitimler alarak uzmanlaşma konusunda yeterlilik sağlamaya çabaladıkları anlaşılmaktadır.

Araştırmada turist rehberlerinin uzmanlaşma eğitimlerinin yeterliliğine ilişkin algılarına yönelik bulgularda, katılımcıların büyük çoğunluğu, uzmanlaşma eğitim programlarının yeterince benimsenmediğini, uzmanlaşma seviyesinin sadece akademik boyutta kaldığı için uzmanlaşma eğitim konularının hayata geçirilemediğini, bu konular üzerinde meslek odalarının, bakanlığın, üniversitelerin ve turist rehberleri odaları birliğinin iş birliği içerisinde daha aktif olarak çalışması gerektiğini belirtmişlerdir.

Turist rehberliğinde uzmanlık eğitimlerinin yeterliliğine ilişkin bulgularda ortak ulaşılan sonuç uzmanlaşma eğitim programlarında verilen eğitimlerin belirli konular üzerinde olmasından kaynaklı rehberlerin farklı uzmanlaşma alanlarına yönelemedikleri, ayrıca bu eğitimlerin yetersizliğinden dolayı yeterince uzman rehber statüsüne kavuşamadıkları ve eğitim almalarına rağmen sahada aldıkları eğitimlerden faydalanamadıkları görülmektedir. Buna ek olarak turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına yönelik, işe alım konusunda ön planda olmak istemeleri ancak uzman olmak istedikleri alanların mesleğin icrasında tercih edilmeme durumu konusunda tereddüt yaşadıkları ve sektörün ihtiyacına yönelik uzmanlık alanlarını belirledikleri tespit edilmiştir. Buna yönelik katılımcılar uzmanlaşma eğitim programlarının ticari amaç gütmemesi ve programların daha sık verilerek rehberlerin teşvik edilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Katılımcılar, turist rehberliğinde uzmanlaşma eğitimlerinin daha sık uygulanması ve ticari amaç gütmeyen rehberlerin yetiştirilmesi adına çeşitli alanlarda programlar açılması halinde, sektörün uzman rehber ihtiyacının karşılanacağını ve turların daha başarılı geçmesine çok önemli katkılar oluşturacağını ifade etmişlerdir.

Araştırmada anket formunun ikinci bölümünde uzmanlaşma eğilimleri ve nedenlerine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Araştırmada ortaya çıkan sonuçta katılımcılar, uzmanlaşma eğilimlerinin mesleki gelişimi sağlama, sektörün beklentisini karşılama ve ilgi duymaya bağlı nedenlerini ifade etmişlerdir. Bu eğilimlerin oluşmasındaki esas nedenlerin, uzmanlaşmanın her zaman mesleğin icrasında birer tercih sebebi olarak görüldüğü ve kişinin kendini yetiştirmesi konusunda önemli katkılarının olduğu saptanmıştır. Uzmanlaşma eğilimleri kişilerin kendi istekleri doğrultusunda gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bu eğilimlerin nedenlerini uzmanlaşma eğilimi gösteren kişiler belirlemektedir. Uzmanlaşma

eğilimlerinin nedenlerini belirleyen etmenler aslında uzmanlaşmaya yönelik algıların farkındalık yaratmasından ve profesyonel olarak mesleği icra etmenin öneminden kaynaklanmaktadır. Bu hususta katılımcılar, kariyer kazanımlarının, talep edilen rehber haline gelmenin, nitelikli turistlerle çalışma olanaklarının, sürekli olarak gelişmenin ve eğitim ihtiyacının ortaya çıkmasının uzmanlaşma eğilimlerine yönelik nedenleri olarak belirtmişlerdir.

Araştırmada soru formunun üçüncü bölümünde turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen faktörler, olumsuz yönde etkileyen faktörler ve uzmanlık alanının seçilmesinde etkili olan faktörlere yönelik sorular yer almaktadır. Bu bölümde de önemli bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmada turist rehberlerinin büyük çoğunluğu, uzmanlaşmanın artılarının olduğunu belirtmektedir. Araştırmanın sonucunda uzmanlaşmanın teşvik edilebilir olması, iş alanında tercih sebebini oluşturması, diğer turizm paydaşlarıyla ortak ve başarılı hizmet yürütülmesi, ziyaretçilerden alınan geri dönüşler sayesinde tanınan ve marka rehber haline gelinmesi, mesleki tecrübeye yönelik alınan eğitimler ile olumlu katkılar sağlanması uzmanlaşmayı olumlu yönde etkileyen bulgular olarak saptanmıştır. Köroğlu ve Merter (2012), seyahat acentalarının turist rehberlerini seçme ve işe alma sürecindeki eğilimlerini belirlemeye yönelik yaptıkları bir çalışmada uzmanlaşmanın turist rehberlerini işe almada öncelik sağladığını belirtmişlerdir. Buradan hareketle, turizmin hizmet ağırlıklı bir sektör olması nedeniyle yapılan işlerin kişiler tarafından etkili ve hızlı yapılmasının beklenmesi uzmanlaşmanın önemini ortaya koymaktadır.

Araştırmada turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmayı etkileyen olumsuz faktörlerin en fazla turist rehberlerinden kaynaklı olduğu gözlemlenmiştir. Bu faktörlerin finansal etmenler, zaman, sezon kaybı olduğu belirtilmiştir. Turist rehberliği mesleği fedakarlık gerektiren mesleklerden biridir. Turizm sektöründe verilen hizmetler ve sezon başlangıçları yaşanan ekonomik, siyasi ve toplumsal olaylardan dolayı zaman zaman geç gerçekleşebilmektedir. Bu durum ise en fazla turist rehberlerini etkilemektedir. Rehberler bu etmenlere bağlı olarak bir çok konuda kaygı yaşamaktadır. Bu durum onların mesleklerini icra etmelerine engel olmaktadır. Turist rehberleri sektörde henüz gerçekleştirilmesi beklenen pek çok sorunun giderilmesi için beklerken kendi kişisel gelişimlerine zaman ayıramamaktadır. Mesleğin dış etmenlere bağlı olarak güçlükler yaşatması aynı zamanda içsel

etmenlerden de etkilenen rehberlerin uzmanlaşma konusuna yönelmeleri güçleşmektedir. Rehberler işin yoğun tempolu oluşundan dolayı eğitimlere veya seminerlere vakit ayıramamaktadır.

Ayrıca uzmanlık eğitimlerinde her alanın belirli bir ücrete tabi tutulması rehberleri finansal olarak zor durumda bırakmaktadır. Uzmanlaşma eğitim programlarının hem sık olarak gerçekleştirilmemesi hem de yüksek ücretlerde yapılmak istenmesi rehberlerin uzmanlaşma eğitimleri için planlanan uygulamaların ticari amaçla yürütüldüğünü düşünmelerine ve kendilerine engel olarak düşünmelerine sebep olmaktadır. Bütün bunlar turist rehberlerinden kaynaklanan faktörler olarak ele alınsa da uzmanlaşma eğitim yetersizliği ve eğitimlere olan ilgisizliklerden kaynaklanan problemlere dönüşmektedir. Meslek üyelerinin bu sorunları uzmanlaşmanın önünde birer engel olarak görmelerinden dolayı öğrenme ve uzmanlaşmaya yönelik katılımları az olmaktadır. Ayrıca turizm sektöründe belirli illerdeki rehber kitleleşmesi, yabancı uyruklu kişilerin kolayca rehber olmaları ve rehberlerin önüne geçmeleri bir diğer uzmanlaşmayı olumsuz etkileyen faktörlerdir. Turist rehberleri ülkenin aynasıdır. Turist rehberleri ne kadar profesyonel ve alanına hakim ise ülkenin imajına o kadar katkı sağlamaktadır. Rehberler bu olumsuzluklar karşısında işi bırakma noktasına dahi gelmektedir. Bunun üzerine uzmanlaşma eğilimleri tamamen bireysel çabalarına bırakılmaktadır. Ancak buna rağmen belirtilen olumsuzluklarda, mesleğin zorlu yönleri dikkate alınmamakla birlikte istenilen hizmetin de üst düzeyde gerçekleştirilmesi rehberlerden beklenmektedir. Turist rehberleri her alanda bilgi sahibi olmaları gerektiğini, bir alanda yeterli olunmayacağını, ihtiyaç olursa iş bulamayacaklarını düşünmektedirler. Bu sebeple meslekteki bu istikrarsızlık uzmanlaşmayı en fazla olumsuz etkileyen faktörler olarak belirlenmiştir.

Turist rehberlerinin uzmanlık alanlarının seçilmesinde etkili olan faktörlere yönelik ulaşılan bulgulardan çıkarılan sonuç rehberlerin eğitim, talep ve deneyimleri ile bağlantılı olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda araştırmada uzmanlık alanının seçilmesinde etkili olan faktörlerin neler olduğuna yönelik rehberler, bireysel ilgi ve yeteneğin belirlenmesi gerektiğini, yaşanan coğrafi bölgenin iyi bilinmesinin önemi, çalışmak istenen müşteri portföyünün bilinmesi gerektiği, alınan eğitimlerinin yeterliliğinin saptanması, alandaki rehberlerin az oluşu ve sektörel beklentilerin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Turist rehberleri vurguladıkları faktörleri saptamaları

sonucu uzmanlık alanlarına yöneldiklerini ve aynı şekilde uzmanlaşmak isteyen rehberlerin bu bilgiler ile seçimlerini yapmalarını önermektedirler.

Araştırmanın son bölümünü oluşturan dördüncü bölümde katılımcılara uzmanlaşmanın kariyer gelişimlerine etkisi, uzman rehberin sahip olması gereken nitelikler, uzman rehberlerin niteliklerinin uzmanlık alanlarına göre farklılıkları, uzmanlaşmanın diğer paydaşlara etkisi, uzmanlık alan önerilerine yönelik sorular solumuş ve elde edilen bulguların sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırmada ortaya çıkan sonuç katılımcıların uzmanlaşmanın kariyer gelişimine etkisi olduğunu yönündedir. Buna göre, uzmanlaşmanın mesleki başarıyı, maddi geliri, mesleki beceriyi etkilediğini ifade etmişlerdir. Uzmanlaşma rehberlerin kariyer yolu tercihlerinde belirledikleri önemli bir yoldur. Uzmanlaşan rehberler tanınma imkanı elde ederek marka rehber haline gelebilmektedir. Bu durum onlara rekabet ortamı yaratmakta ve nitelikli rehber olarak görünmelerini sağlamaktadır. Tam bu noktada, katılımcılar uzmanlaşmanın kariyer gelişimine etkisinde mesleki başarısının en fazla rol oynadığını vurgulamaktadırlar. Bu nedenle katılımcılar uzmanlaşmak isteyen rehberlerin kariyer gelişiminde yabancı dil seviyelerini artırmalarını, bilgi işleme yeteneklerini geliştirmelerini ve sosyal çevrelerini artırmalarını önermektedirler.

Araştırma, uzman rehberlerin sahip olması gereken niteliklere yönelik bulguların sonuçlarını da ortaya koymaktadır. Bu sonuçlarda ele alınan uzman rehberin nitelikleri araştırmacı, meraklı, müşterileri iyi analiz edebilen, iletişimi kuvvetli, uzmanlığını kanıtlamış, alanında donanımlı, ilgili ve sabırlı, enerjisi yüksek, yabancı diline hakim, tarafsız, saygılı, çözüm odaklı, entelektüel, kendini güncelleyebilen, turistlerin taleplerini ve ihtiyaçlarını anlayabilen, görgülü olmasıdır. Bir alanı iyi bilmek ile uzman olmak arasında farklılıklar vardır. Katılımcılar ön bilgilendirme yapamayan ancak belli başlı teknik eğitimler sonucu sahada çalışanlar olduğunu ve bunun neticesinde de krizlerin çözülemediğini, grupların beklentilerinin karşılanamadığını ve net bilgiler verilmediğini belirtmişlerdir. Uzman rehberlerin aktif yaşamı kabul etmeleri gerektiğini, sahada fazlasıyla özverili olmalarını ve bilhassa öğrenmekten vazgeçmeyen niteliklere sahip kişiler olunması gerektiğine de dikkat çekmişlerdir.

Araştırmada uzman bir rehberin sahip olması gereken niteliklerin uzmanlık

alanlarına göre farklılık gösterip göstermediği sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğunun farklılık gösterdiği yanıtını verdikleri görülmektedir. Bu bulgularda ulaşılan sonuca göre katılımcılar, her alandaki grubun eğilimlerinin, beklentilerinin farklı olduğunu, tur planlamalarının ve anlatımların zamanlamasının bu durumlara göre seçildiğini, bazı alanlarda birden fazla alanda donanımlı olunması gerektiğini, farklı alanlarda uzman olmayan kişinin o bilgileri verebilecek potansiyeli gösteremeyeceğini, sorunları çözme halinde başarılı olmanın güç olacağını, ilgi alanları uyuşmayan, farklı dinamiklere sahip rehberlerin uzman olmadığı bir alanda turları gerçekleştiremeyeceğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar bu durumun turlarda sık yaşandığını ve uzmanlaşmanın bu açıdan oldukça önemli olduğunu belirtmektedirler. Bu doğrultuda, araştırmada tespit edilen sonuç, uzman rehberin belirtilen sorunlara kıyasla üst düzeyde bir performans gerçekleştirerek turlarda daha başarılı olacağı yönündedir.

Araştırmada uzmanlaşmanın turizm sektöründeki diğer paydaşlara etkilerine yönelik ulaşılan bulgularda katılımcılar uzmanlaşmanın; iş bulmada, ücret artışında, rehberlerin tanınmasında, bilgi birikiminde, turisti tanımada ve mesleki gelişimde artılarının olduğunu ifade etmişlerdir. Diğer yandan katılımcılar uzmanlaşarak belirli alanda sınırlı kalanların iş alanında az tercih edildiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar uzmanlaşmak için sadece bir alanda soyutlanmanın uzmanlaşmada olumsuz bir hal alacağını düşünmektedirler. Bu sebeple rehberlerin yöneleceği uzmanlık alanlarını iyi belirlemeleri ve geri planda kalmamaları gerekmektedir. Ayrıca acentalar uzman olarak gördükleri rehberlerin reklamını yapma imkanına sahiptir. Bu rehberlerin pek çok yerde tanınmasına olanak sağlamaktadır. Uzmanlığını kanıtlayan rehberlerin turizmdeki paydaşlarıyla birbirlerini tamamlayacakları ve her hizmet kolunun karşılıklı olarak birbirini memnun edecekleri anlaşılmaktadır. Bu durum uzman rehberlere farklı kapıları aralayacaktır. Sonuç olarak araştırmada, uzman rehberin kendine iş potansiyeli yarattığını, kaliteyi artırdığını ve çekim noktası oluşturduğunu, bu durumun ise çalıştığı acentalara ve diğer paydaşlarına olumlu katkılar sağladığı saptanmıştır.

Araştırmada katılımcılar tarafından turist rehberlerinin uzmanlaşma alanlarına yönelmelerindeki önerilere ilişkin son bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmada katılımcılar mesleğe yeni başlayacak veya belirli alanlarda uzmanlaşmak isteyen rehberlere müzeler, flora-fauna, trekking, fotoğrafçılık, doğa, şarap, Likya bölgesi,

Çanakkale Muharabe Alanları, Güneydoğu Anadolu bölgesi, su altı ve dalış, zeytinyağı ve hristiyanlık tarihi gibi çeşitli alanlarda uzmanlaşmayı önermektedirler. Buna göre rehberlerin pek çok alanda uzmanlaşabilecekleri görülmektedir. Katılımcılar sadece herhangi bir konuda uzmanlaşmayı değil, destinasyon, rota, bölge, turizm çeşitlerinde ve spesifik alanlarda uzmanlaşmayı da önermektedir. Bu durum hem ülkenin hem de mesleğin uzmanlaşma alanındaki zenginliğini göstermektedir. Ayrıca katılımcılar, uzmanlaşmada rehberlerin öncelikle çevresine, ilgi alanlarına ve ihtiyaç duyulan alanlara yönelik durum değerlendirmesi yaparak bu alanlara yönelmeleri gerektiğini tavsiye etmişlerdir. Araştırmada rehberlerin güncel gelişmeleri takip etmesi gerektiği, rekabetin az olduğu alanlarda tercih edilebilir olmanın avantajını yakalamaları gerektiği, ihtiyaç duyulan ve akla ilk gelen rehberlerden biri olabilecek kadar bilgilerini derinleştirebilecekleri ve bununla birlikte kendilerini keşfedecekleri alanlara yönelmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

5.2. Öneriler

Çalışmanın bu kısmında, turist rehberlerinin kariyer planlamalarında uzmanlaşma eğilimlerinin uzmanlık alan seçimlerinin ve etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak sunulan öneriler, turist rehberliği birliğine ve meslek odalarına öneriler, turist rehberlerine öneriler ve bundan sonraki yapılacak çalışmalara öneriler olmak üzere üç kısma ayrılmıştır.

Turist Rehberleri Odaları Birliği'ne ve meslek odalarına öneriler;

- Turizm sektöründe uzman rehberin sayısının fazla olması turizm endüstrisindeki diğer paydaşlara da olumlu katkılar sağlayacaktır. Bu nedenle, uzman rehber yetiştirmek için ihtiyaç duyulan alanlarda ortak talepler belirlenebilir.
- Uzman rehber ve uzmanlık eğitim programları için gerekli birimler ortak çalışabilir.
- Bu durumu belirli aşamalar ile sabitleyerek önüne geçmek mümkün gözükmektedir. Rehberlere daha sık eğitim programları açılabilir.
- Uzmanlık eğitimlerini veren kişiler alanında profesyonel kişilerden seçilebilir. Rehberlere aynı alanda verilen eğitimler birkaç defa belirli aralıklar ile

verilmesi sağlanabilir.

- Turist rehberlerini en çok zorlayan uzmanlaşma eğitim programlarının ücretleridir. Bu programların ücretleri konusunda belirli uygulamalar başlatılabilir.
- Eğitim eşitsizliği yaşanmaması açısından sık tekrarlanan programlar için aynı eğitim düzeyindeki kişilere eğitimler verilebilir.

Bütün bu öneriler rehberlerin iş yoğunluğundan kaynaklı yeterince zaman bulamamaları, finansal yetersizlik, eğitim yetersizliği, donanımlı olmayan eğitimci ve programlara katılmama kaygılarına yönelik sorunların azaltılmasına yardımcı olunabilir.

Turist rehberlerine öneriler;

Turist rehberleri mesleğin icrası gereği tüm görev, sorumluluk ve rollerine hakim olmalıdır. Ancak uzman rehber belirlediği herhangi bir alan, konu, destinasyon veya bölgede kendini yetiştirmiş ve kanıtlamış kişidir. Uzman rehber, mesleğin icrasında gerçekleştirmeleri beklenen görev ve sorumluluklarının dışında diğer rehberlerin tamamlayamayacağı kadar üst düzeyde rehberlik yapan kişidir. Bu anlamda uzman rehber olma yolunda rehberlerin kendilerini iyi tanımaları ve hedeflerini iyi belirlemeleri gerekmektedir.

- Turist rehberleri, talep edilen rehber haline gelmeleri ve nitelikli turistlerle çalışma olanakları elde etmeleri için sürekli olarak çalışma alanlarını genişletmeli ve kendilerini geliştirmelidir.
- Rehberler uzmanlaşma eğitimleri alarak eğilim gösterdikleri alanlarda kendilerini kanıtlayacak belgeleri hazırlamalıdır.
- Bir alanı, bölgeyi veya konuyu defalarca irdelemelidir.
- Sürekli olarak turlardan bağımsız kendi gezerek keşifler yapabilmelidir.
- Belirlediği alanda yetkili ve uzman rehberler ile iletişim halinde olmalı ve o kişiler ile uzman olmak isteği alanı değerlendirmelidir.
- Uzmanlık alanlarına yönelik programları, seminerleri ve eğitimleri takip etmelidir.

Turizm endüstrisinde uzmanlaşma eğitimlerine yeterince önem verilmemektedir. Uzmanlaşma tamamen turist rehberlerinin kendi sorumluluğuna bırakılmaktadır. Uzmanlaşmayı ve uzman rehber olmayı kendi hedef olarak seçmiş rehberlerin ve rehber adaylarının bu konuda olabildiğince kendilerini geliştirmeleri beklenmektedir. Bu sebeple rehberler bu süreçte aktif ve fedakar davranmak durumundadır. Bunun bir sonucu olarak bütün bu tempoya ve sürekli gelişime açık olma yolundan vazgeçmemelidir. Uzman rehber olmak için bütün çabayı, eğitimi ve zamanı kendilerine ve imkanlarına göre yaratabilmelidirler.

Bundan sonraki yapılacak araştırmalara öneriler;

Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma konusunda araştırma yapılırken bu kavramlar üzerinde yeterli çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple;

- Uzmanlaşma, uzmanlık alanları ve uzmanlaşma eğitim programları gibi konularda alanyazında çalışmaya ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.
- Özellikle uzmanlık alanları üzerine çok daha fazla çalışma gerçekleştirilmesi beklenmektedir.
- Turist rehberliği mesleğinde ortaya çıkan uzman rehber kavramı çeşitlendirilmelidir.
- Turist rehberliği mesleğinde belirli bir seviye gelmiş bir rehber ile eğitimler alarak uzmanlık unvanını kazanmış rehber arasındaki temel farklılıklar ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acun Köksalanlar, A. ve Köroğlu A. (2019). Bireysel gelişim. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler), *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği* İçinde (s. 439-474). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akbulut, O. (2006). *Ege bölgesindeki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunları ve çözüm önerilerine yönelik bir araştırma*. Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdu, U. (2019). Sağlık turizmi rehberliği alanında uzmanlaşma. Ed, Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara* İçinde, (s. 341- 368). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akdu, U. ve Akdu, S. (2016). Duygusal emek ve iş stresinin tükenmişlik üzerindeki etkileri: profesyonel turist rehberleri üzerinde bir araştırma. *Journal Of International Social Research*, 9 (47), 1142-1153.
- Akdu, S. (2022). Turist rehberlerinin uzmanlaşma sürecine lisansüstü eğitimin katkısı ve mevcut durumun tespiti, *Turist Rehberliği Dergisi*, 5 (2), 100-116.
- Akköz, H. (2015). *Profesyonel turist rehberlerinin sahip olması beklenen nitelikleri ile sergiledikleri performansın yerli turistler tarafından değerlendirilmesi*. Doktora Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akova, O., Sarıışık, M. ve Akbaba, A. (2007). Seyahat acentalarında işgören bulma ve işgören seçme yöntemlerine yönelik bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3 (2), 275-296.
- Akpınar, A. ve Avcı, N. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (2), 755-787.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve güneydoğu anadolu bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 79-89.
- Akyurt Kurnaz ve Ön Esen (2019). Yeni nesil turist rehberliği. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler), *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği* İçinde (s. 475-509). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Akyurt Kurnaz, H. ve Kurnaz, A. (2019). Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö.Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara* İçinde, (s. 199- 230). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Argan, M. (2004). Spor ve turizm pazarlamasının kesişim noktası olarak spor turizmine kuramsal bir bakış. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 158-168.
- Arslan, A. (2021). Turist rehberliği ve uzmanlık alanları. S. Eser., S. Şahin ve C. Celil Çakıcı (Editörler), *Turist rehberliği* İçinde, (s. 117-131). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, A. (2014). İstanbul arkeoloji müzeleri'nin turizmdeki yeri üzerine bir değerlendirme. *Journal Of International Social Research*, 7(29), 23-29

- Arslan, A. ve Şimşek, G. (2018). Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları mesleki sorunlar: aydın turist rehberleri örneği. *Journal of Travel and Tourism Research*, (13), 23-49.
- Atay, Ş. (2006). *Kariyer yönetiminin örgütsel bağlılığa etkisi*. Doktora Tezi. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2013). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin algıladıkları ülke imajı ve olumsuz algılara ilişkin çözüm önerileri. *Yeni Fikir Dergisi*, 5 (10), 1-135.
- Ayaz, N., Funda, Ö. N. ve Kılıç, B. (2020). Turist rehberi adaylarının marmaris destinasyon imajı algılarının metafor yoluyla incelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (4), 1511-1526.
- Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2013). Turizm işletmeciliği eğitimi alan öğrencilerin turizm sektöründeki istihdamla ilgili görüşleri ve sektördeki kariyer beklentileri, balıkesir üniversitesi turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 35 (1), 1-21
- Aymankuy, Y., Tetik, N., Girgin, GK. ve Aymankuy, S. (2013). Lisans öğrencileri ve akademisyenlerin turizm eğitiminde staj sürecine ilişkin görüşleri (btıoyo'da bir araştırma) lisans turizm eğitimindeki staj uygulamasına öğrenci ve akademisyenlerin bakışları (BTİOYO'da uygulama). *İnsan Bilimleri Dergisi*, 10 (1), 101-128.
- Baltacı, F., Üngüren, E., Avsallı, H., ve Demirel, O. N. (2012). Turizm eğitimi alan öğrencilerin eğitim memnuniyetlerinin ve geleceğe yönelik bakış açıların belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 17-25.
- Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Yusuf, A. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (3), 1809-1926.
- Batman, O. (2003). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin mesleki sorunlarına yönelik bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 117-134.
- Bayın, G. (2015). Türkiye'de sağlık turizmi alanında yapılan lisansüstü tezlerin içerik değerlendirmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 49-55.
- Bayram, G. E. (2019). Sinop ilinin turizm odaklı gelişimine dair turist rehberlerinin rolleri ve görüşleri. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2 (2), 57-71.
- Bayram, G. E. (2019). Turist rehberlerinde duygusal zekâ, motivasyon, performans ilişkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6 (2), 43-59.
- Cankül, I. (2021). Kaş destinasyonunun macera turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Management*, 2 (1), 77-85.
- Cavuş, Ş. (2015). Turizm lisans eğitimi alan öğrencilerin kariyer planları ve turizm sektörüne yönelik tutumu. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (5), 101-117.
- Celep, O. (2022). Özel ilgi turlarında rehber ihtiyacı kapsamında uzmanlaşma eğitimi, specialization. *Turist Rehberliği Dergisi*, 5 (1), 27-45.

- Çağrı Kolçak, İ. ve Solmaz, M. S. (2018). Review of cruise tourism in the world and in turkey, global trends and local factors affecting cruise tourism in turkey. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 113-121.
- Çatı, K. ve Bilgin, Y. (2013), Turizm lisans öğrencilerinin turizm sektöründe çalışma eğilimleri. *c.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1), 23-45.
- Çeşmeci, N., Çalışkan, N. ve Özsoy, A. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8 (2), 852-869.
- Çetin, G. ve Kızıllırmak, İ. (2012). Türk turizmde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 307-318.
- Çetinkaya, G. (2014). Bir macera turizmi etkinliği olarak kaya tırmanış sporu ve antalya-geyikbayırı'nın potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19 (31), 83-100
- Çınar, B., ve Yenipınar, U. (2019). Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinde genel özyeterlilik algısı, mesleki kaygı ve mesleği yapma niyeti ilişkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30 (3), 153-162.
- Çokal, Z. ve Yılmaz, İ. (2019). *Turist rehberlerinin performansının destinasyon imajına etkisinde etik davranışlarının düzenleyici rolü: nevşehir örneği*. Doktora Tezi. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çokal, Z., ve Aslan, Z. (2015). *Bir kültür elçisi olarak profesyonel turist rehberinin turistlere aktarılan kültürel değerlere katkısına yönelik turist algılamaları: kapadokya örneği*. Doktora Tezi. Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Çolakoğlu, O. E., .Efendi, E. ve Epik, F. (2017). *Tur yönetimi ve turist rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (2001). Türkiye'de turizm rehberliği eğitimi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 189-196.
- Demirbulat, Ö. G. (2014). Profesyonel turist rehberliği mesleğinin aile yaşantısı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir inceleme. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 3 (2), 21-41.
- Demirdelen Alrawadieh, D. (2021). Kadın turist rehberlerinin karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3 (1), 1-15.
- Demirel, N., Yumuk, Y. ve Hacıoğlu, N. (2021). İş-aile rol çatışması ve kariyer devamlılığı ilişkisi: kadın turist rehberleri üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi*, 4 (1), 48-63.
- Deveci, B. (2016). *Uluslararası skal ödülü" turizm eğitim oscarı" almış turizm rehberliği eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının hizmet kalitesi ölçümü: turizm rehberliği öğrencileri üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Duman T., Tepeci M. ve Unur K. (2006), Mersin’de yükseköğretim ve orta öğretim düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektörün çalışma koşullarını algılamaları ve sektörde çalışma isteklerinin karşılaştırmalı analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 51-69.
- Dumanlı, Ş. ve Köroğlu, Ö. (2018). Turist başa çıkma ile mizah tarzları hakkındaki rehberlerinin stresle ilgili bölümleri. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 13 (52), 328-342.
- Eker, N. (2015). *Profesyonel turist rehberleri bakış açısıyla turizm rehberliği eğitim müfredatlarının uygulama yeterliliği*. Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eker, N., ve Zengin, B. (2016). Turizm rehberliği eğitimi müfredatlarının uygulama yeterliliğinin profesyonel turist rehberleri bakış açısıyla irdelenmesi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5 (2), 4-19.
- Emekli, G. (2011). Öğrenen turizm bölgeleri, kentler ve kent turizmüne kuramsal yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 20 (2), 27-39.
- Erdoğan, S. (2020). *Turist rehberi adaylarının turist rehberliği mesleğine yönelik tutumlarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eser, S. ve Şahin, S. (2020). Turist rehberliği mesleğinde yaşanan güncel sorunlar üzerine bir inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 1344-1355.
- Eser, S., Şahin, S. ve Çakıcı, A. C. (2021). Turist rehberliği. E. Seçkin, Şahin. S ve Çakıcı. C (Editörler), *Turist rehberliği ve uzmanlık alanları* İçinde (s. 117-131). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gazelci, S. C. ve Gazelci, M. (2021). Meslek kanunu sonrasında turist rehberliğinin akademik çalışmalara yansımaları: Bibliyometrik Bir Analiz. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 161-176.
- Gezen, T. ve Köroğlu, Ö. (2014). Turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer seçimine etki eden kariyer çapalarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 213-234.
- Gök, A. A. ve Derin, N. (2014). Pazarlama bölümü öğrencilerinin meslek imajı algıları ve meslek imajını oluşturan faktörlerin belirlenmesine dair bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28 (2), 133-156.
- Gökdemir, S. (2017). *Turist rehberlerinde iş doyum ve tükenmişlik ilişkisi: bir alan araştırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gökdemir, S., Korkmaz, H., Bozdoğan, S. ve Kahraman, D. (2021). Turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin kariyer algıları çanakkale onsekiz mart üniversitesi turizm fakültesi örneği. *Journal of Travel and Tourism Research* 1 (18), 102-130
- Gökdemir, S., ve Köşeler, S. (2020). Turizm öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının akademik başarılarına etkisi: çanakkale onsekiz mart üniversitesi örneği. *Journal Of Global Tourism And Technology Research*, 1 (2), 106-119.

- Gökdeniz, İ. (2017). Özel sektör ve kamu yönetiminde kariyer planlaması. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (32), 123.
- Güdü, Ö. (2011). *Turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin turist rehberleri tarafından algılanması: trabzon'da bir uygulama*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güldü, Ö. ve Kart, M. E. (2017). Kariyer planlama sürecinde kariyer engelleri ve kariyer geleceği algılarının rolü. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72 (2), 377-400.
- Gürsoy, H. ve Karaman, S. (2019). Profesyonel turist rehberlerinin kişisel gelişimi ve mesleki donanımı üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2 (2), 88-103.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü alman turistler üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzel, F. Ö., Türker, A. ve Şahin, İ. (2014). Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 173-190.
- Güzel, F. ve Köroğlu, Ö. (2015). Turist rehberlerinin mesleklerine yönelik pozitif ve negatif yönlü algılarının içerik analizi yöntemi ile belirlenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16 (1), 155-174.
- Güzel, Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü (alman turistler üzerine bir araştırma)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzel, Ö., Köksal, G. ve Şahin, İ. (2019). İnanç turu rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara* İçinde (s. 101-148). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hacar, A. (2020). İlk tunç çağı çanak-çömlek üretiminde uzmanlaşma: güneybatı kapadokya'nın uzmanlaşmış üretim örgütlenmesine ilişkin yorumlar. *Belleten*, 84 (300), 459-502.
- Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A., and Duarte, P. A. O. (2014). Event tourism analysis and state of the art. *European Journal Of Tourism, Hospitality And Recreation*, 5 (2), 83-102.
- İlhan, Y. ve Soybalı, H. H. (2018). Turist rehberlerinin mesleki sorunları üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1 (1), 13-23.
- İskender, H. (2011). *Türkiye'de muhasebe meslek mensuplarının mesleki yetkinlik sorunları ve bu sorunların çözümünde sürekli eğitimin rolü*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jasovsky, D. A. (2001). *The effect of occupational image on the relationship between organizational citizenship behavior, job satisfaction, and organizational commitment among hospital staff nurses*. (Edition number: 3009400), Doctor's Thesis. The State University of New Jersey.

- Kalyoncu, M. ve Yüksek, G. (2019). Öğrenci gruplarına yönelik uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara İçinde*, (s. 543- 574). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karabulut, K. ve Köksal, Y. (2019). İnanç turizmi ve bölgesel kalkınmaya etkisi: ağrı il örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (1), 83-104.
- Karaca, K. Ç., Ertürk, N., Köroğlu, Ö. ve Yılmaz, G. Ö. (2018). Bir kırsal turizm çeşidi olarak astro-turizm ve balıkesir ilinin astro-turizm potansiyelinin belirlenmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8 (2), 01-09.
- Karacaoğlu, S. ve Cankül, D. (2021). Turizm rehberliği öğrencilerinin mesleki kariyer algılarının belirlenmesi: yükseköğrenim düzeylerine göre bir karşılaştıрма. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 1616-1634.
- Karacaoğlu, S. ve Sert, A. N. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma: Kapadokya Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3), 81-99
- Karahan, A. ve Kav, S. (2018). Hemşirelikte mesleki yetkinlik. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 76-84.
- Karakaya, Y. E., Karataş, Ö., Özdenk, Ç. ve Karataş, F. (2013). Üniversiteli sporcu öğrencilerin kariyer değeri algıları. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14 (1), 86-94.
- Karaman, S. ve Bakırcı, F. (2010). Türkiye’de lisansüstü eğitim sorunlar ve çözüm önerileri. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 94-114.
- Karamustafa, K. ve Çeşmeci, N. (2006). Paket tur operasyonunda turist rehberlerinin karşılaştıkları yönetsel sorunlar için bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 70-86.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 62-80.
- Kazoğlu, İ. H. (2018). *Toplum temelli turizm yaklaşımı: turist rehberlerinin algılamaları üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keyifli, Ş. (2013). Eğitim ve din eğitimi. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD)*, 13 (2), 31-54.
- Kılıçlar, A. ve Çevrimkaya, M. (2019). Turist rehberlerinin performanslarının turist memnuniyetine etkileri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 136-145 .
- Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (15), 181-196.
- Koca, A. İ. (2010). Kariyer seçiminde kariyer değeri ile demografik faktör ilişkisi: çukurova üniversitesi’nde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 56-70.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. 4. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2015). Turizmin gelişmesine etki eden unsurlar. *Genel turizm, ilkeler ve kavramlar İçinde* (s. 49- 64). Ankara: Detay yayıncılık.
- Köroğlu, A. (2019). *Turist rehberlerinin rolleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş doyumunu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: turist rehberleri üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, Ö. (2012). İçsel ve dışsal iş doyum düzeyleri ile genel iş doyum düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi turist rehberleri üzerinde bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (2), 275-289.
- Köroğlu, Ö. (2013). Turist rehberlerinin iş yaşamındaki rolleri üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 91-112 .Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde Rehberlik*. 1. Basım, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Köroğlu, Ö. ve GÜDÜ Demirbulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma. Ö. Güzel, V. Altıntaş ve İ. Şahin (Editörler), *Turist rehberliği araştırmaları: öngörüler ve uygulamalar İçinde* (s. 49-79). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. ve GÜDÜ Demirbulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon, kalifikasyon ve uzmanlaşma. Ö. Güzel., V. Altıntaş, ve İ. Şahin (Editörler), *Turist rehberliği araştırmaları öngörüler ve uygulamalar*, İçinde, (s. 49-81). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. ve Güzel, Ö. (2022). turist rehberlerinin kültürel arabuluculuk rol boyutlarını belirlemeye yönelik nitel bir araştırma. *Journal of Travel and Tourism Research*, 1 (20), 1-30.
- Köroğlu, Ö. ve Merter, B. (2012). Seyahat acentelerinin turist rehberlerini seçme ve işe alma sürecindeki eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 213-238.
- Köroğlu, Ö. ve Ulusoy Yıldırım, H. (2018). Chapter nineteen the importance of specialist tourist guides in cultural tourism. *Recent Advances in Social Sciences*, (Tourism, G. I. C.), 290-297.
- Köroğlu, Ö. ve Ulusoy Yıldırım, H. (2019). Müze rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö.Köroğlu (Editörler), *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma, Özel İlgi Turlarından Özel Konulara İçinde*, (s. 149- 197). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A. ve A, Bilge. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm rehberlerinin faaliyetleri içerisinde turistlerin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1), 131-139 .
- Köroğlu, Ö. ve Merter, B. (2012). Seyahat acentelerinin turist rehberlerini seçme ve işe alma sürecindeki eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 213-238.
- Köroğlu, Ö., Yıldırım. H, ve Kılıç, A. (2020). Kadın turist rehberlerinin mesleki sorunlarının belirlenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 26-40.

- Kurnaz, H. A. ve İpar, M. S. (2020). Yavaş şehir akyaka’da aşırı turizm olgusunun esnafın bakış açısıyla değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2 (1), 39-55.
- Lütfi, A. ve Yeşildağ, B. (2010). Savaş Alanları Ve Turizmi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 65-72.
- Mısırlı, İ. (2002). Turizm sektöründe meslek standartları ve mesleki belgelendirme sistemi (sertifikasyon). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 39-55.
- Nilsson, P. Å. (2007). Cruise tourism and the new tourist: the need for a new typology, *Nautical Tourism. Concepts and Issues*, 92-106.
- Özdemir, Ö. (2016). *Turist rehberlerinde personel güçlendirme uygulamalarının iş doyumuna etkisi*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdevecioğlu, M. Ve Çakmak Doruk, N. (2015). Organizasyonlarda iş-aile ve aile iş çatışmalarının çalışanların iş ve yaşam tatminleri üzerindeki etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (33), 69-99
- Özen, Y. (2011). Kişisel sorumluluk bağlamında kariyer seçimini etkileyen sosyal psikolojik faktörler. *Eğitim Ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori Ve Uygulama*, 2(3), 81-96.
- Özhan, E. T. (2017). Engelli bireylerin turizm faaliyetlerine yönelik motivasyon ve beklentilerinin analizi: muğla örneği. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 706-725.
- Özpay Akbulut, G. (2017). Türkiye’de inanç turizmine yeni bir örnek: kutsal balıklı göl (malatya). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), 937-951.
- Özsoy, A. ve Tayfun, A. (2020). Profesyonel turist rehberlerinin özellikleri ile sundukları hizmet kalitesi arasındaki ilişki. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (2), 1101-1116 .
- Özsoy, A., Çalışkan, N. ve Çeşmeci, N. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 852-869.
- Pehlivan, R. (2008). *Lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin sektör ile ilgili tutumlarının mezuniyet sonrası kariyer seçimine etkisi*. Doktora Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pelit, E. ve Güçer, E. (2006). Turizm alanında öğretmenlik eğitimi alan öğrencilerin turizm işletmelerinde yaptıkları stajları değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 139-164.
- Pelit, E. ve Katırcıoğlu, E. (2018). Turist rehberliği mesleğinde taraflar açısından yaşanan sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 1 (2), 74-94.
- Prakash, M. and Chowdhary, N. (2010). What are we training tour guides for india. *Turizam*, 14 (2), 53-65.

- Robotic, B. (2010). Tourist guides in contemporary tourism. *International Conference on Tourism and Environment*, Philip Noel-Baker University, Sarajevo, Bosnia And Herzegovina, 3(4), 353-364.
- Sakal, O. ve Yıldız, S. (2015). Bireycilik ve toplulukçuluk değerleri, kariyer çapaları ve kariyer tatmini ilişkisi. *Journal of Yaşar University*, 10 (40), 6612-6623.
- Sargın, S. (2006). Yalvaç'ta inanç turizmi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 1-18.
- Sarıbaş, Ö. ve Öter, Z. (2019). Kültür sanat rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma, Özel İlgi Turlarından Özel Konulara İçinde*, (s. 37- 64). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Seçer, B. ve Çınar, E. (2011). Bireycilik ve yeni kariyer yönelimleri. *Yönetim ve Ekonomi. Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 49-62.
- Solmaz, S. A. (2019). Türkiye'de turizm eğitim-öğretiminde karşılaşılan sorunlar üzerine bir inceleme. *Journal of International Social Research*, 12(63).
- Subaşı, M. ve Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 419-426.
- Şahin, S. (2012). *Turist rehberlerinin kültürlerarası iletişim yeterlilikleri: alman, ingiliz ve rus turistlerin algılamaları*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, S., Tezcan, A. E. ve Bekci, M. (2018). Yerli turistlerin türkiye, istanbul, turizm ve turist rehberi ile ilgili metaforları. *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1), 251-264.
- Şahinöz, S. (2006). *Kurum kültürünün oluşumunda kariyer yönetiminin yeri ve bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şengül, H. ve Bulut, A. (2019). Sağlık turizmi çerçevesinde türkiye'de termal turizm; bir swot analizi çalışması. *Estüdam Halk Sağlığı Dergisi*, 4 (1), 55-70.
- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 9-22
- Tanrısever, C. (2019). Kültür rotası gruplarına yönelik uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, Özel İlgi Turlarından Özel Konulara İçinde*, (s. 65- 100). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tanrısever, C., Bektaş, İ. ve Koç, D. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2 (1), 44-56.
- Temizkan, R. (2005). *Turist rehberlerinin türkiye imajını algılamaları*. Doktora Tezi. Hatay: Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Temizkan, S. P. ve Arı, Ö. (2019). Turist rehberi adaylarının kişilik özelliklerinin mesleğin gerekleri açısından değerlendirilmesi. *Journal Of Gastronomy Hospitality And Travel*, 2 (1), 65-79.

- Tetik Dinç, N. ve Güdü Demirbulat, . (2019). doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşma. . Güzel ve . Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara İçinde*, (s. 311- 340). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi: kuşadası rneği*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tetik, N. (2012). *Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterlilikleri: doğu karadeniz rneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toker, B. ve Kaçmaz, Y. (2015). Engelli bireylerin turizm deneyimlerine yönelik bir araştırma: alanya rneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 235-257.
- Toksöz, D. ve apar, G. (2019). Birey-meslek uyumunun meslek seçimine etkisi eğitim gezilerine katılan turist rehberi adayları üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 257-278.
- Tolga, ., Korkmaz, H. ve Lütfi, A. (2015). Lisans düzeyindeki turist rehberliği ğrencilerinin mesleki tutumlarına yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12 (2), 26-41.
- Topsakal, Y. (2021). Lisansüstü düzeyde turist/turizm rehberliği eğitimi veren programların müfredatlarının incelenmesi ve neriler. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 99-115.
- Tuyluoğlu, T. Y. (2003). *Türkiye'de turizm eğitiminin niteliği*. Yüksek lisans tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkay, O. ve Eryılmaz, B. (2010). Kariyer değerleri ve kariyer yolu tercihleri ilişkisi: türk turizm sektöründen rnekler. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 179-200.
- Türker, A., Güzel, F. . ve Türker, G. . (2012). Turizm aktörü olarak profesyonel turist rehberlerinin türkiye'deki rehberlik eğitim sistemine bakış açılarını belirlemeye yönelik bir odak grup alışması. *Turizm Eğitimi Konferansı Tebliğler*, 336-351.
- Türkeri, İ. (2014). Yükseköğretim düzeyinde turizm eğitiminin özel nitelikli sorunları ve çözüm nerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3 (4), 1-14.
- Tz, M. V. (2003). Kariyer planlamasında yeni yaklaşımlar. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (4), 169-17.
- Uca zer, S. (2010). *şehir turizmi ve kültür: yabancı turistlerin kültürel bir destinasyon olarak istanbul'u değerlendirmeleri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ulama, ř., Batman, O. ve Ulama, H. (2015). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kariyer algılamalarına yönelik bir araştırma: sakarya niversitesi rneği. *Bartın Üniversitesi İİ BF Dergisi*, 6 (12), 339-366.

- Ulusoy Yıldırım, H. ve Avcıkurt, C. (2019). Turist rehberi olmak. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler), *Kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği* İçinde, (s. 75-103). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ulusoy, H. (2017). *Turist rehberlerinin kültürel zekâ düzeyi ve özyeterlilik inançlarının hizmet sunumuna etkisi*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Üçöz, E. (2012). *Paket turlarda tüketici hakları ve turist rehberlerine yönelik şikâyetlerin incelenmesi*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünal, C. (2019). Yurt dışı rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara* İçinde, (s. 393- 417). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Üngüren, E. (2007). *Lise ve üniversitelerde turizm eğitimi alan öğrencilerin umutsuzluk ve kaygı düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından değerlendirilmesi: antalya'da bir uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünlüönen, K., Temizkan, R. ve Gharamaleki, M. R. E. (2004). Turizm işletmeciliği öğretmenlik programlarının öğrenci beklentileri ve algılamaları açısından karşılaştırılması: 1998-1999, 2003-2004 ve 2008-2009 öğretim yılları. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 144-159.
- Waddell, Janica ve Maggie Bauer (2005), Career planning and developmental for students building a career in professional practice discipline. *Canadian Journal of Career Development*, 4 (2), 4-13.
- Wong, J. Y. and Wang, C. H. (2009). Emotional labor of the tour leaders: an exploratory study. *Tourism Management*, 30 (2), 249-259.
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenilirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (3), 1-9.
- Yağcı, P. (2015). *Lisans düzeyinde rekreasyon bölümü müfredatlarının incelenmesi ve örnek müfredat çalışması*. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist eğitiminde meslek eğitimi konusunda kapsamlı bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel turist eğitiminde meslek eğitimi konusunda kapsamlı bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (1), 33-44.
- Yasar, O. (2012). The popular resort port of cruise tourism in the Eastern Mediterranean Basin: Turkey. *Journal of Human Sciences*, 9 (1), 412-440.
- Yenipınar ve Yılmaz (2019), Turist rehberliğinde uzmanlaşma. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma özel ilgi turlarından özel konulara mesleği* İçinde (s. 1-35). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yenipınar, U. ve Yılmaz, L. (2019). Turist rehberliğinde uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara* İçinde (s. 1- 35). Nobel Akademik Yayıncılık.

- Yenipınar, U. ve Zorkirişci, A. (2013). Türkiye ve avrupa birliği ülkelerinde turist rehberliği eğitimi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 111-136.
- Yenipınar, U., E. Bak. ve Çapar, G. (2014). Turist rehberliği meslek kanununun, meslek örgütleri ve öğretim elemanlarının bakış açısı ile değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 86-114.
- Yenipınar,U. (2019). Turist rehberliği mesleği. Ö. Köroğlu ve Ö. Güzel (Editörler), *kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği İçinde* (s. 1-22). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yeşildağ, B. (2010). *Savaş alanları turizmi: gelibolu yarımadası tarihi milli parkı örneği*. Doktora Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeşildağ, B. ve Lütfi, A. (2011). Savaş alanları turizmi: gelibolu yarımadasına gelen ziyaretçilere yönelik bir çalışma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (26), 267-280.
- Yetgin, D.(2019). Şehir turları rehberliği alanında uzmanlaşma. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara İçinde*, (s. 369-391). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yetgin, D., Yılmaz, A. ve Çiftci, G. (2018). Krizlerin turist rehberliği öğrencilerinin kariyer planlamasındaki etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3), 195- 214.
- Yıldırım Kalem, M. (2021). *Turist rehberi performansının turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerindeki etkisi uzak doğulu turistler üzerine bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Karabük: Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yıldırım, B. I. ve Güzel, Ö. (2019). Turist rehberliği bölümü öğrencilerinin kariyer devamlılığı çoklu uyum analizi çalışması. *Turizm Akademik Dergisi*, 6 (2), 61-74.
- Yıldırım, B. I. ve Toker, B. (2017). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin yılmazlık, umutsuzluk durumları ve sektörel tutumlarının kariyer seçimleri üzerine etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (1), 76-89.
- Yıldırım, G. ve Özbek, Ö. (2019). Profesyonel turist rehberlerine yönelik cinsel taciz ile ilgili bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2 (2), 72-87.
- Yılmaz, G.Ö. (2011). Lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe bakış açılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (26), 281-298.
- Yılmaz, İ. ve Yetiş, Ş. A. (2016). Göreme açık hava müzesi'ne gelen ziyaretçilerin müze deneyiminin demografik özelliklerine göre değişmesi. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1 (1), 43-59.
- Yumuk, Y. ve Demirel, N. (2022). Turist rehberliği eğitimi alan öğrenciler mesleki uzmanlaşmaya nasıl bakıyor. *Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel (Online)*, 5 (1), 211-222.

Zengin, B., Eker, N. ve Bayram, G. E. (2016). 6326 sayılı turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi: istanbul örneği. In *3rd International Congress of Tourism and Management Researches*, 03 (1), 1692-1710.

Zengin, B., Eker, N. ve Bayram, G. E. (2017). Turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi. *Journal Of Travel And Hospitality Management*, 14 (2), 142-156.

Zengin, B., N. Eker. ve Bayram, G. E. (2017). Turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 142-156.

http-1: <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/60> (Erişim Tarihi: 22.11.2021).

http-2: <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/62> (Erişim tarihi. 22.11.2021).

http-3: <http://www.wftga.org> (Erişim Tarihi:19.11.2021).

http-4:<https://www.feg-touristguides.com/about-feg.html> (Erişim Tarihi: 23.11.2021).

http-5:<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm> (Erişim Tarihi: 22.11.2021).

http-6:<https://teftis.ktb.gov.tr/TR-264585/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-020-.html> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-7:<https://teftis.ktb.gov.tr/TR-264445/profesyonel-turist-rehberligi-yonetmeligi-rg-tarihi-251-.html> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-8: <https://www.tbmm.gov.tr/Yasama/Kanun/6326> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-9:<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/12/20141226-25.htm> (Erişim Tarihi:01.04.2023).

http-10:<https://wftga.org/membership/full-members/#!/directory/map/ord=xct> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-11:<https://www.feg-touristguides.com/about.php> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-12:<http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/50> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-13:<http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/78> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

http-14:<https://www.izro.org.tr/Mevzuat/Rehberlerin-Sigortalilik-ve-Vergi-Durumu> (Erişim Tarihi: 05.01.2022).

- http-15:** http://bbs.ankara.edu.tr/Ders_Plani.aspx?bno=4096&bot=1699 (Erişim Tarihi: 28.01.2022).
- http-16:** <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=39025> (Erişim Tarihi: 28.01.2022).
- http-17:**<https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=11007>, (Erişim Tarihi: 28.01.2022).
- http-18:**<http://ebys.ege.edu.tr/enVision/Login.aspx> / <https://ebp.ege.edu.tr/> (Erişim Tarihi: 01.30.2022).
- http-19:**<http://ects.nevsehir.edu.tr/ects/bilgipaketi/dil/tr/bolum/801089/sayfa/1> (Erişim Tarihi: 05.04.2023).
- http-20:** <https://www.nevsehir.edu.tr/tr/28630> (Erişim Tarihi: 05.04.2023)
- http-21:** <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/78> (Erişim Tarihi: 01.31.2022).
- http-22:**<https://www.tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> (Erişim Tarihi: 20.02.2023).

EKLER

EK-1: Soru Formu

Sayın Katılımcı,
Bu anket çalışması, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalında Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU'nun danışmanlığında yürütülmekte olan Yüksek Lisans Tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmış bilimsel bir çalışmadır. Çalışma, “**Turist Rehberlerinin Kariyer Planlamalarında Uzmanlaşma Eğilimlerinin, Uzmanlık Alan Seçimlerinin ve Bunları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi**” amacıyla yapılmaktadır.
Katılımınız için teşekkür ederiz.

Mehtap BALCI
Balıkesir Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

1. BÖLÜM: Bu bölümde demografik özelliklerinizin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

1. Cinsiyetiniz? Kadın Erkek
2. Yaşınız? 20 yaş ve altı 21-30 yaş arası
 31-40 yaş arası 41-50 yaş arası
 51-60 yaş arası 61 yaş ve üzeri
3. Mesleki Rehberlik Eğitiminiz? Önlisans
 Lisans
 Tezsiz Yüksek Lisans
 Tezli Yüksek Lisans
 Bakanlık Kursu/Sertifika Programı
4. Çalışma Kartında Yer Alan Yabancı Diliniz/Dilleriniz Nedir? Lütfen Belirtiniz.
.....
5. Mesleki Tecrübe Süreniz Nedir? 1 yıldan az 1-5 yıl
 6-10 yıl 11-15 yıl
 16-20 yıl 21 yıl ve üzeri

6. Bağlı Bulduğunuz Meslek Odasını Lütfen Belirtiniz?

.....

7. ‘Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma’, ‘Uzman rehber olma’ gibi kavramları daha önce duyduunuz mu? Bu kavramları kısaca tanımlar mısınız? Sizce Uzman Rehber kimdir?

.....
.....
.....

8. Bir turist rehberi olarak mesleğinizde herhangi bir alanda uzmanlaştınız mı?

Evet

Yanıtınız ‘EVET’ ise lütfen uzmanlaştığınız alanınızı/alanlarınızı belirtiniz.

.....
.....
.....

Hayır ()

8.1. 8. Soruya yanıtınız ‘EVET’ ise daha önce herhangi bir alanda uzman bir rehber olmak için herhangi bir eğitim aldınız mı? Yoksa kendi çabalarınızla mı uzmanlaştınız?

Evet eğitim aldım.

Lütfen nereden eğitim aldığınızı belirtiniz. Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.

- Üye olunan meslek odası
 Diğer meslek odaları
 Kültür ve Turizm Bakanlığının açtığı uzmanlaşma programları
 Hayır kendi çabamla uzmanlaştım.

8.2. Türkiye’de düzenlenen uzmanlaşma eğitimlerinin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz? Nedenleriyle birlikte açıkla mısınız?

.....
.....
.....

2. BÖLÜM: Bu bölümde bir turist rehberi olarak mesleğinizdeki uzmanlaşma eğilimlerinizin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

9. Uzman bir rehber değilseniz eğer, kariyer planlamanızda bundan sonraki süreçte uzmanlaşmayı düşünüyor musunuz?

Evet

Yanıtınız ‘EVET’ ise hangi alanda/alanlarda uzmanlaşmayı düşünüyorsunuz? Sebebini kısaca açıkla mısınız?

.....
.....
.....

Hayır

Yanıtınız ‘HAYIR’ ise lütfen sebebini açıklayınız.

.....
.....
.....

10. Uzman bir rehber iseniz eğer, kariyer planlamanızda bundan sonraki süreçte uzmanlık alanlarınızı artırmayı/yenilerini eklemeyi düşünüyor musunuz?

Evet

Yanıtınız ‘EVET’ ise hangi alanda/alanlarda uzmanlaşmayı düşünüyorsunuz? Sebebini kısaca açıkla mısınız?

.....
.....
.....

Hayır

Yanıtınız ‘HAYIR’ ise lütfen sebebini açıklayınız.

.....
.....
.....

3. BÖLÜM: Bu bölümde bir turist rehberi olarak mesleğinizde uzmanlaşmayı ve uzmanlık alan seçiminizi etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

11. Bir turist rehberi olarak mesleğinizde uzmanlaşmayı OLUMLU YÖNDE etkileyen etmenler/faktörler nelerdir? Lütfen açıkla mısınız? (Örneğin daha fazla uzmanlaşma programının açılması, meslek odalarının uzmanlaşma için teşvik etmesi vb.)

.....
.....
.....

12. Bir turist rehberi olarak mesleğinizde uzmanlaşmayı OLUMSUZ YÖNDE etkileyen etmenler/faktörler nelerdir? Lütfen açıkla mısınız? (Örneğin finansal engeller, yeterli zamanın bulunmaması, uzmanlaşma programlarının yetersizliği vb.)

.....
.....
.....

13. Uzmanlık alanınızı/alanlarınızı seçmede hangi etmenler/faktörler etkili oldu? Lütfen açıkla mısınız?

.....
.....
.....

4. BÖLÜM: Bu bölümde bir turist rehberi olarak turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma ile ilgili diğer düşüncelerinizin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

14. Uzmanlaşmanın bir turist rehberinin kariyer gelişimine etki edeceğini düşünüyor musunuz? Sizin açınızdan bu durum nasıl gerçekleşti?

.....
.....
.....

15. Sizce bir uzman rehberin nitelikleri (kişisel özellikleri, yetenekleri, bilgi düzeyi vb.) neler olmalıdır?

.....
.....
.....

16. Uzman bir rehberin sahip olması gereken nitelikler uzmanlık alanlarına göre farklılık gösterir mi/göstermeli midir? Örneklerle açıkla mısınız?

.....
.....
.....

17. Uzmanlaşmanın, bir turist rehberine, sektöre, turistlere ve diğer paydaşlara ne gibi etkisi olabilir? Lütfen olumlu ya da olumsuz yönleriyle değerlendiriniz.

.....
.....
.....

18. Türkiye turizm pazarında turist rehberi adaylarının ve mesleğe yeni başlamış turist rehberlerinin hangi uzmanlaşma alanlarına yönelmelerini tavsiye edersiniz?

.....
.....
.....

Ek- 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Kod	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Yabancı Dil	Mesleki Tecrübe	Bağlı Bulunduğu Meslek Odası
Katılımcı 1	Erkek	31-40 yaş	Lisans	İngilizce	11-15 yıl	ARO
Katılımcı 2	Erkek	61 yaş ve üzeri	Lisans	Almanca	21 yıl ve üzeri	ARO
Katılımcı 3	Erkek	41-50 yaş	Bakanlık Kursu	Rusça-İngilizce	16-20 yıl	ARO
Katılımcı 4	Erkek	31-40 yaş	Lisans	İngilizce	1 yıldan daha az	GARO
Katılımcı 5	Kadın	21-30 yaş	Lisans	İngilizce-Rusça	1-5 yıl	İRO
Katılımcı 6	Erkek	31-40 yaş	Yüksek Lisans	İngilizce	6-10 yıl	ADRO
Katılımcı 7	Erkek	21-30 yaş	Lisans	İngilizce	1-5 yıl	ŞURO
Katılımcı 8	Erkek	31-40 yaş	Lisans	İngilizce	11-15 yıl	ÇARO
Katılımcı 9	Erkek	31-40 yaş	Lisans	İngilizce	6-10 yıl	ÇARO
Katılımcı 10	Kadın	21-30 yaş	Yüksek Lisans	İngilizce	1 yıldan daha az	ÇARO
Katılımcı 11	Erkek	41-50 yaş	Lisans	İngilizce	16-20 yıl	MUTRO
Katılımcı 12	Erkek	21-30 yaş	Lisans	İngilizce	1 yıldan daha az	NERO
Katılımcı 13	Erkek	21-30 yaş	Lisans	İngilizce	1-5 yıl	ÇARO
Katılımcı 14	Kadın	41-50 yaş	Bakanlık Kursu	İtalyanca-İngilizce	21 yıl ve üzeri	İRO
Katılımcı 15	Erkek	21-30 yaş	Lisans	İngilizce	1-5 yıl	ÇARO
Katılımcı 16	Kadın	51-60 yaş	Bakanlık Kursu	İngilizce-Arapça	11-15 yıl	İRO
Katılımcı 17	Kadın	21-30 yaş	Yüksek Lisans	İngilizce	1-5 yıl	İRO
Katılımcı 18	Erkek	41-50 yaş	Yüksek Lisans	Farsça-İngilizce	11-15 yıl	İRO
Katılımcı 19	Erkek	61 yaş ve üzeri	Bakanlık Kursu	İngilizce-Almanca	21 yıl ve üzeri	İRO
Katılımcı 20	Erkek	41-50 yaş	Önlisans	İngilizce	16-20 yıl	İRO
Katılımcı 21	Erkek	61 yaş ve üzeri	Bakanlık Kursu	Almanca-İngilizce	21 yıl ve üzeri	İRO
Katılımcı 22	Kadın	31-40 yaş	Lisans	İngilizce	6-10 yıl	ANRO
Katılımcı 23	Erkek	51-60 yaş	Yüksek Lisans	İngilizce	1 yıldan daha az	İRO
Katılımcı 24	Erkek	61 yaş ve üzeri	Bakanlık Kursu	Almanca-İngilizce	21 yıl ve üzeri	İRO
Katılımcı 25	Erkek	31-40 yaş	Lisans	İngilizce-İspanyolca	11-15 yıl	NERO
Katılımcı 26	Erkek	41-50 yaş	Lisans	İngilizce-Rusça	1-5 yıl	ARO
Katılımcı 27	Erkek	51-60 yaş	Lisans	Almanca	21 yıl ve üzeri	BURO
Katılımcı 28	Erkek	51-60 yaş	Bakanlık Kursu	Arapça	11-15 yıl	ANRO
Katılımcı 29	Kadın	61 yaş ve üzeri	Bakanlık Kursu	Fransızca	21 yıl ve üzeri	ANRO
Katılımcı 30	Erkek	41-50 yaş	Yüksek Lisans	Almanca-İngilizce	11-15 yıl	İRO
Katılımcı 31	Erkek	21-30 yaş	Yüksek Lisans	Fransızca-İngilizce	1 yıldan daha az	ANRO

Katılımcı 32	Erkek	41-50 yaş	Bakanlık Kursu	Hollandaca-Fransızca	11-15 yıl	İRO
Katılımcı 33	Erkek	21-30 yaş	Yüksek Lisans	İngilizce	1 yıldan daha az	ANRO
Katılımcı 34	Erkek	21-30 yaş	Lisans	İngilizce	1-5 yıl	ÇARO
Katılımcı 35	Kadın	51-60 yaş	Lisans	İtalyanca	21 yıl ve üzeri	ANRO
Katılımcı 36	Erkek	31-40 yaş	Lisans	Rusça	11-15 yıl	ARO
Katılımcı 37	Erkek	51-60 yaş	Bakanlık Kursu	İngilizce-Arapça	21 yıl ve üzeri	İZRO
Katılımcı 38	Erkek	51-60 yaş	Bakanlık Kursu	İngilizce	11-15 yıl	İRO
Katılımcı 39	Kadın	21-30 yaş	Yüksek Lisans	İngilizce-İspanyolca	1 yıldan daha az	ANRO

