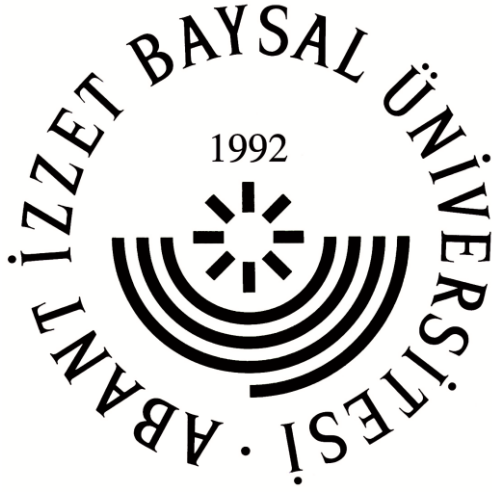


**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ**

**Bolu Abant İzzet Baysal University
Journal of Graduate School of Social Sciences**



Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19

Sayı/Issue: 4/Kış

ISSN: 1303 – 0035

E-ISSN: 2147-3064

**Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**

Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19

Sayı/Issue: 4/Kış

ISSN: 1303 – 0035

<http://www.sbedergi.ibu.edu.tr>

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Journal of Graduate School of Social Sciences

İmtiyaz Sahibi / Published By

Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Müdür / Manager

Editörler / Editors

Doç. Dr. Yunus DEMİRLİ
Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ

Dergi Sekreteryası / Secretariat

Arş. Gör. Tamer GÜVEN, Arş. Gör. Mehmet Akif DOĞAN,

Yazışma Adresi

Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
14280 Gölköy / BOLU

Submission Address

Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Bolu Abant İzzet Baysal University
Journal of Graduate School of Social
Sciences
14280 Bolu / TURKEY

Tel: (0374) 254 10 00 – 1496 **Faks:** (0374) 153 49 65

E-posta: sbedergi@ibu.edu.tr

Sayfa Düzenleme: Tamer GÜVEN

Basım Yeri ve Tarihi: BAİBÜ Basımevi – 2019

Dergimiz TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veritabanı,

Ebscohost, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Index
Copernicus, Contemporary Science Association, Modern Language
Association (MLA), Open Academic Journals Index, Citefactor ve Asos
İndeks tarafından taranmaktadır.

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19

Sayı/Issue: 4/Kış

Dergi Yayın Kurulu / Editorial Board

Fariz AHMADOV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi	Azerbaycan
Nurkhodzha AKBULAEV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi	Azerbaycan
Elsev BRİNA LOPAR	Prizren "Ukshin Hoti" Üniversitesi	Kosova
Zübeyr BULUT	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Hamit COŞKUN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Liubovi ÇİMPOEŞ	Moldova İlimler Akademisi	Moldova
Cumhur ERDEM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Mehmet ERYİĞİT	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Fadıl HOCA	Uluslararası Vizyon Üniversitesi	Makedonya
Ergin JABLE	Priştine Üniversitesi	Kosova
Kamer KASIM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Yahya Mustafa KESKİN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Seyit KÖSE	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Azamat MAKSÜDÜNOV	Kırgızistan–Türkiye Manas Üniversitesi	Kırgızistan
Geray MUSAYEV	Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi	Azerbaycan
Murat ÖZCAN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Erol ÖZTÜRK	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Gulzhanat TAYAUOVA	Turan Üniversitesi	Kazakistan
İshak TORUN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Mustafa TÜMER	Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi	KKTC
Hanefi ÜZÜM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye
Tarık VURAL	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Türkiye

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19
Danışma Kurulu

Sayı/Issue: 4/Kış

Nurettin	BİLİCİ	Çankaya Üniversitesi
Mehmet	DALAR	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Selçuk	EMSEN	Erzurum Atatürk Üniversitesi
Şehabettin	GÜNEŞ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
M. Cahit	GÜRAN	Yükseköğretim Kurulu
Muhsin	HALİS	Kocaeli Üniversitesi
Bahtişen	KAVAK	Hacettepe Üniversitesi
Feridun	KAYA	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Şaban	KAYIHAN	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Halim	KAZAN	İstanbul Üniversitesi
Mehmet	KUTALMIŞ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Nihal	MAMATOĞLU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ahmet	OCAK	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Gökhan	ÖZER	Gebze Teknik Üniversitesi
Osman	PEHLİVAN	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Fatih	SAVAŞAN	Sakarya Üniversitesi
Mehmet	SÜME	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Koray	TÜTÜNCÜ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ahmet	ULUSOY	Beykent Üniversitesi
Hasan Birol	YALÇIN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ali	YAMAN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ahmet Burçin	YERELİ	Hacettepe Üniversitesi
Habib	YILDIZ	İstanbul Üniversitesi

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19

Sayı/Issue: 4/Kış

Hakem Kurulu / Referee Board

Abdullah	DURAKOĞLU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ahmet	AYSU	Erciyes Üniversitesi
Ahmet	EMİRMUSTAFAOĞLU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Arzu	ORGAN	Pamukkale Üniversitesi
Aslı	GÜLER	Ordu Üniversitesi
Asuman Banu	HÜLÜR	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Cumhur	ERDEM	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ferudun	KAYA	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Fırat	YAŞA	Düzce Üniversitesi
Halide Nur	ÖZÜDOĞRU ERDOĞAN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Hande Mutlu	ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi
Harun	ŞEŞEN	Lefke Avrupa Üniversitesi
Hasan	LÖK	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Hilmi	ÇOBAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
İbrahim	KÜLÜNK	Düzce Üniversitesi
İshak	TORUN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
İsmail	YILDIRIM	Hitit Üniversitesi
Kadir Murat	ALTINTAŞ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Kurtuluş	BOZKURT	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Kürşat	ÖZDAŞLI	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Levent	AYTEMİZ	Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
Levent	DEMİRELLİ	Beykent Üniversitesi
Mahmut	BİLEN	Sakarya Üniversitesi
Mehmet	SÜME	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Mehmet	İSLAMOĞLU	Karabük Üniversitesi
Muhsin	HALİS	Kocaeli Üniversitesi

Murat	ÇETİN	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Mustafa	DOĞANOĞLU	Gaziantep Üniversitesi
Müge	ÇETİNER	İstanbul Kültür Üniversitesi
Nahide	KONAK	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Nazife Özge	KILIÇ	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Nilgün	SARIKAYA	Sakarya Üniversitesi
Oya	ERU	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Ömer	GÜLEÇ	Kırklareli Üniversitesi
Pelin	ÖNDER EROL	Ege Üniversitesi
Rahmi	YÜCEL	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Rıza	DEMİR	İstanbul Üniversitesi
Selman	YILMAZ	Ankara Üniversitesi
Senem	KURT TOPUZ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Serdar	ŞAHİN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Serkan	ŞENGÜL	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sertaç	SERT	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Seyfettin	ARTAN	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Süleyman Serdar	KARACA	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Şahin	ÇAYLI	Düzce Üniversitesi
Şefika	ÖZDEMİR	Süleyman Demirel Üniversitesi
Tuğrul	KORKMAZ	Aksaray Üniversitesi
Yahya Mustafa	KESKİN	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Yaşar	AYYILDIZ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

**Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**

Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19

Sayı/Issue: 4/Kış

- * BAİBÜ-Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, BAİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsünde yayımlanan hakemli bir dergidir.
- * Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmalıdır.
- * Dergide yayımlanan yazılarda belirtilen görüşler yazara ait olup, BAİBÜ-Sosyal Bilimler Enstitüsünü bağlamaz.
- * BAİBÜ-Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinde yer alan yazılardan kaynak gösterilerek aktarma ve alıntı yapılabilir.

**Bolu Abant İzzet Baysal University
Journal of Graduate School of Social Sciences**

- * Journal of Graduate School of Social Sciences (BASBED) is a journal published by Bolu Abant İzzet Baysal University Graduate School of Social Sciences. BASBED publishes peer-reviewed studies in the fields of social sciences.
- * Submitted articles should strictly follow the format of the author guidelines at the end of this journal.
- * If you have any questions regarding the submission process please send an email to **sbedergi@ibu.edu.tr** to contact the editorial office.
- * The journal is indexed by TUBITAK-ULAKBİM Social and Human Sciences Database, Ebscohost, Directory of Open Access Journals (DOAJ), Index Copernicus, Contemporary Science Association, Modern Language Association (MLA), Open Academic Journals Index, Citefactor and Asos Index.

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Yıl/Year: 2019

Cilt/Volume: 19

Sayı/Issue: 4/Kış

ISSN: 1303 – 0035

<http://www.sbedergi.ibu.edu.tr>

İÇİNDEKİLER/ CONTENTS

İktisat Bölümü

Türk Devletlerinde Doğrudan Yabancı Yatırım ve Ekonomik Büyüme İlişkisi865

The Relationship between Foreign Direct Investment and Economic Growth in Turkic States865

İbrahim KÜLÜNK

BRICS-T Ülkelerinde Ülke Riskinin Hisse Senedi Risk Primi Üzerindeki Etkisi.....887

The Effect of Country Risk on the Equity Risk Premium in BRICS-T Countries887

Yusuf DEMİR, Nuray TERZİ

İşletme Bölümü

Sezgisel ve Metasezgisel Yöntemlerin Gezgin Satıcı Problemi Çözüm Performanslarının Kıyaslanması.....911

Comparing the Solution Performances of the Heuristic and Metaheuristic Algorithms in Travelling Salesman Problem911

Yusuf ŞAHİN

Organik Ürünlerde Tüketici Tutumunu Etkileyen Faktörler ve Satın Alma Türleri: Gümüşhane İli Örneği.....933

Factors Affecting Consumer Attitude in Organic Products and the Types of Purchasing: Sample of Gümüşhane Province933

Salih YILDIZ, İbrahim AVCI

Liderliğin Karanlık Yüzü ve Çalışanlar Üzerindeki Olumsuz Etkileri.....	957
The Dark Side of Leadership and the Negative Effects on the Employees	957
Soner TÜLEMEZ, Muhsin HALİS	
SVOD Markalarının Twitter Üzerindeki İletişimleri: Netflix'ten Blutv'ye.....	981
SVOD Brands' Communications on Twitter: From Netflix to Blutv	981
Mehmet Yalçın PARMAKSIZ, Ebru ENGİNKAYA ERKENT	
Marka ve Genel Hizmet Değeri Oluşumunda İşgören Gereksinimlerinin Önemi: Bolu Otel İşletmelerinde Bir Araştırma..	997
Importance of Employee Requirements in Creating Brand and General Service Value: A Research in Bolu Hotels.....	997
Rahmi YÜCEL, İlhan KESKİN, İsa BAYHAN	
Türkiye Futbol Stadyumları Doluluk Oranlarının Analizi ve Örnek Gelir Yönetimi Uygulamaları	1017
Analysis of Turkish Football Stadium Fill Rates and Sample Revenue Management Applications	1017
Melike METERELLİYOZ, Süleyman LÖKÇÜ	
AHP Tabanlı VIKOR Yöntemiyle Optimum Stadyum Kuruluş Yerin Belirlenmesi: Bolu İli Örneği	1043
Determining the Optimum Stadium Location with AHP Based VIKOR Method: Bolu Province Case.....	1043
Gökhan EĞİLMEZ, Mehmet Selami YILDIZ, Abdülhamit EŞ	

Bankacılık Finans Bölümü

Yapısal Kırılmalar Eşliğinde Döviz Kuru Oynaklığı ile Türkiye'nin Sektörel Dış Ticareti Arasındaki Etkileşim 1069

The Interaction between Exchange Rate Volatility Accompanied with Structural Breaks and the Sectoral Foreign Trade of Turkey 1069

Gökhan ÖZKUL, Ayşe ÖZTÜRK

Uluslararası İlişkiler Bölümü

Bir Kamu Diplomasisi Uygulaması Olarak Aksaray Üniversitesi Örneğinde Türkiye'nin Uluslararası Öğrenci Kabulü 1097

International Student Admission of Turkey in the Aksaray University Example as the Practice of Public Diplomacy 1097

Mehmet ÖZTÜRK

Kamu Yönetimi Bölümü

Merkez-Çevre İlişkilerindeki Dönüşümü Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi Çalışmaları Üzerinden Anlamak..... 1123

Understanding Transformation in Center-Periphery Relations on Comparative Public Administration Studies..... 1123

Recep FEDAİ

Turizm İşletmeciliği Bölümü

Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışlarına Yönelik Turist Algılarının İncelenmesi..... 1143

Investigation of the Tourist Perceptions for Performance and Ethical Behaviors of Tourist Guides 1143

Zeynep ÇOKAL

İletişim Bölümü

Kurumsal Markalar Açısından Kriz İletişiminin Önemi: Pınar Krizi
Örneği 1169

The Importance of Crisis Communication from the Perspective of
Corporate Brands: The Case of Pınar Crisis..... 1169

Ali Fikret AYDIN

Sosyoloji Bölümü

Ataerkil Söylemin Medyadaki İzdüşümü: Rinso Reklam Filmi
Üzerine Bir İnceleme..... 1189

Projection of Patriarchal Discourse in Media an Investigation on
Rinso Advertisement Film 1189

Gülsüm HEKİMOĞLU

Araştırma Makalesi / Research Article

TURİST REHBERLERİNİN PERFORMANSINA ve ETİK DAVRANIŞLARINA YÖNELİK TURİST ALGILARININ İNCELENMESİ

Zeynep ÇOKAL*

INVESTIGATION OF THE TOURIST PERCEPTIONS FOR PERFORMANCE AND ETHICAL BEHAVIORS OF TOURIST GUIDES

Öz

Turist rehberleri turistlerle birebir iletişim halinde olan ve turizmin ön saflarında hizmet veren turizm çalışanlarıdır. Bu çalışmanın amacı, turist rehberlerinin performansının ve etik davranışlarının turistler tarafından nasıl algılandığını ortaya koymak ve bu algılamamanın turistlerin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmektir. Kapsamlı bir literatür taraması sonucunda oluşturulan anket formu, Nevşehir ilini ziyaret eden yerli ve yabancı 438 turiste uygulanmıştır. Araştırmada turistlerin sosyo-demografik özelliklerinin değerlendirilmesine ilişkin frekans dağılımı analizi, açıklayıcı faktör analizi, T testi ve Anova ve Tukey çoklu karşılaştırma testi gibi istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda turistlerin cinsiyetine göre yalnızca güvenilirlik boyutunda, eğitim durumuna göre güvenilirlik ve adil olma boyutunda, milliyete göre yetenek boyutunda, turun süresine göre ise yine güvenilirlik ve adil olma boyutlarında algıların farklılaştığı sonucu elde edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin yaşının ve ziyaret sayısının ise algılarını farklılaştırmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberi, Performans, Etik Davranış, Algı, Turist

Absract

Tourist guides are tourist employees who are in direct contact with tourists and at the forefront of tourism. The aim of this study is to determine how tourists' performance and ethical behavior are perceived by tourists and to determine whether this perception differs according to the demographic characteristics of tourists. The questionnaire form, which was developed as a result of a comprehensive literature review, was applied to 438 domestic and foreign tourists visiting Nevşehir province. In this research, statistical analysis methods such as frequency distribution analysis, explanatory factor analysis, T test,

* Arş. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5729-3228>.

Makale Gönderim Tarihi: 28.05.2019 <https://doi.org/10.11616/basbed.v19i51339.571101>
Makale Kabul Tarihi : 26.08.2019

Anova and Tukey multiple comparison test for the assessment of the tourists' socio-demographic characteristics, were used. In the results of the study, it was concluded that perceptions differed according to the gender of the tourists, in the dimension of reliability and fairness according to the educational status, in the dimension of talent according to nationality and in the dimensions of reliability and fairness according to the duration of the tour. At the same time it was found that the age of tourists and the number of visits did not differentiate their perceptions.

Keywords: Tourist Guide, Performance, Ethic Behavior, Perception, Tourist.

1. Giriş

Turist rehberleri, turistin destinasyonda yaşamış olduğu deneyimi şekillendirmesine yardımcı olan ve en iyi şekilde destinasyon ziyaretini tamamlamasını sağlayan temel kişilerdendir. Turizm endüstrisindeki en önemli unsurlardan biri olarak görülen turist rehberliği oldukça kapsamlı ve önemli bir meslektir. Türkiye’de turist rehberinin tanımına resmi olarak ilk 02.07.1986 tarih ve 19152 sayılı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 1. Maddesinde yer verilmiştir. Bu maddeye göre ‘‘Türkiye’yi yerli ve yabancı turistlere en iyi şekilde tanıttacak ve onlara gezileri süresince yardımcı olacak ve doğru bilgiler verebilecek kişi’’ turist rehberidir (www.kulturturizm.gov.tr).

Turist rehberliği, gerekli eğitimleri tamamlanmasının yanı sıra birçok beceriye ve bazı kişilik özelliklerine sahip olmayı gerektiren bir meslektir. Turist rehberlerinin yoğun bir bilgi birikimine sahip olmaları ile birlikte iyi bir lider, iyi bir kültür elçisi, iyi bir dinleyici, iyi bir insan ilişkileri uzmanı ve en önemlisi de iyi bir anlatıcı olması gerekmektedir (Ahipaşaoğlu, 2006, Tetik, 2006). Ülkelerinin turizm elçisi konumunda olan turist rehberlerinin almış oldukları eğitimin yanı sıra belli başlı özelliklerine dikkat edilerek seçilmesi gerekmektedir (Güzel, 2007: 12). Turist rehberi iyi bir hikâyeci ve anlatıcı olarak kabul edildiğinden mesleki bilgisinin yanı sıra ansiklopedik bilgiye de sahip olmalıdır. En az bir yabancı dili akıcı ve iyi bir şekilde konuşması gereken turist rehberinin politik ve dinle ilgili taraflı konuşmalar yapmaması gerekmektedir. Turist rehberi, kültürlerarası iletişimin temel taşlarından birisidir. Kültürlerarası oluşumlarda, genellikle turist ile ziyaret edilen yer arasında kültürel bir boşluk meydana gelmektedir. Turistler bir çok nedenden dolayı rehberli turlara katılmakta ya da rehberlik hizmetinden yararlanmaktadır. Yeni bir kültür deneyimi yaşamak istemek ya da yabancı bir ülkede bulunmanın zorluklarını yaşamamak, yabancı turistlerin rehberlik hizmeti kullanma nedenlerinin merkezini oluşturmaktadır (Aslan ve Çokal, 2016: 56). Turist rehberi ülkesinin

kültür elçisi olarak her yönden ülkesini temsil ettiğinin bilincinde olmalı ve bu doğrultuda abartıya kaçmadan ülkesi adına propaganda yapabilme sanatını bilmelidir.

Turist rehberleri turistlerle birebir iletişim halinde olan ve turizmin ön planında bulunan turizm çalışanlarıdır. Her meslekte olduğu gibi turist rehberleri de mesleğini severek yaptığı sürece daha başarılı olmaktadır. Turist rehberi sadece birey olarak kendisini değil ülkesini de temsil eden kişi olarak turistlerle iletişim kurmaktadır. Bu nedenle rehberin nitelikli olması hem ülke imajı için hem de turizm sektörü için oldukça önem arz etmektedir. Gerek Türkçe gerekse yabancı yazın incelendiğinde turizm alanında rehberlikle ilgili birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Ancak turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına yönelik çok az çalışmaya rastlanmaktadır. Bu araştırma ile turistlerin turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına yönelik algılamaları ve bu algılamaların turistlerin demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Emek yoğun bir sektör olan turizm sektöründe ne kadar iyi hizmet sunulursa o kadar çok müşteri memnuniyeti sağlanmaktadır. Turizm sektörünün içinde yer alan tüm işgörenlerin performansları hizmet kalitesini etkilemektedir. Her meslekte olduğu gibi sektörün en önemli unsurlarından biri olan turist rehberleri de mesleklerini icra ederken ne kadar iyi hizmet verirlerse o kadar çok turist memnuniyeti sağlanmaktadır. Turist rehberlerinin hizmet kalitesini ise tur sırasında sergilemiş oldukları performansları belirlemektedir. Performans; işin gereği olarak önceden belirlenen ölçütlerin yerine getirilmesi ve hedefin gerçekleşmesi oranı olarak tanımlanmaktadır (Dikmen ve Özpeynirci, 2010: 72). İşlevsel olarak başarı, görev ve kişi ile ilgili olup görevin gereği olarak önceden belirlenen ölçütleri karşılayacak biçimde görevin yerine getirilmesi ve amacın gerçekleşmesi oranı olarak bilinmektedir (Alper, 2007: 43).

Bireylerin iş yaşamındaki performanslarını oluşturan unsurlar beceriler, işe duyulan ilgi, işin sağladığı gelişme ve ilerleme olanakları, iyi belirlenmiş hedefler, başarının ödüllendirilmesi, başarısızlığın cezalandırılması, işin yapılabilmesi için gerekli kaynakların ulaşılabilirliği olarak gösterilmektedir (Örücü ve Kanbur, 2008: 88). Turist rehberliği bireysel olarak yapılan bir meslektir ve turist rehberi kendi performansını kendisi ortaya koymaktadır. Performansını etkileyen dış unsurlar olsa da asıl belirleyici olan kişinin kendisidir (Lugosi ve Bray, 2008: 469). Pond (1993: 64), bir turu en iyi şekilde

gerçekleştirenin de bozanın da turist rehberi olduğunu belirterek performansın turist rehberinin elinde olduğunu vurgulamaktadır. Turist rehberinin performansı da kişinin yeterlilikleriyle, almış olduğu eğitim ve öğreniminden elde ettiği yetkinliklerle ilgilidir (Prakash ve Chowdhary, 2010: 53). Birçok araştırmacının da kabul ettiği gibi rehberlik hizmetinin performansı turist deneyimlerini etkilemektedir. Örneğin turist rehberi, turistlerin nereye gidecekleri, ne görecekleri ya da turistlerin yerel kültürün hangi yönleriyle ilişki kuracakları konusunda büyük bir etkiye sahip olmaktadır (Aslan ve Çokal, 2016: 56). Bu nedenle turist rehberinden beklenen performansın sağlanmasında, turun özelliğine ve niteliğine uygun kıyafetler giymek, grubu uygun bir şekilde karşılamak, gruba güzergâh hakkında bilgi vermek ve grubu kontrol altında tutmak, araçlarda mikrofonu kontrol etmek ve doğru kullanmak, gruba göz teması kurmak, sesi doğru kullanmak, doğru tavır ve kelime kullanarak gruba uygun konuşma yapmak, ortam ve grubun ihtiyacına uygun sunum yapmak, açık ve net bilgi vermek, görülebilir nesnelere için uygun yön bildirimini yapmak, güvenlik konusunda grubu bilgilendirmek, içinde bulunulan duruma uygun tepkiler vermek, soru sorulmasına teşvik etmek ve soruları tekrarladıktan sonra cevaplamak, istenildiğinde özet bilgi vermek, eğer uygunsa bilgiyi önceki ya da sonraki deneyimlerle ilişkilendirmek temel görevlerdendir (www.sitga.co.uk, 2001).

Turist rehberleri performanslarını etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan biri de turist rehberinin tur sırasında sergilemiş oldukları etik ve etik olmayan davranışlarıdır. Toplumsal düzeni sağlayan, bir arada yaşamının gerekliliklerinden olan en önemli felsefelerden biri etikdir. Geçmiş 2500 yıl öncesine dayanan ve bir felsefe disiplini olan etik; tarih boyunca düşünürler tarafından açıklanmaya çalışılan bir kavram olmuştur (Akoğlan Kozak ve Güçlü Nergiz, 2016: 31). Yunanca'da karakter anlamına gelen "ethos" kökeninden gelen etik kelimesi TDK sözlüğünde töre bilimi ve çeşitli meslek gruplarına mensup kişilerin uyması ve kaçınması gereken davranışlar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Etik, bireyin davranışlarının temelini oluşturan ahlak kurallarının bütünüdür. Bir başka tanıma göre ise etik; kişilere "işlerin nasıl yapılması gerektiğini" belirlemede yol gösteren kılavuz değerler, ilkeler ve standartlardır (www.etik.gov.tr, 2018). Turist rehberlerinin de mesleklerini icra ederken uyması gereken bir çok etik kural bulunmaktadır.

Türkiye'de 2012 yılında yürürlüğe giren 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile yasal statü kazanan Turist Rehberleri Birliği (TUREB), üyesi olduğu WFTGA'nın benimsediği rehberlik uygulama ilkelerine ve yine üyesi olduğu FEG tarafından oluşturulan rehberlik

kalite anlaşmasının ilkelerine taraf olmuştur. Bunun yanı sıra TUREB kendi bünyesinde de turist rehberliği mesleğine yönelik ulusal etik ilkeler hazırlamıştır. Bu kapsamda turist rehberliği meslek etiği; genel etik ilkeler, meslek ile ilgili ilkeler, konuklarla ilgili ilkeler, meslektaşlarla ilgili ilkeler, işverenle ilgili ilkeler ve çevre ile ilgili ilkeler olmak üzere 6 başlık altında toplanmıştır. Bunun ardından 2014 yılında yayımlanan Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği 30. Maddesi ile turist rehberliği meslek etiği ilkeleri yasalarla ortaya koyulmuştur. Bu yönetmeliğe göre turist rehberleri, mesleğin icrasında etik ilkeler kapsamında şu maddelere uymak zorundadır ([www. teftis.kulturturizm.gov.tr](http://www.teftis.kulturturizm.gov.tr), 2014);

- a) Kültür, tarih ve turizm bilincine sahip olmak,
- b) Yasal kurallara ve hizmet standartlarına uygun davranmak,
- c) Dürüst, tarafsız, insan ve toplum değerlerine saygılı ve nezaketli olmak,
- ç) Güvenilir ve sorumluluk sahibi olmak,
- d) Görev ve yetkilerini haksız çıkar sağlamak amacıyla kullanmamak,
- e) Tarihi, kültürel, doğal varlıkları ve çevreyi korumak,
- f) Görev ve yetkisi dışında beyanda bulunmamak, gerçek dışı beyanda bulunmamak, her türlü ayrımcılıktan kaçınmak,
- g) Mesleğin güven ve saygınlığını, mesleki dayanışmayı zedeleyici tutum ve davranışlardan özenle sakınmak,
- ğ) Meslektaşları arasında haksız rekabete yol açacak her türlü tutum ve davranışlardan kaçınmak,
- h) Kişisel politik, ekonomik ve sosyal görüşlerini genel görüş olarak açıklamamak,
- ı) Hediye alma ve menfaat sağlama yasağına uymak,
- i) Meslekten geçici men veya meslekten çıkarma cezası almış olması durumunda çalışma kartını tebliğ belgesinde belirtilen süre içinde teslim etmek.

6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre belirlenen bu meslek etik ilkelerine uymayan turist rehberlerine kınama cezası verilmektedir.

Bir turist rehberinin mesleğini icra ederken karşı karşıya kaldığı güç durumlarda ilkeli davranması gerekmektedir. Ancak mesleğinin amacına uygun davranmakta güçlüklerle karşılaşabilmekte ve turist rehberliği etik ilkeleri bu tür durumlarda nasıl davranılması gerektiğine ilişkin yol gösterici olmaktadır (Yarcan, 2007: 37). Rehberlerin etik davranış ve uygulamaları, hızla büyüyen turizm sektöründe hem destinasyonun imajı

için hem de ülkenin genel imajı için oldukça önemli bir belirleyici konumundadır. Turist rehberleri, karşılaştıkları etik sorunların çözümünde mesleki etik ilkelerinden faydalanmaktadır. Turist rehberleri açısından karşılaşılan herhangi bir olumsuz veya zor durum karşısında doğru değerlendirme yapılamadığında ve nasıl bir tutum takınacağına karar verilemediğinde mesleki etik ilkeler yol göstericidir (Ahipaşaoğlu, 2006: 71).

İyi bir turist rehberi, turistin turdan duyduğu memnuniyeti de arttırmaktadır. Yetersiz bir turist rehberi ise turistin seyahat deneyimini ve bu deneyimden alacağı hazzı olumsuz etkilemektedir (Chang, 2014: 223). Turist rehberlerinin eşlik ettikleri turistlere karşı genel tutumları da mesleki etik açısından önem taşımaktadır. Turist rehberlerinin turistlere karşı iyi bir tutum sergilemeleri meslek etiği çerçevesinde gerekli görülmektedir.

Meslek etiği çerçevesinde, turist rehberleri karşılıklı ilişkilere sahip oldukları turizm paydaşlarına karşı sorumluluklara sahiptir. Tur esnasında turist rehberleri etkileşimde buldukları turizm personeliyle ilişkilerini profesyonelliğin gerektirdiği çerçevede yürütmesi gerekmektedir. Turist rehberliği mesleğinde etik hem turizm sektöründe yer alan paydaşlarla ilişkilerini düzenlemede hem de mesleğin icrası sırasında turistlerle olan iletişimlerinde önemli bir yere sahiptir. Mesleğin iyi bir şekilde yapılması ve daha ileriye taşınması için de turist rehberleri tarafından etik ilkelerin benimsenip uygulanması gerekmektedir.

Turist rehberinin etik davranışları turisti etkilemektedir. Bunun yanı sıra turist rehberlerinin tur süresince hem genel etik ilkeler hem de meslek etiği ilkeleri çerçevesinde hizmet vermesi turistlerin memnuniyetini ve oluşan imajı da etkilemektedir. Etik özelliği bulunmayan eylemler, dengeleri bozduğu gibi yapılan işe güveni ve saygıyı da azaltmaktadır (Nebioğlu, 2013: 35). Turist rehberlerinin de mesleklerini icra ederken etik ilkeler çerçevesinde hareket etmemesi hem turist rehberine hem de destinasyona karşı olumsuz bir tutum geliştirilmesine sebep olmaktadır. Tüm bunlar turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının turizm sektörü içinde oldukça önemli yeri olduğunu göstermektedir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Turist rehberleri turizm sektörünün en fazla göz önünde olan (Zhang ve Chow, 2004: 81) ve turistlerle en çok etkileşimde bulunan çalışanlarıdır (Tang ve Chang, 2006: 19). Bu nedenle hem turist rehberinin sergilemiş olduğu performans hem de etik ilkeler çerçevesinde vermiş olduğu hizmet oldukça önemlidir. Ancak turistlerin vermiş olduğu hizmet tüm

turistler tarafından aynı şekilde algılanmayabilmektedir. Milliyet farklılığı, yaş gruplarının farklı olması, cinsiyetleri, eğitim düzeyleri gibi bir çok unsur algılarını farklılaştırmaktadır. Tüm bunlardan yola çıkarak bu çalışma ile turist rehberlerinin performanslarının ve etik davranışlarının turistler tarafından nasıl algılandığının tespit edilmesi ve bu algının turistlerin sosyo-demografik (yaş, cinsiyet, eğitim, milliyet, turun süresine ve ziyaret sayısına) özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığının ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

Araştırma alanı olarak Nevşehir ili seçilmiştir. Nevşehir ili Kapadokya Bölgesi'nin merkezinde yer almakta ve Kayalık Kapadokya bir diğer ismi ile "Çekirdek Kapadokya" olarak adlandırılan bölgeyi kapsamaktadır. Nevşehir ili hem yerli hem de yabancı turistlerin yoğun olarak ziyaret ettiği bir bölge olduğundan her iki gruba da anket uygulanmıştır. Anketlerin uygulanmasında dikkat edilen nokta ise turistlerin rehber eşliğinde bölgeyi ziyaret eden gruptan seçilmesidir.

Araştırmanın evrenini son bir yıl içerisinde Nevşehir iline gelmiş olan turistler oluşturmaktadır. TÜİK verilerine göre 2018 yılında Nevşehir ilini ziyaret eden turist sayısı 2.949.542'dir (www.nevsehir.kulturturizm.gov.tr, 2019). Örneklem tekniği olarak ise, tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme türü belirlenmiştir. Bu teknikte ankete dâhil olan herkesin örnekleme dâhil edilmesi esas olmaktadır. Bir milyonun üzerindeki evren büyüklüklerinde 384 örnekleme yeterli olduğu belirtilmekte ve 30'dan büyük 500'den küçük örneklem büyüklükleri birçok araştırma için yeterli bulunmaktadır (Altunışık vd., 2012: 137). Bu nedenle çalışmada 500 anket formu hazırlanıp, turist rehberlerinin hizmet verdiği turist gruplarına araştırmacı tarafından uygulanmış bunlardan 480'inden geri dönüş alınmıştır. Ancak 480 anketin arasında analizler için uygun olmayan 20 anket araştırma dışı bırakılmıştır. Ayrıca analiz aşamasında da 22 anket uç değerleri kapsadığı için analizlerden çıkarılmıştır. Nevşehir ilini ziyaret eden 438 turist araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Araştırma çerçevesinde, yerli ve yabancı literatürde basılı ve elektronik bilimsel dergilerde, tez çalışmalarında ve diğer bilimsel çalışmalarda geniş bir literatür taraması yapılarak değişkenleri ve her bir değişkenin boyutlarını ölçebilecek ölçekler araştırılmıştır. Turist rehberinin performansının ölçümü için Tetik (2012)'in turist rehberlerinin yeterliliklerini belirlemek amacıyla oluşturmuş olduğu ölçeğin ifadelerinden ve Pereira'nın (2015) turist rehberinin performansını ölçmek amacıyla oluşturmuş ölçeğin maddelerinden yararlanılarak 13 ifadeli bir ölçek oluşturulmuştur. Performans ölçeği turist rehberinin mesleğini icra ederken göstermiş olduğu bilgisini ve yeteneklerini

kapsamaktadır. Turist rehberinin davranışlarının etik çerçevesinde ölçümü için Nebioğlu'nun (2013) turist rehberlerinin meslek etiğinin memnuniyete etkisini belirlemek amacıyla oluşturmuş olduğu ölçeğin ifadelerinden, Claravall'ın (2010) ortaya koymuş olduğu turist rehberliği mesleğinde olması gereken etik ilkelerden ve WFTGA'nın belirlemiş olduğu meslek etiği ilkelerinden yararlanılarak 18 ifadeli bir ölçek oluşturulmuştur. Etik davranış ölçeği turist rehberinin mesleğini icra ederken mesleğe karşı sorumluluklarını yerine getirmesini, dürüst davranmasını, tüm turistlere karşı adil olmasını ve güvenilir olmasını kapsamaktadır.

Turist rehberinin performansını ve etik davranışlarını ölçmek amacıyla hazırlanan ölçeklerde yer alan ifadeler 4'lü Likert tipi ölçekle ölçülmüştür. Katılımcılardan, ifadelere 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Katılıyorum, 4=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde cevap vermeleri istenmiştir. Likert-tipi sorulara anketlerinde yer veren araştırmacılar genelde 5'li ölçek kullanmaktadırlar. Ancak literatürde 3'ten 18'e kadar farklı seçenek sayılarının kullanıldığı ve en uygun seçenek sayısının araştırmacının karar verdiği şekliyle olduğu görülmektedir (Preston ve Colman, 2000: 2). Bu araştırmada da 5'li likert tipi ölçekle yola çıkılmış ancak pilot çalışma sonrasında katılımcıların kararsızım seçeneğinde yoğunlaştığı görülmüştür. Tüm bunlardan yola çıkarak araştırmada katılımcılar taraf olmaya zorlanmış ve 4'lü likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Anketin üçüncü bölümde ise demografik özellikleri belirlemek amacıyla; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, milliyet, Nevşehir'e kaçınıcı ziyaretleri olduğu ve katılmış oldukları turun süresi gibi 6 soru bulunmaktadır. Anketler yerli turistlere Türkçe uygulanmış, yabancı turistler için ise uzmanlardan yardım alınarak İngilizceye çevrilmiş ve İngilizce olarak uygulanmıştır. Anketlerin sonuçları için frekans, faktör analizi, T-Testi ve One-way Anova analizi kullanılmıştır.

Turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının algılanmasının turistlerin cinsiyetine, yaş, eğitim düzeyine, katılmış oldukları turun süresine, ziyaret sayısına ve milliyetine göre farklılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H1: Turist rehberinin performansını oluşturan boyutların algılanması turistlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H2: Turist rehberinin etik davranışlarını oluşturan boyutların algılanması turistlerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

4. Araştırmanın Bulguları

Uygulanan anketler bilgisayar programına aktarılmış ve araştırmanın analizleri yapılmıştır. Analizler öncesi, araştırma verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğinin incelenmesi için literatürde önerilen yöntemlerden olan Kolmogorov-Simimov ile veriler test edilmiş ve standart sapma, basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2015; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012). Normal dağılım gösteren bir verinin standart sapması 1'e yakın bir değer alırken, çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2 arasında değer alıyor olması gerekmektedir (Bayram, 2013: 109). Yapılan analiz sonucunda anket formunda yer alan ifadelerin standart sapmalarını 1'e yakın, çarpıklık ve basıklık değerlerinin ise -2 ile +2 arasında yer aldığı Tablo 1'de görülmektedir. Yapılan testler sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Tablo 1: Tek Değişkenli Normallik Dağılımı

İfadeler	Standart Sapma (Std. Dev.)	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
Turist Rehberinin Performansı			
1. Turist rehberinin tarih bilgisi yeterlidir	,61848	-1,271	1,074
2. Turist rehberinin coğrafya bilgisi yeterlidir	,58365	-1,033	,073
3. Turist rehberinin sanat tarihi bilgisi yeterlidir	,57875	-1,045	,099
4. Turist rehberinin arkeoloji bilgisi yeterlidir	,53453	-,719	-,671
5. Turist rehberinin genel kültür bilgisi yeterlidir	,62729	-1,231	,922
6. Turist rehberinin eğlence ve boş zaman değerlendirme yeteneği vardır.	,60979	-1,127	,829
7. Turist rehberinin grup yönetme ve çatışma çözme yeteneği vardır.	,58436	-,858	,129
8. Turist rehberi etik kurallara uymaktadır.	,58311	-1,013	,782
9. Turist rehberinin ilk yardım bilgisi yeterlidir	,57663	-1,034	,471
10. Turist rehberinin etkili iletişim kurma yeteneği vardır.	,58425	-,868	,144
11. Turist rehberinin akıcı konuşma yeteneği vardır.	,59624	-,884	,137
12. Turist rehberinin yabancı dil bilgisi yeterlidir.	,58895	-1,001	,006
13. Diğer kültürler hakkında bilgisi vardır	,56366	-,731	-,493
Turist Rehberinin Etik Davranışı			
1. Turist rehberi turistlerin konuya ilgisine dikkat eder ve verdiği bilgilerin doğruluğundan emindir.	,92436	-,894	-,169
2. Turist rehberi tur güzergâhlarının güvenliğinden emin olarak turistlere eşlik eder.	,54235	-,893	,237

3. Diğer turizm çalışanları ile işbirliği ve uyum içinde çalışır (şöför, alışveriş dükkanı çalışanları, restoran çalışanları vb.)	,59231	-,783	,356
4. Turist rehberi hile yapmaz ve yalan söylemez / dürüst davranır.	,95848	-,875	-,349
5. Turist rehberi insanların zamanını çalmaz.	,95972	-,812	-,434
6. Turist rehberi fiziksel ve zihinsel olarak tura hazırdır.	,70766	-1,075	1,194
7. Turist rehberi asla bahşış istemez.	,71525	-1,093	1,129
8. Turist rehberi turistlerle ilişkilerinde ülkelerinin imajını düşünür.	,68355	-1,140	1,198
9. Turist rehberi turistlere ait bilgileri kimseyle paylaşmaz.	,60006	-,900	,151
10. Turist rehberi gelenek, görenek ve toplumca kabul görmüş uygulamalara saygılıdır.	,88311	-,847	-,091
11. Turist rehberi mesleki faaliyetlerinde, hukuka ve yasalara bağlıdır.	,96009	-,854	-,371
12. Turist rehberi mesleki faaliyetlerinde görevlerinin gerektirdiği bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olduğu işleri üstlenir.	,59140	-,716	,279
13. Turist rehberi turda bulunan herkese adil şekilde davranır.	,59923	-1,039	,728
14. Turist rehberi, kişilere ve gruplara karşı din, dil, ırk vb., etnik ve sosyal duruma dayalı ayırım yapmaz.	,58474	-,812	,057
15. Turist rehberi işini ciddiye alır ve işine gereken önemi verir.	,61513	-,878	,359
16. Turist rehberi görev ve yetkilerini menfaat sağlamak amacıyla kullanmaz.	,68798	-1,279	1,726
17. Turist rehberi mesleklerini icra ederken elde ettiği bilgi ve belgeleri kötüye kullanmaz.	,67101	-1,036	,630
18. Turist rehberi diğer meslektaşlarına karşı saygılıdır ve haksız rekabet içinde değildir.	,55683	-,510	-,800

Çalışmada turistlerin demografik özelliklerini ve turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına ilişkin algılamalarını ortaya koymak amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Turist rehberlerinin performansını ve etik davranışlarını ölçmek amacıyla kullanılan ölçekte yer alan ifadeleri belirli boyutlarda toplamak amacıyla keşfedici faktör analizinden yararlanılmıştır. Boyutlandırılan faktörlerde bulunan maddelerin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Turistlerin sosyo demografik özellikleri ve yapmış oldukları turun özellikleri ile turist rehberinin performansına ve etik davranışına ilişkin algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik ölçümler parametrik testlerden olan tek yönlü varyans analizi (One-way Anova) testi ve bağımsız örneklem t testi ile yapılmıştır.

Araştırma kapsamında ilk olarak turistlerin demografik durumları ile ilgili veriler frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir. Turistlere ilişkin sosyo-demografik veriler Tablo 2’de verilmektedir.

Tablo 2: Turistlerin Demografik Özelliklerine ve Ziyaretlerine İlişkin Dağılım

Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde (%)	Demografik Değişkenler		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	162	37	Yaş	16-25	18	4,1
	Erkek	276	63		26-35	124	28,3
Milliyet	Türk	227	51,8		36-45	131	29,9
	Malezyalı	40	9,1		46-55	142	32,4
	Koreli	37	8,4		56-65	16	3,7
	İspanyol	32	7,3		65 ve üstü	7	1,6
	Hintli	29	6,6	Ziyaret Sayısı	1.	290	66,2
	Alman	23	5,3		2.	97	22,2
	Singapurlu	17	3,8		3.	21	4,8
	Diğer*	14	3,3		4. ve üzeri	30	6,8
	Rus	7	1,6	Ziyaret Süresi	1 günlük	79	18,1
	Arap	6	1,4		2-3 günlük	249	56,8
İngiliz	6	1,4	4-5 günlük		64	14,6	
			6-7 günlük		40	9,1	
Toplam	438	100		8 ve üzeri	6	1,4	
			Toplam		438	100	

*Diğer milliyetler; % değeri 1,0’ın altında kalanlar; Kanadalı (0,9), Çinli (%0,7), Amerikalı (0,5), Macar (0,5), Portekizli (0,5) ve Taylandlı(%0,2) turistleri kapsamaktadır.

Tablo 1’de görüldüğü üzere araştırmaya katılan 438 turistin %51,8’i Türk %48,2’si yabancı turistlerden oluşmaktadır. Yabancı turistler içinde araştırmaya katılanların en fazla Malezyalı (%9,1) ve Koreli (%8,4) turistlerden oluştuğu en az katılımın ise Taylandlı (%0,2) turistlerden olduğu görülmektedir. Cinsiyet dağılımına bakıldığında ise erkeklerin (N:276) kadınlara (N:162) oranla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin yaş aralıklarına bakıldığında ise yoğunluğun 26-35 (%28,3), 36-45 (29,9) ve 46-55 (%32,4) yaş arasında olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin ziyaretlerine ilişkin verilere bakıldığında çoğunluğu % 66,2’lik bir oranla Nevşehir’e ilk kez geldiklerini belirtmiştir. Turistlerin % 22,1’i ise ikinci gelişleri olduğunu belirtmişlerdir. Turistlerin çoğunun katılmış oldukları turun süresinin % 56,8’lik oran ile 2-3 gün olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada değişkenleri ölçmek için kullanılan ölçeklerin, faktör yapısını ve maddelerin hangi faktörler altında toplandığını tespit etmek amacıyla, “Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)” yapılmıştır. İlk olarak turist

rehberi performans ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi, KMO ve Bartlett testleri ve Cronbach's Alpha analizi sonucunda elde edilen değerler Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Turist Rehberi Performans Ölçeği Boyutları ve Faktör Yükleri

Boyut	Madde	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach' s Alpha Değeri
Bilgi	Perf12- Turist rehberinin yabancı dil bilgisi yeterlidir.	,888	6,647	47,475	,897
	Perf3- Turist rehberinin sanat tarihi bilgisi yeterlidir.	,883			
	Perf2- Turist rehberinin coğrafya bilgisi yeterlidir.	,872			
	Perf1- Turist rehberinin tarih bilgisi yeterlidir.	,807			
	Perf5- Turist rehberinin genel kültür bilgisi yeterlidir.	,784			
	Perf4- Turist rehberinin arkeoloji bilgisi yeterlidir.	,646			
	Perf14- Diğer kültürler hakkında bilgisi vardır.	,615			
	Perf9- Turist rehberinin ilk yardım bilgisi yeterlidir.	,563			
Yetenek	Perf8- Turist rehberi etik kurallara uymaktadır.	,791	2,452	17,512	,700
	Perf7- Turist rehberinin grup yönetme ve çatışma çözme yeteneği vardır.	,720			
	Perf10- Turist rehberinin etkili iletişim kurma yeteneği vardır.	,671			
	Perf11- Turist rehberinin akıcı konuşma yeteneği vardır.	,557			
	Perf6- Turist rehberinin eğlence ve boş zaman değerlendirme yeteneği vardır.	,548			
KMO=0,759 X ² =4480.441, p<0,05			64,987	,833	

Tablo 2'de görüldüğü üzere, KMO testiyle örneklem yeterlilik değerinin 0,759 olduğu ve örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Bartlett küresellik testinin anlamlı olması, maddeler arasındaki korelasyonların faktör analizi için uygunluğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra tabloda görüldüğü üzere, güvenilirlik analizleri sonucu performans ölçeğinin yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir (Cronbach's Alpha: ,833). Bir ölçeğin güvenilirlik düzeyinin iyi olabilmesi için Cronbach's Alpha katsayısının 0.60 'dan yüksek olması gerekmektedir (Kalaycı, 2014: 405). Ölçekte toplamda 16 ifade belirlenmiştir ancak Perf13, Perf15 ve Perf16 numaralı 3 ifadenin faktör yükleri 0.32'nin altında olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Faktör yüklerinin genel olarak en az 0,32'nin üzerinde olması önerilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015:304). Bu aşamada tekrar varimax seçeneği seçilerek rotasyon yapılmış ve Tablo 2' deki gibi toplam 2 faktörden oluşan ve toplam varyansın %64,987'ini açıklayan bir yapıya ulaşılmıştır.

Literatür incelemesi sonucunda turist rehberlerinin sahip olması gereken niteliklerin kişisel özellikler, bilgi, beceri ve fiziksel görünüm olduğu performanslarının bilgi ve yeteneklerine göre şekillendiği görülmüştür (Tetik, 2006; Güzel, 2007; www.portal.myk.gov.tr, 2018). Buradan yola çıkarak boyutlar “bilgi” ve “yetenek” olarak isimlendirilmiştir.

Bir diğer değişken olan turist rehberi etik davranış ölçeğine ilişkin de açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

Etik davranış ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi ile KMO ve Bartlett testlerinin sonucunda elde edilen değerler Tablo 4’te gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, KMO testiyle örneklem yeterlilik değerinin 0,778 olduğu ve örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Bartlett küresellik testinin anlamlı olması maddeler arasındaki korelasyonların faktör analizi için uygunluğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra tabloda görüldüğü üzere Cronbach’s Alpha analizi sonucunda etik davranış ölçeğinin yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir (Cronbach’s Alpha: ,851).

Ölçekte toplamda 20 ifade belirlenmiştir ancak Etik 16 ve Etik 8 numaralı ifadelerin binişik eğilimi tespit edilmiştir. Binişik faktör olması ilgili maddenin aynı anda birden fazla faktör altında yüklenme eğilimi göstermesidir. Bir maddenin iki veya daha fazla faktör altındaki yük değerleri arasında en az 0,1’den büyük fark olması yani binişik olmaması gerekmektedir. Binişiklik eğilimi gösteren maddelerin analizden çıkarılması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015:304). Bu nedenle Etik16 ve Etik8 numaralı ifadeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu aşamada tekrar varimax seçeneği seçilerek rotasyon yapılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda, toplamda 4 faktörden oluşan ve toplam varyansın %69,862’sini açıklayan bir yapıya ulaşılmıştır. Literatür incelemesi sonucunda turist rehberlerinin etik davranışları ölçeğinin 4 alt boyutuna genel etik ilkeler, meslek etiği ilkeleri ve iş etiği ilkeleri ile turist rehberliği meslek etiği ilkeleri çerçevesinde mesleki sorumluluk, güvenilirlik, dürüstlük ve adil olma şeklinde isimlendirme yapılmıştır (Megep, 2006; www.wftga.org, 2018). Meslek sorumluluk boyutunda 6 ifade, dürüstlük boyutunda 5 ifade, adil olma boyutunda 3 ifade ve güvenilirlik boyutunda 4 ifade olmak üzere toplam 18 maddeli bir etik davranış ölçeği oluşturulmuştur.

Tablo 4: Turist Rehberi Etik Davranış Ölçeği Boyutları ve Faktör Yükleri

Boyut	Madde	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açıklanan Varyans Oranı	Cronbach' s Alpha Değeri
Mesleki Sorumluluk	Etik3- Diğer turizm çalışanları ile işbirliği ve uyum içinde çalışır (şoför, alışveriş dükkanı çalışanları, restoran çalışanları vb.)	,862	4,073	21,437	,890
	Etik13- Turist rehberi mesleki faaliyetlerinde görevlerinin gerektirdiği bilgi, beceri ve tecrübeye sahip olduğu işleri üstlenir.	,850			
	Etik7- Turist rehberi asla bahşış istemez.	,833			
	Etik6- Turist rehberi fiziksel ve zihinsel olarak tura hazırdır.	,822			
	Etik17- Turist rehberi işini ciddiye alır ve işine gereken önemi verir.	,669			
	Etik9- Turist rehberi turistlerle ilişkilerinde ülkelerinin imajını düşünür.	,664			
Dürüstlük	Etik5- Turist rehberi insanların zamanını çalmaz.	,914	4,028	21,202	,921
	Etik12- Turist rehberi mesleki faaliyetlerinde, hukuka ve yasalara bağlıdır.	,883			
	Etik4- Turist rehberi hile yapmaz ve yalan söylemez / dürüst davranır.	,881			
	Etik1- Turist rehberi turistlerin konuya ilgisine dikkat eder ve verdiği bilgilerin doğruluğundan emindir.	,863			
	Etik11- Turist rehberi gelenek, görenek ve toplumca kabul görmüş uygulamalara saygılıdır.	,769			
Adil Olma	Etik14- Turist rehberi turda bulunan herkese adil şekilde davranır.	,807	2,811	14,795	,831
	Etik15- Turist rehberi, kişilere ve gruplara karşı din, dil, ırk vb., etnik ve sosyal duruma dayalı ayırım yapmaz.	,748			
	Etik20- Turist rehberi diğer meslektaşlarına karşı saygılıdır ve haksız rekabet içinde değildir.	,730			
Güvenilirlik	Etik2- Turist rehberi tur güzergahlarının güvenliğinden emin olarak turistlere eşlik eder.	,849	2,361	12,429	,774
	Etik18- Turist rehberi görev ve yetkilerini menfaat sağlamak amacıyla kullanmaz.	,845			
	Etik19- Turist rehberi mesleklerini icra ederken elde ettiği bilgi ve belgeleri kötüye kullanmaz.	,725			
	Etik10- Turist rehberi turistlere ait bilgileri kimseyle paylaşmaz.	,703			
KMO=0,778 X2=7828,768, p<0,05			69,862	,851	

Araştırmaya ilişkin hipotezleri test etmek amacıyla farklılıkların analizinde iki grubu karşılaştırmak için T Testi, çoklu karşılaştırmalar için ise ANOVA testinden faydalanılmıştır.

Turistlerin cinsiyeti tatilden beklentilerini, duygularını ve düşüncelerini farklılaştırmaktadır. Bu da kadın ve erkekler arasında algılama farklılıklarına neden olmaktadır. Tablo 5’te turistlerin cinsiyeti ile turist rehberinin performansını ve etik davranışlarını algılamaları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 5: Turistlerin Cinsiyeti ile Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışları Algısı ve Alt Faktörlerine İlişkin T-Testi Sonuçları

Ölçek	Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort.	S.S.	t	p
Performans	Bilgi	Kadın	162	3,6005	,45515	,962	,336
		Erkek	276	3,5564	,46773		
	Yetenek	Kadın	162	3,5802	,37712	,460	,646
		Erkek	276	3,5630	,37862		
Etik Davranış	Mesleki Sorumluluk	Kadın	162	3,4290	,58235	-,331	,741
		Erkek	276	3,4463	,49075		
	Dürüstlük	Kadın	162	3,1556	,81018	-,199	,842
		Erkek	276	3,1717	,82660		
	Güvenilirlik	Kadın	162	3,3920	,58969	-3,339	,001
		Erkek	276	3,5716	,45387		
	Adil olma	Kadın	162	3,4671	,53123	-1,561	,120
		Erkek	276	3,5447	,44858		

Turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının alt boyutlarının algılanması ile turistlerin cinsiyetleri arasındaki ilişkiye yönelik T testi sonuçları verilmiştir. Tablo 5’e göre turistlerin cinsiyeti ile turist rehberinin performansına yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Turistlerin cinsiyeti ile turist rehberinin etik davranışlarına yönelik algıları arasında ise yalnızca güvenilirlik boyutunda anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) bulunmuştur. Buna göre erkekler kadınlara göre turist rehberinin güvenilir olduğuna yönelik daha olumlu bir algıya sahiptir.

Turistlerin yaşı da algılamalarını farklılaştıran etkenlerden biri olabilmektedir. Tablo 6’da turistlerin yaşı ile turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına yönelik algıları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 6: Turistlerin Yaşı ile Turist Rehberlerinin Performansı ve Etik Davranışlarına Yönelik Algısı ve Alt Faktörlerine İlişkin Anova Testi Sonuçları

Ölçek	Boyutlar	Yaş	n	Ort.	S.S.	t	p
Performans	Bilgi	16-25	18	3,6270	,37039	1,226	,296
		26-35	124	3,5910	,49866		
		36-45	131	3,5322	,46072		
		46-55	142	3,5684	,44707		
		56-65	16	3,8036	,40026		
		65-66 ve üstü	7	3,4286	,46657		
	Yetenek	16-25	18	3,5000	,41868	1,121	,348
		26-35	124	3,5484	,41349		
		36-45	131	3,5389	,36110		
		46-55	142	3,6070	,36391		
		56-65	16	3,7125	,24187		
		65 ve üstü	7	3,6000	,41633		
Etik Davranış	Mesleki Sorumluluk	16-25	18	3,3704	,63543	,865	,504
		26-35	124	3,4032	,53093		
		36-45	131	3,4860	,51889		
		46-55	142	3,4225	,52580		
		56-65	16	3,4479	,49336		
		65 ve üstü	7	3,7381	,28637		
	Dürüstlük	16-25	18	3,2222	,80845	2,025	,074
		26-35	124	3,2371	,78331		
		36-45	131	3,2290	,75166		
		46-55	142	2,9972	,91697		
		56-65	16	3,4375	,67020		
		65 ve üstü	7	3,3714	,50897		
	Güvenilirlik	16-25	18	3,5694	,51310	,330	,895
		26-35	124	3,5302	,48199		
		36-45	131	3,5095	,50326		
		46-55	142	3,4683	,55692		
		56-65	16	3,5625	,53619		
		65 ve üstü	7	3,4286	,49401		
	Adil olma	16-25	18	3,6111	,36604	2,797	,117
		26-35	124	3,6237	,48270		
		36-45	131	3,4529	,46606		
		46-55	142	3,4930	,48413		
		56-65	16	3,2708	,57373		
		65 ve üstü	7	3,5714	,41786		

Turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının alt boyutlarının algılanması ile turistlerin yaşları arasındaki ilişkiye yönelik Anova testi sonuçları verilmiştir. Tablo 6'ya göre turistlerin yaşları ile turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Turist rehberlerinin vermiş olduğu hizmet her milliyet tarafından aynı şekilde algılanmayabilmektedir. Her kültür birbirinden farklıdır ve kültür, çevre gibi unsurlar algılamayı farklılaştırmaktadır. Tablo 7’de turistlerin milliyetleri ile turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına ilişkin algıları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 7: Turistlerin Milliyeti ile Turist Rehberlerinin Performansına ve Etik Davranışları Algısı ve Alt Faktörlerine İlişkin T-Testi Sonuçları

Ölçek	Boyutlar	Milliyet	n	Ort.	S.S.	t	p
Performans	Bilgi	Yerli	227	3,5557	,50768	-,798	,425
		Yabancı	211	3,5911	,41015		
	Yetenek	Yerli	227	3,5295	,38782	-2,309	,021
		Yabancı	211	3,6123	,36258		
Etik Davranış	Mesleki Sorumluluk	Yerli	227	3,3965	,53208	-1,796	,073
		Yabancı	211	3,4866	,51635		
	Dürüstlük	Yerli	227	3,1965	,87784	,813	,416
		Yabancı	211	3,1327	,75279		
	Güvenilirlik	Yerli	227	3,4714	,51980	-1,425	,155
		Yabancı	211	3,5415	,50861		
	Adil olma	Yerli	227	3,5198	,47346	,173	,863
		Yabancı	211	3,5118	,49145		

Turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının alt boyutlarının algılanması ile turistlerin milliyetleri arasındaki farklılığa ilişkin T testi sonuçları verilmiştir. Tablo 8’e göre turistlerin milliyeti ile turist rehberinin etik davranışlarına yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Turistlerin milliyeti ile turist rehberinin performansına yönelik algıları arasında ise yalnızca yetenek boyutunda anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) bulunmuştur. Buna göre yabancı turistler turist rehberinin performanslarını sergilerken yeteneklerini ortaya çıkardıkları konusunda daha fazla olumlu bir algıya sahiptir.

Turistlerin turist rehberi ile geçirmiş oldukları zaman farklılaştıkça iletişim düzeyleri de farklılaşmaktadır. Bu da turistlerin algılamalarını farklılaştıran etkenlerden biridir. Tablo 8’de turistlerin katılmış oldukları turun süresi ile turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına ilişkin algıları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 8: Turistlerin Katılmış Oldukları Turun Süresi ile Turist Rehberlerinin Performansı ve Etik Davranışlarına Yönelik Algısı ve Alt Faktörlerine İlişkin Anova Testi Sonuçları

Ölçek	Boyutlar	Turun süresi	n	Ort.	S.S.	t	p
Performans	Bilgi	1 günlük	79	3,5443	,49755	,592	,669
		2-3 günlük	249	3,5600	,45740		
		4-5 günlük	64	3,6339	,46509		
		6-7 Günlük	40	3,6250	,42389		
		8 ve daha fazla	6	3,4762	,52424		
	Yetenek	1 günlük	79	3,4937	,40107	2,686	,091
		2-3 günlük	249	3,5639	,37778		
		4-5 günlük	64	3,6281	,35966		
		6-7 Günlük	40	3,6900	,32328		
		8 ve daha fazla	6	3,3667	,36697		
Etik Davranış	Mesleki Sorumluluk	1 günlük	79	3,4156	,55011	1,942	,103
		2-3 günlük	249	3,4940	,49693		
		4-5 günlük	64	3,3047	,59507		
		6-7 Günlük	40	3,3792	,52023		
		8 ve daha fazla	6	3,3611	,45236		
	Dürüstlük	1 günlük	79	3,2532	,93299	1,641	,163
		2-3 günlük	249	3,0843	,83499		
		4-5 günlük	64	3,3000	,66380		
		6-7 Günlük	40	3,2300	,69806		
		8 ve daha fazla	6	3,5333	,57504		
	Güvenilirlik	1 günlük	79	3,4557	,49478	9,066	,000
		2-3 günlük	249	3,6074	,42981		
		4-5 günlük	64	3,3125	,62994		
		6-7 Günlük	40	3,2250	,65241		
		8 ve daha fazla	6	3,8333	,30277		
	Adil olma	1 günlük	79	3,4684	,50219	4,045	,003
		2-3 günlük	249	3,5863	,41669		
		4-5 günlük	64	3,4427	,58510		
6-7 Günlük		40	3,3000	,56387			
8 ve daha fazla		6	3,4444	,45542			

Turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının alt boyutlarının algılanması ile turistlerin katılmış oldukları turun süresi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan Anova testi sonuçları verilmiştir. Tablo 8'e göre turistlerin katılmış oldukları turun süresi ile turist rehberinin performansının yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Turistlerin katılmış oldukları turun süresi ile turist rehberinin etik davranışlarına yönelik algıları arasında ise güvenilirlik ve adil olma boyutlarında anlamlı bir farklılık ($p < 0,05$) bulunmuştur. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için ise Tukey Çoklu Karşılaştırma Testi yapılmıştır. Güvenilirlik boyutu için yapılan Tukey

testi sonuçlarına göre, 2-3 günlük tura katılanlar ile 4-5 ve 6-7 günlük tura katılanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Adil olma boyutu için yapılan Tukey testi sonuçlarına göre, 4-5 günlük tura katılanlar ile 6-7 günlük tura katılanlar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Turistlerin Nevşehir’i ziyaret sayıları ise bir diğer değişken olarak ele alınmıştır. Tablo 9’da turistlerin Nevşehir’i ziyaret sayısı ile turist rehberinin performansına ve etik davranışlarına ilişkin algıları arasındaki ilişkiye yönelik analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 9: Turistlerin Nevşehir’i Ziyaret Sayısı ile Turist Rehberlerinin Performansı ve Etik Davranışlarına Yönelik Algısı ve Alt Faktörlerine İlişkin Anova Testi Sonuçları

Ölçek	Boyutlar	Ziyaret Sayısı	n	Ort.	S.S.	t	p
Performans	Bilgi	1.	290	3,5754	,45826	,252	,860
		2.	97	3,5508	,48664		
		3.	21	3,6463	,33691		
		4. ve daha fazla	30	3,5667	,52049		
	Yetenek	1.	290	3,5869	,36409	2,336	,073
		2.	97	3,5608	,41597		
		3.	21	3,6095	,36593		
		4. ve daha fazla	30	3,4000	,36008		
Etik Davranış	Mesleki Sorumluluk	1.	290	3,4483	,51450	1,722	,162
		2.	97	3,3540	,61108		
		3.	21	3,5476	,35017		
		4. ve daha fazla	30	3,5611	,39991		
	Dürüstlük	1.	290	3,1297	,84740	2,328	,074
		2.	97	3,1485	,79962		
		3.	21	3,2095	,68257		
		4. ve daha fazla	30	3,5400	,60833		
	Güvenilirlik	1.	290	3,5371	,49884	1,998	,114
		2.	97	3,3943	,58612		
		3.	21	3,5714	,38845		
		4. ve daha fazla	30	3,5083	,47107		
	Adil olma	1.	290	3,5494	,46406	2,184	,089
		2.	97	3,4124	,52213		
		3.	21	3,4603	,52150		
		4. ve daha fazla	30	3,5667	,45612		

Turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının alt boyutlarının algılanması ile turistlerin ziyaret sayıları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan Anova testi sonuçları verilmiştir. Tablo 9’a göre turistlerin Nevşehir’i kaçınıcı kez ziyaret ettikleri ile turist rehberinin performansına

ve etik davranışlarına yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

5. Sonuç

Turizm işletmeciliği ve yönetim gibi alanlarda yapılan çalışmalarla kıyaslandığında, turist rehberinin performansı ve etik davranışları ile ilgili çalışmaların da yerli ve yabancı literatürde sınırlı olduğu görülmüştür. Araştırmacılar tarafından, turist rehberlerinin performansının turistlerin memnuniyetini (Grabowski ve Geng, 2000; Huang, 2010; Chan, Hsu ve Baum, 2015;), destinasyonu tekrar ziyaret edilmesini (Chang, 2009) ve turistlerin alışveriş davranışını (Chang, 2014) etkilediği ortaya koyulmuştur. Turist rehberliği literatüründe, turist rehberinin performansının, turist memnuniyeti, tur operatörlerinin saygınlığı, iş tekrarı ve alışveriş davranışı gibi farklı değişkenlerle olan ilişkileri araştırılmıştır.

Zhang ve Chow (2004) yapmış oldukları çalışmada, turist rehberlerinin performanslarını önem-performans modeline göre değerlendirmektedir. Araştırma sonucunda turistlerin en önemli rehber özelliği olarak; dakik olması, sorunları çözebilmesi ve destinasyon bilgisini seçtiği tespit edilmiştir.

Huang, Hsu ve Chan (2010), Çin'de hizmet veren turist rehberlerinin performanslarını literatür taraması sonucunda oluşturdukları 34 ifadeli bir ölçek ile ölçmüşlerdir. Araştırma sonucunda, turist rehberi hizmet performansının turist rehberliği hizmetleriyle turist memnuniyetini büyük ölçüde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Turist rehberliğinde meslek etiğine ilişkin Türkçe literatürde öncü çalışmalardan birini yapan Yarcan (2007) çalışmasında turist rehberliği mesleğinin uygulanmasında karşılaşılan zorlukları saptamayı, meslek ilkeleri konusunu kavramsal olarak tartışmayı amaçlamıştır.

Nebioğlu (2013) ise çalışmasında turist rehberlerinin çalışma hayatında meslek etiğine uygun davranıp davranmadıklarını, rehberlerin hangi konularda etik dışı davranışlarda bulunduğunu tespit edip çözüm önerileri sunmayı amaçlamıştır. Genel olarak araştırmaya katılan turistlerin büyük çoğunluğunun turist rehberlerini genel etik ilkeler, bilgi güvenliği ve maddi çıkar sağlama boyutunda etik bulduğu sonucuna varılmıştır. Türkiye'de faaliyette bulunan turist rehberlerinin etik dışı davranışta bulunup bulunmadığını araştıran bu çalışmaya katılan turistlerin büyük çoğunluğu turist rehberlerinin etik dışı faaliyette bulunmadığı yönünde görüş bildirmiştir. Nebioğlu bu çalışmada, turistlerin %87'sinin Türkiye'de turist rehberlerinin sunduğu hizmetten memnun olduğu,

yabancı turistlerin %99'unun tekrar Türkiye'ye gelmeyi düşündüğü, %81'inin turist rehberlerinin ülke hakkındaki önyargıların kırılmasında etkin bir unsur olduğu, %90,1'inin rehberlerin ülke tanıtımında önemli rol oynadıkları ve %74,3'ünün Türkiye'yi ziyaret etmesinde veya etmeyi düşünmesinde turist rehberlerinin etkisinin çok olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu veriler de rehberlerin ülke tanımı ve turizmi için ne kadar önemli olduğunu ortaya koymakla birlikte Türkiye'de hizmet veren turist rehberlerinin meslek etiği ilkelerine dikkat ettiğini göstermektedir.

Düz'ün (2017) yapmış olduğu çalışma ile turist rehberliği mesleğinde etik ilkeler belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmayı literatürdeki çalışmalardan ayıran en önemli noktası faydacı etik yaklaşımının temel alınmış olmasıdır. Çalışma sonuçlarına göre turist rehberliği mesleğinde etik ilkeler turist rehberlerinin taşıdığı mesleki sorumluluklar, rehberlerin kendi aralarındaki ilişkiler, rehberlerin turistler ve diğer turizm paydaşlarıyla ilişkileri çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu çalışma ile turist rehberliği mesleğine ilişkin 28 tane etik ilke ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada ise literatürden farklı olarak turist rehberinin performansı ve etik davranışları bir arada ele alınarak turistlerin buna ilişkin algıları ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular şu şekildedir;

Cinsiyet değişkeni kapsamında turist rehberinin performansı ile ilgili olarak (bilgi boyutu ve yetenek boyutu) turistlerin olumlu bir algıya sahip olduğu ve kadınların algısı ile erkeklerin algısının farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde turist rehberinin etik davranışlarına yönelik de oldukça olumlu bir algıya sahip oldukları turist rehberinin etik davranışlarını oluşturan mesleki sorumluluk, dürüstlük ve adil olma boyutlarında cinsiyete göre algı farklılığı olmadığı yalnızca güvenilirlik boyutunda erkek turistlerin kadın turistlere göre turist rehberini daha güvenilir bulduğu görülmüştür. Bu sonuç turist rehberlerinin kadın ve erkek ayrımı yapmadan hizmet etmesi ve tüm turistlere eşit güven duygusu oluşturacak şekilde hizmet vermesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Yaş değişkeni kapsamında turist rehberinin performansı (bilgi boyutu ve yetenek boyutu) ve etik davranışları (mesleki sorumluluk, dürüstlük, güvenilirlik ve adil olma) ile ilgili olarak turistlerin olumlu bir algıya sahip olduğu ve farklı yaş gruplarına göre algının farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Milliyet değişkeni kapsamında turist rehberinin performansı ile ilgili olarak (bilgi boyutu ve yetenek boyutu) turistlerin olumlu bir algıya sahip olduğu ve bilgi boyutunda yerli ve yabancı turistlerin algılarının

farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Ancak yetenek boyutunda yabancı turistlerin turist rehberini performans bazında daha yetenekli bulduğu ve buna yönelik daha olumlu algıya sahip olduğu görülmüştür. Aynı şekilde turist rehberinin etik davranışlarına (mesleki sorumluluk, dürüstlük, güvenilirlik ve adil olma) yönelik de oldukça olumlu bir algıya sahip oldukları ve yerli ve yabancı olmalarına göre algının farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Turun süresi değişkeni çerçevesinde turist rehberinin performansı ile ilgili olarak (bilgi boyutu ve yetenek boyutu) turistlerin olumlu bir algıya sahip olduğu ve turun süresine göre algılarının farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde turist rehberinin etik davranışlarına yönelik de oldukça olumlu bir algıya sahip oldukları turist rehberinin etik davranışlarını oluşturan mesleki sorumluluk ve dürüstlük boyutlarında turun süresine göre algılarının farklılaşmadığı ancak güvenilirlik ve adil olma boyutlarında turun süresi arttıkça algının farklılaştığı görülmüştür. 2-3 günlük tura katılanlar ile 4-5 ve 6-7 günlük tura katılanlar arasında turist rehberinin güvenilir olduğuna dair algı farklılığı ortaya çıkmıştır. 2-3 günlük tura katılanlar turist rehberini daha güvenilir bulmaktadır. Aynı şekilde 4-5 günlük tura katılanlar ile 6-7 günlük tura katılanlar arasında da turist rehberinin adil olması konusunda algı farklılığı görülmektedir. 4-5 günlük tura katılanlar turist rehberini daha güvenilir bulmaktadır. Bu sonuç; turistlerin katılmış oldukları turun süresi arttıkça turist rehberlerini daha ayrıntılı değerlendirdiği ve turist rehberlerine olan güven duygularının ve yeterince adil olduğu düşüncesinin azaldığı şeklinde açıklanabilir. Bununla birlikte katılmış oldukları turun süresi arttıkça turdan ve turun diğer bileşenlerinden sıkıldıkları bu nedenle olumsuz algıladıkları da düşünülebilmektedir.

Ziyaret sayısı değişkeni kapsamında turist rehberinin performansı (bilgi boyutu ve yetenek boyutu) ve etik davranışları (mesleki sorumluluk, dürüstlük, güvenilirlik ve adil olma) ile ilgili olarak turistlerin olumlu bir algıya sahip olduğu ve farklı ziyaret sayılarına göre algının farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar literatür ile karşılaştırıldığında Zhang ve Chow (2004) ve Huang, Hsu ve Chan (2010)'un çalışmalarını destekler nitelikte turist rehberinin performansına yönelik turistlerin olumlu bir algıya sahip olduğu görülmektedir. Ancak literatürden farklı olarak bu çalışmada turist rehberinin performansı bilgi ve yetenek olarak ele alınmaktadır. Bu da çalışmayı literatürdeki çalışmalardan farklı kılan noktadır. Ayrıca yine etik davranışları ile ilgili çalışmalar incelendiğinde birebir turist algılarını ölçen çalışmaya rastlanmamıştır. Bu da araştırmanın literatüre turist

rehberliği literatürüne etik konusunda önemli bir katkı sağlayacağını göstermektedir.

Tüm bu sonuçlar doğrultusunda turistlerin demografik özelliklerine göre algılamalarının çoğunlukla adil olma ve güvenilirlik boyutlarında farklılaştığı görülmektedir. Turist rehberlerinin performansına yönelik çok fazla algı farklılığı olmadığı da bir diğer tespit edilen durumdur. Etik davranışlar yalnızca meslek etiği olarak değil gündelik hayatta da uyulması gereken genel kurallardır. Bu nedenle turist rehberlerinin turistlere hizmet verirken hem kendi kişiliklerine hem de mesleklerine yönelik olumsuz durumları önlemek adına etik kurallara önem vermesi gerektiği düşünülmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda turist rehberinin performansının ve etik davranışlarının farklı değişkenlere etkisi ele alınabilir. Bu çalışma farklı destinasyonlarda, farklı turist gruplarına uygulanarak karşılaştırma yapılabilir.

Kaynaklar

- Ahipaşaoğlu, S. (2006), *Turizmde Rehberlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M., Güçlü Nergiz, H. (2016), *Turizmde Etik Kavramlar, İlkeler, Standartlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alper, Ş. G. (2007), Beyaz Yakalı Çalışanların Performans Kriterlerinin Belirlenmesinde İş Analizlerinin Rolü ve Bir Özel Hastane Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Aslan, Z. ve Çokal, Z. (2016), Profesyonel Turist Rehberinin Kültürel Değerlere Katkısına İlişkin Turist Algılamaları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), s.53-69.
- Chan, A., Hsu, C.H.C. ve Baum, T. (2015), The Impact of Tour Service Performance on Tourist Satisfaction And Behavioral Intentions: A Study Of Chinese Tourists in Hong Kong, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32, s.18-33.
- Chang, J.C. (2009), Customer Satisfaction with Tour Leaders' Performance: A Study of Taiwan's Package Tours, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(1), s.97-116.

- Chang, K.C. (2014), Examining The Effect of Tour Guide Performance, Tourist Trust, Tourist Satisfaction, and Flow Experience on Tourists' Shopping Behavior, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), s.219-247.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012), *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi.
- Dünya Turist Rehberleri Birliği (2017), *Turist Rehberinin Tanımı*, <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide> (11 Şubat 2017)
- Düz, B. (2017), Turist Rehberliğinde Meslek Etiği İlkelerinin Faydacı Etik Yaklaşımı İle Belirlenmesi, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2): 1639-1662.
- Etik Rehberi (2018), *Meslek Etiği Rehberi*, http://etik.gov.tr/Portals/0/anasayfa/etik_rehberi.pdf (10 Ekim 2018)
- Grabowski, C.P. ve Geng, W. (2000), European Silk Road Tourists' and Their Tour Guides' Perceptions of Product and Service Quality, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1(4), s.97-106.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güzel, F.Ö. (2007), Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma), Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Huang, S.S. (2010), A Revised Importance-Performance Analysis of Tour Guide Performance in China. *Tourism Analysis*, 15(2). s.227-241.
- Huang, S.S., Hsu, C.H.C. ve Chan, A. (2010), Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: A Study of The Package Tours in Shanghai, *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 34(1):3-33.
- Kalaycı, Ş. (2014), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014), <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/> (14 Ocak 2018).

- Lugosi, P. ve Bray, J. (2008), Tour Guiding, Organizational Culture and Learning: Lessons From an Entrepreneurial Company, *International Journal of Tourism Research*, 10(5), s. 467-479.
- MEGEP, (2006), *Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Sistemi*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu, (2018), https://portal.myk.gov.tr/index.php?option=com_meslek_std_taslak&view=taslak_listesi_yeni&msd=2&Itemid=432 (05 Temmuz 2018).
- Nebioğlu, K. G. (2013), Meslek Etiği: Turist Rehberleri Üzerine Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Örücü, E. ve Kanbur, A. (2008), Örgütsel- Yönetimsel Motivasyon Faktörlerinin Çalışanların Performans Ve Verimliliğine Etkilerini İncelemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma: Hizmet Ve Endüstri İşletmesi Örneği, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(1), s. 85-97.
- Pereira, A. M. (2015), Tour Guides and Destination Image: Evidence From Portugal, *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(7-8), s. 129-150.
- Pond, K. (1993), *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*, New York: Van Nostrand Reinhold.
- Prakash, M. ve Chowdhary, N. (2010), What Are We Training Tour Guides For?, *Turizam*, 14(2), s.53-65.
- Preston, C.C. ve Colman, A.M. (2000), Optimal Number of Response Categories in Rating Scales: Reliability, Validity, Discriminating Power, and Respondent Preferences, *Acta Psychologica*, 104, s. 1-15.
- Standards of Performance (2001), <http://www.sitga.co.uk/standards.htm> (20 Ocak 2017).
- Tang, C.Y. ve Chang, J.C. (2006), An Investigation of Service Quality Between The Licensed and Un-Licensed Tour Leaders, *The 7th Biennial Conference on Tourism in Asia*, Jeonju: The Hong Kong Polytechnic University & Jeonju University.
- Tetik, N. (2006), Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği Ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Tetik, N. (2012), Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Yarcan, Ş. (2007), Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 18(1), s.33-44.

Zhang, H. Q. ve Chow, I. (2004), Application of İmportance-Performance Model in Tour Guides Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong, *Tourism Management*, 25, s.81-91.