

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Cansu SOLMAZ

TURİZM POLİTİKALARININ OLUŞTURULMASINDA TURİST  
REHBERLERİNİN ROLÜ

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı  
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2012

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Cansu SOLMAZ

TURİZM POLİTİKALARININ OLUŞTURULMASINDA TURİST  
REHBERLERİNİN ROLÜ

Danışman  
Prof. Dr. Tuncay NEYİŞCİ

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı  
Yüksek Lisans Tezi

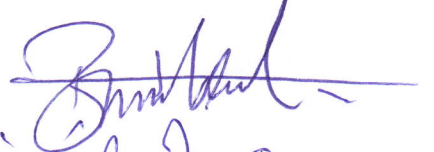
Antalya, 2012

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Cansu SOLMAZ'ın bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

: DOÇ. DR. BEYKAN GİZEL



Üye (Danışmanı)

: Prof. Dr. Tuncay NÖRİŞİ M. HENGİN

Üye

: A.B.D. DOÇ. DR. CAN OLTAÇ GÖKTAŞ A. HENGİN

Tez Başlığı: "Turizm Politikalarının Oluşturulmasında  
Turist Rehberlerinin Rolü"

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi 20/06/2012

Mezuniyet Tarihi 27/06/2012

Prof.Dr. Mehmet ŞEN  
Müdür

.....

## İÇİNDEKİLER

<b>TABLolar LİSTESİ</b>	<b>iii</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b>	<b>iv</b>
<b>ÖZET</b>	<b>v</b>
<b>SUMMARY</b>	<b>vi</b>
<b>ÖNSÖZ</b>	<b>vii</b>
<b>GİRİŞ</b>	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNE GENEL BAKIŞ

1.1 Profesyonel Turist Rehberi (PTR) İle İlgili Kavramlar .....	2
1.1.1 PTR'nin Tanımı ve Benzer Kavramlar .....	2
1.1.2 PTR'nin Turizm Sektörü İçerisindeki Önemi .....	5
1.1.3 PTR'nin Görevleri .....	7
1.1.4 PTR'nin Çalışma Alanları .....	10
1.1.5 PTR'nin Çalışma Esasları .....	10
1.1.6 PTR'nin Sahip Olması Gereken Özellikler .....	12
1.1.7 PTR'nin Eğitimi .....	14
1.1.7.1 Dünyada PTR'nin Eğitimi .....	15
1.1.7.2 Türkiye' de PTR'nin Eğitimi .....	17
1.1.8 Profesyonel Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma .....	20
1.2 Meslek Olarak Profesyonel Turist Rehberliği .....	21
1.2.1 Tarihsel Süreç İçerisinde Profesyonel Turist Rehberliğinin Gelişimi .....	21
1.2.2 Profesyonel Turist Rehberliğinin Türkiye' de Gelişimi .....	23
1.2.3 Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Özellikleri ve PTR'nin Sektörde Yaşadığı Sorunlar .....	26
1.2.4 Profesyonel Turist Rehberliği Örgütleri .....	29
1.2.4.1 Uluslararası Profesyonel Turist Rehberliği Örgütleri .....	29
1.2.4.2 Türkiyede'ki Profesyonel Turist Rehberliği Örgütleri .....	30

## İKİNCİ BÖLÜM

### PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN TURİZM POLİTİKALARINA SAĞLAYABİLECEĞİ KATKILAR

2.1	Turizm Politikası Kavramı.....	36
2.2	Kalkınma Planları Çerçevesinde Profesyonel Turist Rehberliği .....	39
2.3	PTR'nin Turizm Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar .....	42
2.3.1	PTR'nin Pazarlama Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar .....	42
2.3.2	PTR'nin Tanıtım ve İmaj Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar .....	47
2.3.3	PTR'nin Sürdürülebilir Turizm Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar.....	51
2.3.4	PTR'nin Turistik Çeşitlendirme Konusuna Katkıları.....	55
2.4	Ulusal Turizm Konseyinin Kurulamamış Olması .....	58

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### PROFESYONEL TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1	Araştırmanın Önemi ve Amacı .....	60
3.2	Araştırmanın Yöntemi .....	60
3.3	Evren ve Örneklem .....	61
3.4	Veri Toplama Süreci .....	62
3.4.1.	Nitel veriler .....	62
3.4.2	Nicel veriler.....	63
3.5	Verilerin Analizi .....	63
3.6	Anketle Elde Edilen Bulgular .....	64
3.6.1	Araştırmaya katılan PTR' nin Görüşlerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları .....	67
3.6.2	PTR'nin Demografik ve Mesleki Özellikleri ile Turizm Politikalarına Katkılarına Yönelik Görüşlerinin Karşılaştırılması .....	73
3.7	Mülakat Sonucu Elde Edilen Bulgular .....	80
	<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>89</b>
	<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>98</b>
	<b>EK-1. 2011 Yılı Dillere Göre PTR Sayıları.....</b>	<b>109</b>
	<b>EK-2 Anket Formu .....</b>	<b>110</b>
	<b>EK-3 Mülakat Soruları .....</b>	<b>113</b>
	<b>Ö Z G E Ç M İ Ş .....</b>	<b>114</b>

## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Araştırmacıların PTR'nin Rollerini Hakkında Yaptığı Tanımlamalar.....	9
Tablo 1.2. 2011 I. Yarı Yıl PTR Taban Ücretleri.....	11
Tablo 1.3. 2011 II. Yarı Yıl PTR Taban Ücretleri.....	11
Tablo 1.4. Kültür ve Turizm Bakanlığı Profesyonel Turist Rehberliği Kurslarında Verilen Dersler ve Saatleri.....	18
Tablo 2.1. 1974'ten Günümüze Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Yapılan Değişiklikler.....	41
Tablo 2.2. PTR'nin İlgili Alanına Giren Disiplinler.....	43
Tablo 3.1. İllere Göre PTR Sayısı.....	62
Tablo 3.2. Belli Evrenler İçin Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri.....	62
Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan PTR'nin Demografik ve Mesleki Özellikleri.....	65
Tablo 3.4. Araştırmaya Katılan PTR'nin Görüşlerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları.....	69
Tablo 3.5. PTR'nin Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Farklılaşması.....	73
Tablo 3.6. PTR'nin Düşüncelerinin Kokartını Alma Biçimine Göre Farklılaşması.....	75
Tablo 3.7. PTR'nin Düşüncelerinin Deneyimlerine Göre Farklılaşması.....	76
Tablo 3.8. PTR'nin Düşüncelerinin Çalışma Şekline Göre Farklılaşması.....	76
Tablo 3.9. PTR'nin Düşüncelerinin Bir Yılda Çalıştıkları Ortalama Acente Sayısına Göre Farklılaşması.....	77
Tablo 3.10. PTR'nin Düşüncelerinin Taban Yevmiyeleri Alıp Alama Durumuna Göre Farklılaşması.....	78
Tablo 3.11. PTR'nin Düşüncelerinin Sosyal Güvencelerine Göre Farklılaşması.....	79
Tablo 3.12. Türkiye'deki PTR'nin Sorunları.....	80

## KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ARED	Ankara Rehberler Odası
ARO	Antalya Rehberler Odası
BORED	Bodrum Rehberler Derneği
CEN	European Committee For Standardization - Avrupa Standardizasyon Komitesi
ÇARED	Çanakkale Rehberler Derneği
ÇURED	Çukurova Rehberler Derneği
FEG	European Federation of Tourist Guides Association Avrupa Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu
GARED	Gaziantep Rehberler Derneği
GÜMRED	Güney Marmara Rehberler Derneği
İRO	İstanbul Rehberler Odası
İZRO	İzmir Rehberler Odası
KARDER	Karadeniz Rehberler Derneği
KARED	Kapadokya Rehberler Derneği
KONTURED	Konya Turist Rehberleri Derneği
KURED	Kuşadası Rehberler Derneği
MARED	Marmaris Rehberler Derneği
PTR	Profesyonel Turist Rehber(ler)i
ŞURED	Şanlıurfa Rehberler Derneği
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TUREB	Türkiye Turist Rehberleri Birliği
TUREDD	Turist Rehberleri Dayanışma Derneği
TUREF	Turist Rehberleri Federasyonu
TUREV	Turist Rehberleri Vakfı
TUROB	Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği
TUOFED	Türkiye Otelciler Federasyonu
TURSAB	Türkiye Seyahat Acentacıları Birliği
VANTURED	Van Turist Rehberleri Derneği
WFTGA	World Federation Tourist Guides Associations Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu

## ÖZET

Turizm endüstrisi içerisinde PTR çok önemli bir işlev ve sorumluluk yüklenmektedir. PTR, turizmin en ön cephesinde hizmet veren turizm neferleridir. Öyle ki, PTR hizmeti alan ziyaretçiler ülkeye ayak bastığı andan yine geri dönüş anına kadar, en çok PTR ile vakit geçirmektedir. Bu açıdan bakıldığında PTR sadece bir çevirmen ya da anlatıcı değil, yeri geldiğinde ülkesinin kültür elçisi, bir diplomat, bir eğitici, bir öğretmen olabilmektedir. İyi bir PTR ziyaretçiyi etkileme ve yönlendirme gücüne sahip olmalıdır. Ziyaretçilerin ülke ile ilgili önyargılarının kırılmasında, olumlu bir imaj yaratılmasında ve tekrar ziyaret etmelerinin sağlanmasında olduğu gibi ziyaretçilerin seyahatlerinden memnuniyetsiz ayrılmalarında da PTR faktörü etkili olabilmektedir.

Turizmin diğer alanlarında faaliyet gösteren turizm çalışanlarına oranla PTR, ziyaretçilerle daha fazla vakit geçirmekte ve işi gereği bir çok kurum ve kuruluşla ilişkiler geliştirmektedir. Hem ziyaretçileri ve taleplerini hem de çalıştıkları bölgeleri çok iyi tanımaları gerekmektedir. Ayrıca, PTR'nin sadece mesleğinin gerektirdiği bilgiye sahip olması çoğu zaman yeterli olmamakta, sürekli kendilerini güncellemesi gerekmektedir. Coğrafyadan tarihe, jeolojiden politikaya, diplomasiden sanata pek çok farklı disiplinin bilgisine sahip olmaları gerekmektedir. Daha önce yapılmış çalışmalar da ülkemizdeki PTR'nin eğitim durumlarının oldukça yüksek olduğunu göstermiştir.

PTR ziyaretçilerin nelerden hoşlandıkları ya da hoşlanmadıkları konusunda en doğru bilgilere sahip olan kişilerdir ve bu özellik onlara turizm stratejileri ve politikalarının oluşturulmasında önemli ve kilit değerlerde sorumluluklar yükler. Bu bilgiler ışığında, böyle donanımlı bir PTR topluluğu çalıştıkları acentelere ve resmi kurum ve kuruluşlara önemli katkılar sağlayabilir. Dolayısıyla, araştırmanın amacı, PTR'nin turizm politikaları oluşturulurken katkıda bulunup bulunmadığı, bulunuluyorsa hangi konularda katkıda bulunulduğu, acenteler ya da Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın çeşitli konularda PTR'nin görüşlerine ve deneyimlerine başvurup başvurmadığı, başvuruluyorsa bu fikirlerden ne derece faydalandığını tespit etmektir.

Bu amaçla 374 PTR'ye anket uygulanmış ve çeşitli dillerden lisanslı 15 PTR ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Hem anket çalışması hemde mülakatlar sonucunda; PTR ile acentalar ve Kültür ve Turizm Bakanlığı arasındaki işbirliği ve görüş alışverişinin yetersiz olduğu, kimi zaman alınan görüşlerin uygulamaya geçirilemediği gibi sorunlar yaşandığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışma sonucunda ülkemizdeki PTR'nin birçok konuda çeşitli problemleri olduğu görülmüştür. Rehberlik meslek yasasının eksikliği PTR tarafından en büyük sorun olarak değerlendirilmiştir.



## SUMMARY

In tourism industry, Professional Tourist Guides (PTG) have significant function and responsibilities. PTG are tourism workers serving on the front line of tourism. Visitors getting PTG service spend most of their time with PTG from their arrival till departure. In that respect, PTG are not only just a translator or teller but also a cultural ambassador, a diplomat and an educator when it is necessary. A good PTG should have the power of influencing and directing the visitor. PTG can be efficient on the subject of eradicating visitor's prejudices about the country, creating positive image, providing re-visit but aside from that, they can cause dissatisfaction about journey.

Considering workers in the other departments of tourism industry, PTG are more face to face with visitors and they make contacts with different institutions. PTG need to know the visitors, their demands and regions where they work very well. Besides, having information only about their job is not enough many times, they need to update themselves constantly. They need to have information from many disciplines like geography, history, geology, policy, diplomacy and art etc. Researchs made beforehand showed that PTG in Turkey have a high education level.

PTG are people who have the correct and reliable information about what visitors like and dislike. So, this trait gives them crucial responsibilities in the process of constituting tourism strategies and policies. In the light of these informations, such a sophisticated PTG community can contribute to travel agencies where they work or official institutions. Thereby the aim of this research is to determine whether PTG make contributions to constructing tourism strategies and policies or not, and if they do, in which subjects they contribute, whether Ministry of Culture and Tourism and tourism agencies ask for PTG and their opinions and experiences or not, and if they do, how much they utilize regarding their experiences.

For this purpose, a questionnaire conducted to 374 PTG and carried out interviews with 15 PTG from different languages. As a result of both questionnaire and interviews, it has appeared some problems like that the collaboration between PTG, tourism agencies and Ministry of Culture and Tourism is not enough and that views taken from PTG haven't been put into rule yet. Also, it is seen that PTG in Turkey have various problems in many subjects as a result of the research. The deficiency of law of professional tourist guidance is evaluated as the most crucial problem by PTG.

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın ilk fikrinin ortaya atılmasında ve hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım ve değerli hocam Prof. Dr. Tuncay Neyişçi'ye teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim. Ayrıca bu günlere ulaşmamda emeklerini hiçbir zaman ödeyemeyeceğim ve desteklerini her zaman yanımda hissettiğim sevgili aileme de sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Cansu SOLMAZ

Antalya, 2012

## GİRİŞ

Yabancı bir ülkeye yada bölgeye gelen ziyaretçiler, ziyaret edecekleri ülkeye ayak bastıkları anda karşılarında PTR'yi görmekte, geri dönecekleri ana kadar da en çok PTR ile beraber zaman geçirmektedir. PTR bir çevirmen, anlatıcı, yerel halk ve ziyaretçiler arasında bir arabulucu, köprü; bir anlamda da, ülkesinin kültür elçisidir. Ülkeye bir takım önyargılarla gelmiş ziyaretçilerin önyargılarının kırılmasında ve olumlu bir imaj çizilmesinde, tekrar ziyaret etmelerinin sağlanmasında PTR'nin rolü büyüktür. Turizm sektöründeki diğer çalışanlara oranla PTR ziyaretçilerle en fazla yüzyüze olan ve vakit geçiren turizm çalışanlarıdır. İşleri gereği farklı birçok kurum ve kuruluşla ilişkiler geliştirmektedirler. PTR'nin, hem çalıştıkları destinasyonları hem de ziyaretçi profilini, taleplerini çok iyi bilmeleri beklenir. Ziyaretçilerden gelecek şikayet, öneri ve isteklerin ilk muhatabı da PTR olmaktadır.

Bunların yanısıra PTR'nin sadece mesleklerinin gerektirdiği bilgiye sahip olmaları yeterli olmamakta ve bilgilerini daima güncel tutmaları gerekmektedir. Pek çok farklı disiplinden (fauna, flora, politika, arkeoloji, sanat, hukuk vb.) bilgiye sahip olmaları gerekmektedir. Yıllar boyunca edindikleri deneyim ve tecrübeler sonucunda, PTR bir bilgi bankası haline gelebilmektedir. Ayrıca PTR ilgili yapılan çalışmalar ülkemizdeki PTR'nin eğitim durumlarının oldukça yüksek olduğunu göstermiştir (Yazıcıoğlu ve diğerleri, 2008; Karamustafa ve Çeşmeci, 2006; Doğan ve diğerleri, 2010; Temizkan, 2010; Köroğlu, 2011). Yaşanan deneyimlerin turlar sonrasında yazılı raporlar haline dönüştürülmesi ve sezon sonlarında, edinilen deneyimlerin paylaşıldığı ve kayıt altına alındığı toplantıların düzenlenmesi sağlam turizm strateji ve politikalarının belirlenmesinde çok önemli katkılar sağlayabilir.

PTR'nin turizm alanında uygulanacak plan ve politikaların oluşturulmasına olabilecek katkılarını ortaya çıkarmaya yönelik yapılan bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin genel olarak ele alındığı ilk bölümde; mesleğin dünyada ve Türkiye'de tarihsel gelişimi, PTR'nin turizm endüstrisi içindeki yeri ve önemi, PTR'nin ülkemizde ve dünyada eğitimleri, PTR'nin ve rehberlik mesleğinin özelliklerine yer verilmiştir. Profesyonel turist rehberliği ve PTR ile ilgili bilgilerin verilmesinin ardından, ikinci bölümde PTR'nin hangi konularda turizm plan ve politikalarına katkı sağlayabilecekleri yer almaktadır. Araştırmanın son bölümünde ise, teorik kısımda ortaya konan bilgilerin uygulanıp uygulanmadığı ya da ne derece uygulandığını ortaya koymak adına, PTR'ye uygulanan anket ve mülakat çalışma sonuçlarına ve bu sonuçlar ışığında geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **PROFESYONEL TURİST REHBERLİĞİNE GENEL BAKIŞ**

#### **1.1 Profesyonel Turist Rehberi (PTR) İle İlgili Kavramlar**

##### **1.1.1 PTR'nin Tanımı ve Benzer Kavramlar**

Rehber sözcüğü genel anlamıyla yol göstermek, kılavuzluk etmek, insanlara bilmedikleri bir konuda yardımcı olmak anlamlarına gelmektedir. PTR'ye ilişkin bir çok tanım bulunmaktadır. Öncelikle PTR meslek örgütlerinin yaptığı tanımlar incelenecek, daha sonra araştırmacıların getirdiği tanımlara değinilecektir.

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu ve Avrupa Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu'na göre PTR; bir bölgenin kültürel ve doğal mirasını yorumlayarak, ziyaretçilere kendilerinin seçeceği bir dilde rehberlik yapan, bulunduğu bölgenin ilgili kurumları tarafından kabul edilmiş yeterliliğe sahip kişidir (<http://wftga.org>, <http://www.feg-touristguides.com>).

25.11.2005 Tarih ve 26004 Sayılı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin dördüncü maddesinde ise PTR, “Belirlenen usul ve esaslara uygun olarak rehberlik mesleğini icra etme yetkisini kazanmış olup, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartlarında belirtilen dillerde rehberlik eden, onlara tanıttıkları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, gezi programının; tur operatörü veya seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan ve gezi programını seyahat acentesi adına yöneten kişiler” olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte, Turist Rehberliği mesleğinin Ulusal Meslek Standardında yer alan tanıma göre; “PTR, yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartında belirtilen dillerde rehberlik eden, Türkiye’de tanıttığı bölgenin tarihi, kültürel ve doğal mirası hakkında bilimsel ve kapsamlı bilgi sahibi olan ve bu bilgileri iyi derecede bildiği en az bir yabancı dil ile turistlere aktarabilen, Türkiye’nin imajını en iyi şekilde yansıtabilen, seyahat acenteleri tarafından düzenlenen tur programlarını seyahat acentesinin yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürüten, gezi programının tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan veya müze ve ören yerlerinde organize olmuş grup/ kişilere rehberlik eden kişidir.” Bütün bu tanımlarda da kültürel ve doğal mirasın ziyaretçilerin istediği dilde aktarılması ve PTR'nin ülkedeki ilgili kurumlar tarafından onaylanmış sertifikaya (kokarta) sahip olması gerektiğine dikkat çekilmektedir.

Günümüzde, turist rehberliği eğitimi almamış, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmemiş, kokartı bulunmayan, rehberlik için yeterli donanıma sahip olmayan kişiler kendilerini PTR olarak adlandırabilmektedirler. Aşağıdaki ifadelerde belirtilen kişiler birer PTR değildir (Tosun ve Temizkan, 2004, s. 353):

- Bir müzenin önünde turistlerle iletişim kurup onlara müze hakkında bilgi verme bahanesi ile yaklaşan, ancak asıl amacı yabancı dilini geliştirmek ya da turistleri yakındaki bir mağazaya götürebilmek olan kişiler,
- Bir tatil köyüne ya da otele grup transferi yapan kişiler,
- Yabancı bir tur operatörünün çalışanı olarak Türkiye'ye gelen, acentesi adına ziyaretçilere bilgi veren, çoğunlukla ülkemizde çalışma izni olmadan kaçak çalışan yabancı uyruklu kişiler, "PTR" olarak adlandırılmazlar.

Bu kişiler PTR olmadıkları gibi, turist rehberliği mesleğinin ve ülkenin imajına zarar verebilmektedirler. PTR, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belgelendirilmiş olan rehberdir.

Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 39. maddesinde; "Seyahat acenteleri, sadece profesyonel turist rehberliği kimlik kartı olan kişileri PTR olarak çalıştırabilirler. Belgesiz ve vizesini yaptırmamış kişileri PTR olarak çalıştıran kuruluşlar hakkında düzenlenen denetim tutanakları, idari ve cezai işlem yapılmak üzere Bakanlığın ilgili birimine bildirilir" denilmektedir.

Çeşitli araştırmacılar tarafından da PTR'nin, rollerine ve özelliklerine ilişkin yapılmış tanımlamalar bulunmaktadır. Örneğin turist rehberliği ile ilgili ilk sistemli çalışmaları gerçekleştiren Holloway'e (1981) göre PTR, "bir bilgi aktarıcı ve bilgi çeşmesi; bir öğretici, eğitmen, arabulucu; ülkesinin misyoneri ya da büyükelçisi; grubun animatörü ya da analizcisi; bir çoban, grubun lideri ve amiridir."

PTR, konuksever bir elçi, konuşa rahat bir ortam sağlayan, gezilen yerlerin ziyaretçi tarafından anlaşılmasına yardımcı olan ve görevlerini birbirleriyle bağdaştırabilen bir çalışan olarak da tanımlanmaktadır (Dahles, 2002). PTR, ziyaretçi ve yerel halk arasında iletişimi sağlayarak kültürel bir tampon görevi görmektedir. Leclerc ve Martin (2004, s. 181- 182), PTR'yi; ziyaret edilen bölgeler, fotoğraflanan yerler, karşılaşılan insanlar ve otobüsün penceresinden görülen manzaralar hakkında bilgi sağlayan ve yorumsal hikayeler anlatan kişiler olarak tanımlamaktadırlar.

Çimrin (1995, s. 9) ise, PTR'yi "Turistlere, ziyaretçilere ve konuklara eşlik ederek; anıtlar, türbeler, mabetler, sanat eserleri, tarihi eserler, tarihi yerler, kalıntılar, folklor, doğal

güzellikler, ulaştırma, konaklama, eğlence yerleri, avcılık, kayakçılık, hatıra eşyaları hakkında bilgiler veren, gezdiren, temaslar sağlayan kimseler” olarak tanımlamaktadır.

Cohen (1985, s. 7-8), modern PTR'nin görevinin yol göstericilikten ziyade danışmanlık ve iletişimcilik olması gerektiğine dikkat çekmektedir. Dahles (2002, s.787) PTR'nin sadece tercümanlık yapan kişiler olarak değil, ziyaretçilerin farklı kültürleri görmesini, tanınmasını, duymasını, koklamasını, tatmasını ve hissetmesini ve seyahat deneyimi kazanmalarını sağlayan, kişiler olarak da görmek gerektiğini ileri sürmektedir.

Ap ve Wong (2001, s.551), PTR'yi, turizm sektörünün ön cepesinde yer alan anahtar oyuncular olarak tanımlamakta ve PTR'yi;

- Sorumluluk üstlenen liderler,
- Turistlere ziyaret ettikleri yerleri anlamaları için yardımcı olan öğreticiler,
- Ziyaretçilerin tekrar gelmesini sağlayacak şekilde destinasyonu tanıtan ve misafirperverlik sunan ev sahibi,
- Misafirlere konforlu bir çevre içinde yukarıda sayılan dört rolün nasıl ve ne zaman yerine getirileceğini bilen ev sahibi kişiler olarak nitelendirmektedir.

Bazı kavramlar “PTR” ile karıştırlarak aynı anlamda kullanılmaktadır. Bu kavramların farklı anlamlarının olduğunun bilinmesi ve PTR ile karıştırlmaması gerekmektedir. Bu kavramlar şunlardır:

**Tur Lideri:** Tur liderleri bir gruba uygulanacak olan gezinin başlangıcından bitimine kadar eşlik eden, katılımcılara yol gösteren, yasal ve rutin işlemleri onlar adına yapan ya da yapmalarına yardımcı olan, yönelim hakkında genel bilgiler aktaran gerekli hallerde grup üyeleri adına toplu mal ve hizmet alımlarını yapan, sorunları olduğu zaman yanlarında olan, tekil turistik hizmet ve üreticilerine karşı tur operatörünü temsil eden, gezinin öngörüldüğu gibi geçmesini ve başarılı olmasını sağlayan kişilerdir. PTR, kişileri sınırlı süre içerisinde çevre gezilerine götüren kişi olarak tanımlanabilir. Tur lideri ise, birkaç gün ya da bir tur boyunca grupla birlikte yolculuk ederek onlara yardım ve eşlik eden kişidir. Tur lideri yerel bir PTR değildir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 83).

PTR ve tur lideri sık sık birbiriyle karıştırlmaktadır. Avrupa Standardizasyon Komitesi'nin (CEN) belirlediği ve Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu tarafından benimsenen ayrım şöyledir:

- PTR; gezinlere tercih ettikleri dilde eşlik eden ve belli bir bölgenin doğal ve kültürel mirasını anlatan ve genellikle uzmanlığı uygun ve yasal bir otorite tarafından tanınan ve yetkilendirilen kişidir.

- Tur lideri; tur operatörü adına belli bir güzergahta tur programını önceden belirlenen içeriğe ve satış koşullarına uygun olarak yöneten ve pratik yerel bilgileri veren kişidir ([http://www.wftga.org/main.php?page=what\\_is\\_a\\_tourist\\_guide](http://www.wftga.org/main.php?page=what_is_a_tourist_guide)).

**Grup Başkanı:** Grupların oluşumları sırasında belirli çevrelerdeki kişisel etkileri ile bir tura belirli sayıda kişinin katılımını sağlayan kişilerdir. Genel eğilim olarak bu kişilerden ücret alınmamaktadır. Buna karşılık kendilerinden tur liderinin görevlerini yerine getirmeleri istenmektedir. Grubun önemine ve boyutuna bağlı olarak kimi zaman ayrıca tur lideri de görevlendirilebilmektedir. Bu gibi durumlarda da grup başkanından animasyon, ambiyansın sağlanması gibi konularda yararlanılmak yoluna gidilmektedir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 98).

**Ağırlayıcılar:** Yabancı dil bilmeleri dolayısıyla, tatil bölgelerinde acentelerin temsilcisi olarak çalışırlar. “Yer hostesi” olarak da adlandırılırlar. Tur lideri ya da PTR’nin niteliklerini taşımaları beklenemez.

**Transfermanlar:** Grubun ülkeye varış noktası olan havalimanı, liman, terminal ya da gar gibi merkezlerde karşılanarak yerleşecekleri tesise kadar onlara eşlik eden ve yol boyunca gruba gerekli bilgileri veren elemanlardır. Yabancı dil bilgisi ve yapılacak işlemleri bilmeleri yeterli olmaktadır.

**Temsilci:** Özellikle tatil amaçlı turlar düzenleyen tur operatörleri gönderdikleri grup ya da bireylerin gidilen ülkedeki konakladıkları işletmelerde irtibat kurabilecekleri kişiler görevlendirirler. “Rep” adı verilen bu görevliler geliş gidiş transferinin yapılması, çabuklaştırılması konularında turistlere yardımcı olurlar (Batman vd, 2000, s. 21). Konuklara “hoşgeldiniz resepsiyonu verilmesi” (info cocktail) ve acentenin tur satışını yapmak görevleri arasındadır.

**Hanutçuluk:** Türk Dil Kurumuna göre “hanut” sözcüğü, “Hizmet karşılığı olarak özellikle turist kabilelerini alışveriş etmeleri için belirli dükkanlara götürme işinden alınan yüzde” olarak tanımlanmaktadır. Ziyaretçileri alışveriş için hanut karşılığında belirli mağazalara götüren kimselere de hanutçu denmektedir. Ziyaretçilerin yoğun olduğu bölgelerde bulunan bu kişiler kendilerini PTR olarak tanıtabilmekte, ziyaretçileri alışverişe zorlayabilmekte ve hem PTR imajına hemde ülke imajına zarar verebilmektedirler. Bu kişiler PTR olarak adlandırılmazlar.

### 1.1.2 PTR’nin Turizm Sektörü İçerisindeki Önemi

Yabancı bir ülkeyi ya da bölgeyi ziyaret eden ziyaretçiler hernekadar tanıtıcı kitap, broşür gibi dökümanlara sahip olsa da, o bölgenin kültürü ve gelenekleri, yaşam tarzı gibi konularda kendilerini aydınlatacak bir PTR’ye gereksinim duyarlar. PTR, tüm bu konularda ziyaretçilere yardımcı olur. PTR, seyahatleri boyunca onlarla en çok vakit geçirecek ve her

türlü problemlerinde onlara yardımcı olacak donanımlı kişidir. Bu ilk aşamada PTR'nin dış görünümü, hal, hareket ve davranışları büyük önem arz etmektedir. Çünkü bunlar ziyaretçilere tanımadıkları, yabancı oldukları ülke ve toplum hakkında ipuçları verebilmektedir. Ülkenin imaj ve tanıtımında oldukça önemli bir işlev yüklenmekte, sorumluluk almaktadırlar. PTR'nin göstereceği performansa bağlı olarak, hem çalıştığı acentenin hem de ülke ve bölgenin imajı olumlu veya olumsuz olarak etkilenecektir.

PTR ülkeye gelen ziyaretçilerin yanlış bilgilerini düzeltecek, eksik bilgilerini tamamlayacak, ülke ile ilgili önyargılarından kurtulmasına yardımcı olacaktır. Ziyaretçi gönderen ülkelerin ülkemiz konusundaki önyargıları ve ülkemiz hakkında sahip oldukları imaj dikkate alındığında PTR'nin işlevi özel bir konuma taşınmaktadır. PTR olumsuz önyargıların ve imajın olumluya dönüştürülmesinde kilit öneme sahip kişilerdir. Bu, PTR'nin kendi ülkelerini olduğu kadar ziyaretçi gönderen ülkeleri de derinlemesine tanımalarını zorunlu kılar.

Bir anlamda ülkeyi temsil eden PTR, birebir tanıtımda oldukça etkindirler. Türkiye turizminin istenilen noktalarda olamamasının nedenleri arasında, tanıtım eksikliğinin ilk sıralarda geldiği düşünüldüğünde; PTR'nin işlevi daha da önem kazanmaktadır. Ziyaretçileri ülke hakkında siyasetten sosyal ve etnik yapıya kadar farklı konuda bilgilendirerek, ülke tanıtımını yapan ve olumlu imaj yaratabilecek kişiler PTR'dir. Bu nedenle olumlu imaj yaratılmasında PTR, ülke zenginliklerini doğru bir şekilde anlatmak gibi önemli sorumluluklar üstlenmişlerdir.

PTR, ülke imajının ve kimliğinin, doğal ve kültürel çekiciliklerin tanıtılmasında olduğu gibi, ziyaretçilerin organizasyondan memnun kalmasında ve tekrar ziyaret etme kararı gibi konularda da etkili rol oynamaktadır. PTR'nin performansı ziyaretçilerin tekrar gelme kararını ve potansiyel turistlerin ürünü satınalma kararını etkileyebilmektedir. Geva ve Goldman'a (1991) göre bir sonraki turu satan da PTR'dir. Ziyaretçilerin turu tamamlamaları ve memnun olmaları ya da hayal kırıklığı yaşamaları PTR'nin elindedir.

Ziyaretçilerin yaşadığı memnuniyetsizliği gidermek zor olacağından seyahat işletmelerinde nitelikli PTR istihdam edilmesi önemlidir. Nitelikli PTR'nin önemi hataların oluşmasına engel olmaları; oluşmuş ise de sonuçları konuklara yansıtmadan giderilmesini sağlamalarıdır. PTR ayrıca tur sırasında birlikte çalışılan işletmeler (konaklama tesisi, lokanta vb.) hakkında yaptıkları gözlemler sonucu izlenimlerini tur operatörüne bildirerek önemli bir geri bildirim işlevini yerine getirirler. PTR'nin verdiği geri besleme bilgileri ileriki dönemde yapılacak turlara ışık tutacaktır (Ahipaşaoğlu, 2006, s.139).

Turist rehberliği, ülkemiz gibi turizm sektörünü, ekonomilerinin gelişiminde önemli bir gelir kaynağı olarak gören ülkeler için önemli mesleklerden biridir. PTR ziyaretçilerle belirli



bir süre zarfında birebir doğrudan karşılıklı etkileşim ve iletişimde bulduklarından, onların turizm destinasyonlarından tatmin olmalarında etkin rol oynayabilmektedirler. Bu nedenle, turist rehberliği mesleğinin gereğince yerine getirilmesi, ülkenin turizm pazarından alacağı pay ve ülke ekonomisine katkısının artmasına ek olarak önyargı ve olumsuz imajın ortadan kalkmasına da yardımcı olabilir. PTR yakından inceleme fırsatı bulduğu ziyaretçi memnuniyet ve memnuniyetsizlikleri üzerinden daha sağlıklı ve taleple örtüşen hizmet ve ürünlerin geliştirilmesine, yeni destinasyon ve ürünlerin piyasaya sürülebilmesine önemli katkılar sağlayabilirler, sağlamalıdır.

Sonuç olarak, PTR ülkedeki ziyaretçi profilini ve talebini en iyi bilen kişilerdir. Hem ülkeyi hem de ziyaretçileri iyi tanımaktadırlar. Bu nedenle ziyaretçilerden gelen sorun ve şikayetler de öncelikle PTR'ye gelmektedir. Bu açıdan bakıldığında PTR'nin turizm politikaları oluşturulurken fikirlerinin alınması yerinde olacaktır. Turistik bölgelerdeki çeşitli problemlerin çözümlerinde PTR'nin deneyimlerinden faydalanılabilir. Alternatif destinasyonlar ve alternatif turizm türleri, ve bunların pazarlanması, imaj ve tanıtım gibi konularda PTR'nin önemli katkılarda bulunabileceği düşünülmektedir.

### 1.1.3 PTR'nin Görevleri

Uluslararası Tur Yöneticileri Birliği'ne göre PTR'nin görevi; “ziyaretçi gruplarına ya da bireysel ziyaretçilere, ziyaret edilen yerlerde, bölge ya da şehirde rehberlik yapmak; ziyaretçilerin tercih ettikleri dilde kültürel, doğal mirası, çevreyi yorumsal ve eğlenceli bir biçimde anlatmaktır” (Ap ve Wong, 2001, s. 551). PTR ziyaretçiler ve onların bilmedikleri çevre arasında bir tampon vazifesi görür ve arabulucu pozisyonundadır. Ziyaretçilerin sorunlarının çözülmesi, çevrenin ziyaretçiler için güvenilir hale getirilmesinde PTR büyük rol üstlenir. Bu nedenle de PTR, ulaştırma, konaklama ve ağırlama hizmetlerinin tümüne ve her aşamasına ilişkin profesyonel bilgi sahibi olmak zorundadır. Çünkü ziyaretçilerin karşılaştığı sorunları gidermek ve bu sorunların yeniden ortaya çıkmasını engellemek durumundadırlar (Yenen, 2002, s. 257).

Araştırmacıların PTR'nin rollerine ve görevlerine ilişkin tanımlamaları PTR'nin “arabuluculu” işlevi üzerinde kesişmektedir. Bu arabuluculuk; ziyaretçiler ve yerel halk arasında, tur operatörü/seyahat acentesi ve ziyaretçiler arasında, konaklama sektörü ve ziyaretçiler arasında arabuluculuğu kapsamaktadır. PTR, milyonlarca insanın katıldığı, sayısız programların yer aldığı, doğal ve insan yapısı binlerce cazibe merkezinin sunulduğu, bilinemeyecek sayıda dükkanın, hatıra eşyası satan yerin, otobüs şirketinin, çok sayıda otel ve lokantanın iş gördüğü ve bir çok yan hizmetlerin yapıldığı turizm endüstrisi dalında, çok önemli bir bağlantı rolünü oynamaktadırlar (Tangüler, 2002, s.4).

PTR'nin önemli görevlerinden birkaçı, ülkeyi, işletmeyi, grubu temsil etme, tanıtma ve bilgilendirme, yürütme ve yönlendirme olarak sayılabilir. PTR'nin bir diğer önemli rolü ise pazarlamadır. Düzenlemelerde yer bulmuş olmasa da ülkenin kültürel değerlerinin pazarlanmasında PTR aktif olarak rol almaktadırlar. Bu nedenle seyahat acentalarıyla birlikte PTR'nin pazarlama misyonu yasal bir statüye kavuşturulmalı ve PTR'ye pazarlama eğitimi de verilmelidir. Çok yaygın olarak uygulanan bu misyonun düzenleme altına alınmamış olması tanıtımdan politikaya Türk turizmini olumsuz yönde etkilemektedir.

Turist rehberliği ve PTR üzerine yapılan bilimsel çalışmaların sayısı çok fazla olmasa da, bazı araştırmacılar PTR'nin rolü ve fonksiyonları hakkında bazı adlandırmalarda bulunmuşlardır. Araştırmacıların PTR'nin görevlerine ilişkin olarak yaptıkları tanımlamalar Tablo 1.1'de görülmektedir.

Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB)' e göre; bir PTR'nin görevleri;

- Güçlü liderlik ile grup ruhu oluşturmak,
- Öğrenme ortamı yaratmak,
- Turu başarılı bir biçimde yönetmek, sorunları çözmek,
- Keşif, eğlence, dostluk ruhu yaratmak,
- Grubu getiren seyahat işletmesinin kurallarına uymak olarak özetlenmiştir ([http://www.tureb.net/?page\\_id=1286](http://www.tureb.net/?page_id=1286)).

Yukarıda bahsedilen ifadelere ek olarak;

- Gruba abartmadan grubun tek lideri ve sorumlusu olduğu hissini vermek,
- Grup bireyleri arasında tanışıklık, samimiyet, paylaşım ortamı yaratmak,
- Tereddütsüz her türlü soru ya da sorunun tek muhatabı ve sorumlusu olduğunu belirtmek,
- Grup üyelerini yapılabilecekler, yapılmayacaklar (ziyaret noktası kuralları, resim çekme, giyim-kuşam, gruptan ayrılma, yerel hassasiyetler vb.) ve tur kuralları (yasal haklar ve sınırlar, saatlere uyma, vb.) konusunda bilgilendirmek,
- Güler yüzlü, toleranslı, adil ve dürüst olmak da bunlara eklenebilir.

**Tablo 1.1. Araştırmacıların PTR'nin Rollerini Hakkında Yaptığı Tanımlamalar**

<b>Roller</b>	<b>Araştırmacılar</b>	<b>Yıllar</b>
Aktör	Holloway	1981
Elçi	Holloway	1981
Tampon	Schmidt	1979
	Pearce	1982
	Fine and Speer	1985
	Holloway	1981
Bakıcı/ Koruyucu	Fine and Speer	1985
Katalizör	Holloway	1981
Kültür Sımsarı	Holloway	1981
	Katz	1985
Bilgi Verici	Holloway	1981
	Hughes	1991
Aracı	Schmidt	1979
	Ryan and Dewar	1995
Yorumcu/ Çevirmen	Almagador	1985
	Holloway	1981
	Katz	1985
	Ryan and Dewar	1995
Lider	Cohen	1985
	Geva and Goldman	1991
Ara Bulucu	Schmidt	1979
	Holloway	1981
	Cohen	1985
	Katz	1985
Aracı	Van den Berghe	1980
Organizatör	Hughes	1991
	Pearce	1982
	Schuchat	1983
Satış Elemanı	Fine and Speer	1985
	Gronroos	1978
şaman	Schmidt	1979
Öğretmen	Holloway	1981
	Pearce	1982
	Fine and Speer	1985
	Manchini	2001

Kaynak: Zhang and Chow, 2004, s.83.

### 1.1.4 PTR'nin Çalışma Alanları

Ahipaşaoğlu (2001, s. 97) verdikleri hizmetin kapsadığı alana göre, PTR'yi üç grupta incelemiştir:

**Genel kültür Rehberleri:** Genel kültür rehberleri, daha çok tarih, coğrafya, arkeoloji, sanat tarihi gibi etraflı bilgi sahibi olan, ancak hiçbir alanda uzman olmayan kişilerdir. Ortalama bir turistin beklentilerini karşılamak üzere yetiştirilirler. Müze ve ören yerlerini anlatan, yol gösteren, ülke ve yörenin genel tanıtımını yapan kişidir. (Ahipaşaoğlu, 2001, s.97).

**Konferansçı Rehberler:** Konferansçı rehberler; yine aynı işi yapmakla birlikte; özellikle kentler arası uzun etaplarda ve akşam yemekleri sonrasında, gruba programlarında öngörülen konularda seminerler veren kişilerdir. Seminer konuları, ülkenin politik yapısından komşularla ilişkilere veya Anadolu El Sanatlarına kadar değişik yelpazelerde olabilir. Konferansçı rehberler genellikle kapalı gruplar ve özel programlar için görevlendirilirler. Genel kültür rehberleri arasından, ilgili konularda eğitim almış veya kendisini o konuda yetiştirmiş olanlardan seçilirler (Değirmencioğlu, 1998, s. 43).

**Uzman Rehberler:** Belirli bir konuda veya belirli bir etkinlik alanında uzmanlaşmış kişilerdir. Belirli bir konu derken kastedilen Hititoloji, Hıristiyanlık Tarihi, Fauna, Kuşların Göçü gibi alanlardır. Belirli bir etkinlik alanı derken kastedilen ise; sörf, avcılık, sualtı araştırmaları, yürüyüş vb. daha çok sportif yanı ağır basan etkinliklerdir. Uzmanlık alanlarındaki rehberlik gereksinimi daha çok genel kültür rehberleri arasından konuyla ilgili kişilerin seçilmeleri ile giderilmeye çalışılır. Bunun mümkün olmadığı durumlarda ise doğrudan doğruya konunun profesyonellerinin hizmetlerinden yararlanma yoluna gidilir (Ahipaşaoğlu, 2001, s.98).

### 1.1.5 PTR'nin Çalışma Esasları

PTR'nin seçimi, eğitimi amacıyla açılacak kursların yürütülmesi, PTR'nin çalışma esaslarının tespiti ile denetlenmesi ve meslek kuruluşları ile yapılacak işbirlikleri, 02.07.1986 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanan "Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği" ile düzenlenmektedir. Bu yönetmelikte, PTR'nin yükümlülükleri de belirlenmiştir. Yönetmeliğin 31. maddesinde, "PTR kimlik kartı olmadan rehberlik yapılamaz. Yapanlar hakkında 14/9/1972 tarihli ve 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu ve diğer ilgili kanunlar uyarınca gerekli işlemler yapılır." denilmektedir. Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Yasası, 10. maddesinde de, "Seyahat acenteleri, sadece profesyonel turist rehberliği kimlik kartı olan kişileri PTR olarak çalıştırabilirler" denmektedir.

PTR taban ücretleri Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği ve ilgili meslek kuruluşlarının yazılı görüşleri alınarak yılda iki kez Bakanlıkça belirlenir. Bu kuruluşlar tarafından Ocak

ayında uygulanacak PTR taban ücretleri konusundaki teklifler Aralık ayı içerisinde, Temmuz ayında uygulanacak ücretlerle ilgili teklifler ise Haziran ayı içerisinde Bakanlığa bildirilir. Bakanlık Ocak ve Temmuz aylarında uygulanacak PTR taban ücretlerinin tespitine ilişkin kararını Aralık ve Haziran ayı sonuna kadar ilgili kurum ve kuruluşlara bildirir (<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80780/profesyonel-turist-rehberlerinin-calisma-essaslari.html>). Tablo 1.2 ve Tablo 1.3’de 2011 yılı, I. ve II. altı aylık dönem PTR taban ücretleri verilmiştir:

**Tablo 1.2. 2011 Yılı I. Yarı Yıl Taban Ücretleri**

Batı Anadolu	275 TL
Doğu Anadolu	350 TL
Tam gün şehir turu	200 TL
Yarım gün	125 TL
Gece turu	125 TL
Transfer	110 TL

**Tablo 1.3. 2011 Yılı II. Yarı Yıl Taban Ücretleri**

Batı Anadolu	300 TL
Doğu Anadolu	350 TL
Tam gün şehir turu	225 TL
Yarım gün	125 TL
Gece turu	125 TL
Transfer	120 TL

Kaynak: <http://www.tureb.net/index.php/tabani-ucetler>

PTR, her yıl 1 Ocak - 30 Nisan tarihleri arasında rehberlik kimlik kartlarını bağlı oldukları il müdürlüklerine vize ettirmek zorundadırlar. 2 yıl üst üste vizesini yaptırmayan PTR meslekten men edilirler. PTR, vize yaptırmadıkları yıl rehberlik mesleğini icra edemezler (<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80780/profesyonel-turist-rehberlerinin-calismaesaslari.html>). PTR, her yıl, biri Bakanlık tarafından belirlenen zorunlu konuda olmak üzere en az üç konuda hizmet içi eğitim seminerine katılmak zorundadırlar. PTR yönetmeliğinin 32. maddesinde, “Bakanlık, en geç Aralık ayı sonuna kadar meslek kuruluşlarının da görüşlerini alarak, bir sonraki yılın 1 Kasım - 31 Aralık tarihleri arasında düzenlenecek en az sekiz seminerin konusunu, zamanını, hangi illerde yapılacağını ve uygulanacak seminer ücretlerini tespit eder.” denmiştir.

Bunlara ek olarak PTR, Bakanlıkça verilen kimlik kartını, tur programı süresince, görülecek biçimde taşımak zorundadırlar ve PTR, kimlik kartlarında belirtilen yabancı dil veya dillerden başka bir dilde rehberlik yapamazlar.

PTR'nin sundukları hizmetler Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İRO tarafından düzenli olarak denetlenmektedir. PTR yönetmeliğinde ceza gerektiren fiil ve hallerin niteliğine göre, PTR'ye verilecek disiplin cezaları; uyarma cezası, kınama cezası, bir aydan üç aya kadar meslekten men cezası, üç aydan altı aya kadar meslekten men cezası, altı aydan bir yıla meslekten men cezası olarak belirlenmiştir. Rehberlik faaliyetini icra ederken, kimlik kartını görünür şekilde taşımayan PTR'ye uyarma cezası verilir. PTR yönetmeliğinin 47. maddesinde, “Tur programını kusurlu bir eylemiyle aksatan veya uyarma ile cezalandırılan ve disiplin suçunu işlediği tarihten itibaren altı ay içinde ikinci defa uyarma cezası gerektiren disiplin suçunu işleyen PTR'ye kınama cezası verilir.” denilmektedir.

### **1.1.6 PTR'nin Sahip Olması Gereken Özellikler**

Her meslekte olduğu gibi, turist rehberliği mesleğinde de, sahip olunması gereken nitelikler, bilgi ve beceriler vardır. Yeri geldiğinde PTR bir lider, bir doktor, bir avukat, olabilmektedir. Tur esnasında ortaya çıkabilecek olağan dışı durumlarla (hastalık, hırsızlık, aracın arıza yapması, vs.) başa çıkabilmeli, pratik çözümler sunabilmeli ve serin kanlı davranabilmeli; her zaman grubu kontrol altında tutabilmeli, inisiyatif kullanabilen, özgüvenli bir kişiliğe sahip olmalı yani bir çok özelliği aynı anda bünyesinde bulundurabilmelidir. Bowie ve Chang (2005), PTR'nin çok çeşitli becerilere sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir. Onlara göre bir PTR, aynı zamanda bir psikolog, bir diplomat, bir kabin memuru, bir animatör, bir haber sunucusu, bir anlatıcı ve çevirmendir. Aynı zamanda profesyonel davranmak ve ziyaretçiler üzerinde liderlik kurmak için PTR'nin hiçbir zaman

şahsen gruba karışmaması gerektiğini, aksi durumda turun kontrolünü kaybedebileceklerini belirtmektedirler.

Bir PTR'nin sahip olması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- PTR'nin gruba kendini lider olarak kabul ettirebilmesi ve grup içerisinde uyum ve düzeni sağlaması beklenmekte ve bir liderin özelliklerini taşıması gerekmektedir. Liderlik ruhu PTR'de olmazsa olmaz özelliklerde biridir; PTR'nin bu yönlerini sürekli geliştirmeleri gerekmektedir.
- PTR'de olması gereken özelliklerden biri de iyi insan ilişkileri kurabilme ve dışa dönük olma özellikleridir. PTR'nin girdiği ortama hemen uyum sağlayarak grubu kaynaştırması, içten ve samimi olması gerekmektedir. Rahatça konuşabilmesi, gruptaki kişilerle iyi iletişim kurması beklenmektedir.
- Diğer meslek dallarında olduğu gibi rehberlikte de bazı meslek kurallarının ve standartlarının olması doğaldır. Bunlardan en önemlisi PTR'nin dil, din ırk, milliyet, cinsiyet, yaş gibi kişisel özelliklerden dolayı ayrımcı davranmaması, her durumda adil davranarak hakkaniyeti sağlaması gerektiğidir. Grubuna karşı dürüst ve saygılı olmalı, işinin başında bulunan bir profesyonel olduğunu asla unutmamalıdır.
- PTR her zaman karşısındakine saygıyla yaklaşmalı, düşüncelerini dinlemeli, turiste değer verdiğini belli etmelidir. Rehberliğin önemli özelliklerinden biri de hoşgörülü olma özelliğidir.
- PTR'nin iyi iletişim kurma becerisine sahip olması gerekmektedir. Bunun için karşısındakini anlaması, hoşgörmesi, saygılı davranması, topluluk önünde hitab etme becerisine sahip olması düzgün bir diksiyon ve iyi bir ses tonuna sahip olması ve görünümüne dikkat etmesi gerekmektedir.
- Ziyaretçiler geldikleri bölgede sadece PTR'yi tanıdıkları için, bazı konularda PTR'nin düşünceleri ve yorumları onlar için çok önemli olmaktadır. Bu nedenle PTR yorumlarına dikkat etmeli ve yanlış anlamalara mahal vermemelidir.
- PTR'nin sıkmayan, ilgiyi dağıtmayan bir anlatıma sahip olması gerekir. Aktaracağı konuyu hikayeci anlatım tarzıyla anlatması, hem dinleyicinin daha rahat anlamasını sağlayacak hem de aklında daha uzun süre yer edecektir.
- PTR hergün değişen dünyamızda yenilikleri takip etmeli, bilgilerini sürekli tazelemelidir. Kendini yenileyemeyen bir PTR ziyaretçinin beklentisini de karşılayamayacak ve meslektaşlarından geri kalacak, belki de bu nedenle iş bulma konusunda da zorlanacaktır.

- PTR yeri geldiğinde gruba ilginç sorular sorarak, grubun da sıkılmadan konuya katılımı sağlayabilir. Ancak verilen cevapları hiçbir zaman alay konusu etmemeli, yanıtlamaları için gruba uygun süre vermelidir.
- PTR'nin ülkenin coğrafik konumunu, tarihsel geçmişini ve bununla ilgili mitolojik öyküleri, iklimini, dağlarını, ovalarını, göllerini, akarsularını, bitki örtüsünü, yer altı zenginliklerini, komşu ülkelerle ilişkilerini, ekonomisini, hukuk sistemini, eğitim-öğretim kurumlarını, hatta sendikal örgütlenmeleri bilmesi gerekmektedir, bu da yetmez; yoluna rastlantı sonucu çıkabilecek herhangi bir köyle ya da bir sanatsal etkinlikle ilgili söyleyecek sözü olmalıdır (Değirmencioğlu, 2003, s. 21).
- PTR'nin iyi bir görünümü olmalı; etkileyici tavır ve davranışlara, güzel giyime ve iyi bir ses tonuna sahip olması gereklidir.

Yarcan (2007, s.35), PTR'nin profesyonellik konularını şu şekilde belirlemiştir:

- Ziyaretçinin güzel bir seyahat ve tatil deneyimi yaşamasına yardımcı olmak,
- Ülke hakkında olumlu ve iyi bir imaj oluşmasına katkıda bulunmak,
- Ziyaretçinin beklentisini seyahat işletmesinin hizmetleri doğrultusunda karşılamak,
- Bilgisini doğru, anında ve ilginç bir biçimde sunmak,
- Bilgiyi anlaşılabilir şekilde ve yorum yaparak aktarmak,
- Ülkeyi, turiste sunulan ürünü, turu ve hizmetin özelliklerini iyi tanımak,
- Ziyaretçinin ve sunulan hizmetin özelliklerine göre davranmak,
- Bireylerarası iletişim becerilerinde yetkin olmak,
- Sürekli kendisini yenilemek, bilgi, kültür ve deneyimi artırmak,
- Meslek sırlarını başkalarıyla paylaşmamak,
- Dürüst, doğru, adil ve tutarlı olmak,
- Sorumluluk sahibi ve disiplinli olmak,
- Liderlik nitelikleri taşımak
- Turist rehberliği mesleği etik ilkelerine önem vermek.

### 1.1.7 PTR'nin Eğitimi

Turizmden beklenen faydayı maksimum düzeye çıkarmak, ülke tanıtımı ve diğer sosyal ve kültürel problemlerin çözümü gibi konularda, özellikle turist rehberliği eğitiminin geliştirilmesi gerekmektedir. PTR'nin profesyonelliği ya da sorunları göz ardı edildiğinde PTR'ye yönelik ziyaretçi şikayetleri artabilecek ve destinasyon imajı da zedelenebilecektir. Bilgisi, becerisi, kültürü, tutum ve davranışları ile ülkeleri temsil edecek ve doğru tanıtacak, ziyaretçilerin memnun ve olumlu izlenimlerle memleketlerine geri dönmelerini sağlayacak



nitelikli PTR'nin seçimi, eğitilmesi hassas ve ciddi bir biçimde ele alınması gereken bir konu olarak ortaya çıkmaktadır (Tosun ve Temizkan, 2004, s. 354).

### 1.1.7.1 Dünyada PTR'nin Eğitimi

Dünyada turist rehberliği eğitimi ve PTR'nin taşınması gereken özellikler ülkeden ülkeye farklılık gösterebilmektedir. Mesleğin icrası için profesyonel bir eğitimin zorunlu olmadığı başlıca ülkeler Amerika Birleşik Devletleri, Fransa ve Japonya'dır. Zorunlu eğitim süreleri ise ülkeden ülkeye önemli farklılıklar göstermektedir. Eğitim süresi en kısa olan ülke 3 hafta ile Güney Afrika Cumhuriyeti, en uzun olan ülke ise 5 yıla Arjantin'dir. Türkiye'nin turizmde rakibi konumunda olan ve Türkiye ile ortak potansiyele sahip olduğu Yunanistan'da zorunlu eğitim süresi 3 yıldır (Ahipaşaoğlu, 2001, s.27).

Avusturya, Kıbrıs, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, Hollanda ve İskoçya'da profesyonel turist rehberliği için ulusal lisans gerekli iken, Danimarka, Fransa, Portekiz ve Slovenya'da hem ulusal, hem bölgesel lisans uygulaması bulunmaktadır. Bütün ülkelerde değerlendirme işlemi, bakanlık ve turizm müdürlüğü gibi resmi bir kurum bünyesinde ve genellikle üniversite veya bir başka eğitim kurumu ile birlikte yürütülmekte, bunun sonucunda yeterlilik belgesi verilmektedir. Finlandiya, Hollanda ve İskoçya gibi birkaç ülkede lisans konusu ulusal düzeydeki meslek kuruluşuna bırakılmıştır. Avrupa ülkelerinin hemen hepsinde, eğitimin ardından bir yazılı değerlendirme yapılmaktadır. Bazı ülkelerde yazılı değerlendirmenin yanı sıra sözlü değerlendirme de uygulanmaktadır. Kuzey ülkeleri (İzlanda hariç) ise sözlü değerlendirmenin yapılmadığı ülkeler arasındadır. (Yenen, 2004, s. 31).

İtalya ve İspanya haricinde bütün ülkelerde eğitim için kurslar düzenlenmektedir. Son yıllarda İspanya'da ise eğitimin çerçevesini Resmi Turizm Okulu belirlemektedir. Yunanistan ve Portekiz'de 2 ya da 3 yıl süreyle günde 3- 4 saatlik kurslar bulunmaktadır. Diğer ülkelerdeki kurslar genellikle akşam dersleri ve hafta sonu ziyaret ve pratikleri ile yarı zamanlı olarak sürmektedir. İrlanda ve Polonya'da bu kursların süresi 3 aydır. Yarı zamanlı bütün kurslar ders saatleri dışında özel çalışma saatleri de gerektirmektedir. Londra'da teorik ve pratik kursların tüm öğretmenleri, ilgili alanda yeterlilik sahibi olan PTR'den oluşmaktadır. Macaristan'da turist rehberliği eğitimi, tur yönetimi ve catering ile bütünleşmiş durumdadır. (Yenen, 2004, s. 31).

Türkiye'de ilke olarak profesyonel turist rehberliği eğitimi parasız olarak verilmekte, Bakanlık kurslarında olsun devlet üniversitelerinin programlarında olsun adaylar yalnızca uygulama gezilerinin giderlerini karşılamaktadırlar. Fransa, Almanya, Yunanistan, Hollanda ve Norveç'te de durum aynıdır. Eğitimin paralı verildiği Filipinler, Japonya, Danimarka ve İsrail gibi ülkelerde ise ücret konusunda farklılıklar görülmektedir (Ahipaşaoğlu, 2001, s.27).

Kanada, Avusturya, Kanarya Adaları, Danimarka, İngiltere, İsrail, Güney Afrika ve Singapur sürekli eğitimi şart koşturmaktadırlar. Birçok ülke de hem sürekli eğitim uygulamakta hem de belirli aralıklarla yeterlik sınavı yapmaktadırlar. Bunlarda sınav aralıkları 2 yıl (Kanarya Adaları) ile 5 yıl (İsveç ve İngiltere’de Cambridge Rehberleri) arasında değişmektedir (Ahipaşaoğlu, 2001, s.27). 2001 yılından itibaren, Türkiye’ de de, PTR’nin yılda en az üç mesleki eğitim seminerine katılmaları gerekmektedir.

Dünya çapında ziyaretçi çeken bazı ülkelerde verilen rehberlik eğitimleri aşağıda incelenmiştir:

**Fransa:** Fransa’da PTR adayı olabilmek için; lise sonrası Sanat Tarihi, Arkeoloji, İletişim, Turizm, Animasyon gibi konularda eğitim veren bir yüksekokul mezunu olmak veya bu konularda mesleki deneyime sahip olmanın yanı sıra en az iki yabancı dili iyi seviyede bilmek gerekmektedir. Yabancı dil sınavını başaranlar, antik kentler, müzeler ve ortak varlıklar gibi konuları kapsayan bir diğer sınava tabi tutulurlar. Ön elemeleri başaran adaylar, oluşturulan jüri tarafından sözlü sınava tabi tutulurlar. Rehberlik diploması, Fransa’da lisans ve master eğitimi arasında yer almaktadır (Değirmencioğlu, 1998, s. 81):

**İngiltere:** İngiltere’de de Avusturya ve diğer birçok Avrupa ülkesinde olduğu gibi standartlar oldukça yüksek tutulmuştur. İngiltere Dünya’nın en eski, özenle yapılan ve saygı duyulan eğitim sistemlerinden birine sahip olması ile tanınmaktadır. İngiltere’nin her yerinde PTR, resmi olarak tur yönetebilmelerine olanak tanıyan, PTR loncasına üye olduklarını gösteren ve herkes tarafından saygı duyulan “Blue Badge”, diğer bir ifadeyle “Mavi Nişan” adı verilen üniformaları giymek zorundadırlar. Mavi Nişan alabilmek için PTR 320 saatlik ya da 28 haftalık çok yoğun bir kursa tabi tutulmaktadırlar. Bütün PTR’nin bu nişanı alabilmesi için akademik çalışmalarını, yazılı ve sözlü sınavlarını başarıyla tamamlamaları gerekmektedir (Tangüler, 2002, s.48)

**İtalya:** İtalya’da turist rehberliğine ilişkin düzenlemeler, Eyalet İdareleri tarafından yapılmaktadır. Turizm konusunda merkezi yönetim tarafından belirlenen normlar çerçevesinde her eyalet kendi sınırları dahilinde geçerli olacak düzenlemeleri kendisi belirlemektedir. Teknik ve profesyonel yeterliğin belirlenmesi akabinde verilen mesleki yeterlik belgesi, turist rehberliği lisansı alabilmek için temel şart konumundadır. Turist rehberliği yapmak isteyenlerin teknik ve profesyonel yetkinliklerini belirlemek amacıyla Eyalet İdaresi, Eyalet Belediye Encümen Komisyonu ile birlikte kendi yönetimi altındaki bölgelerde; normalde her yıl; yazılı ve sözlü aşamalardan oluşan bir sınav düzenlemektedir. PTR adayları, ülke çapında yaygın olan ve devlet okullarında okutulan yabancı dillerden birinden ve ayrıca adayın tercihinine bağlı ilave olarak ayrı bir dilden yabancı dil sınavını

başarmakla yükümlüdürler. Sınavda başarılı olan adaylara, rehberlik yapma olanağı tanıyan turist rehberliği lisansı verilir (Değirmencioğlu, 1998, s. 77).

**Yunanistan:** Yunanistan' da turist rehberliği eğitimi, Yunan Turizm bakanlığı tarafından verilmektedir. Müzelerde, ören yerlerinde, kilise ve diğer kültürel ve doğal turizm alanlarında rehberlik yapmak isteyen kişiler, Yunanistan' daki PTR Devlet Okulu' na gitmek zorundadırlar. Bu okulda eğitim süresi 2.5 yıldır. Yunanistan' daki PTR ülkenin her yerinde rehberlik yapmalarına olanak sağlayan ulusal rehberlik belgesine sahiptir. AB üyesi ülke vatandaşı olanlar adaylar, Modern Yunancayı akıcı biçimde konuşabildiğini gösteren bir sertifikaya sahip olmalı, diğer adaylar ise, en az lise ve dengi okuldan mezun olmalı ve 35 yaşında gün almamış olmalıdır (Kalamboukidou, <http://wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/greek-educational-system>). PTR adayları ilk önce, kendi tercihlerine bağlı olarak en az bir yabancı dilden sözlü ve yazılı sınava tabi tutulurlar. Sınavlarda başarılı olabilmeleri için PTR adaylarının, sınavlardan 20 puan üzerinden 16 puan almaları gerekmektedir. Sınavlarda başarılı olurlarsa Yunan Tarihi, Yunan Coğrafyası konularını içeren yazılı sınava ve sözlü sınava tabi tutulurlar. Sınavlar her 3 yılda bir yapılmaktadır (Kalamboukidou, <http://wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/greek-educational-system>). Ayrıca 2 yıllık eğitimin 100 günü sit alanlarının ve müzelerin ziyaretine ayrılmıştır (Değirmencioğlu, 1998, s. 84).

#### 1.1.7.2 Türkiye' de PTR'nin Eğitimi

Türkiye' de 1995 yılına kadar PTR'nin eğitimini sadece Turizm Bakanlığı üstlenmiştir. Bu tarihe kadar PTR yabancı dil bilen lise veya üniversite mezunlarının sınavla alındıkları üç ve altı aylık kurslar vasıtasıyla yetiştirilmekteydi. Üç aylık kursları bitirenler bölgesel, altı aylık kursları bitirenler ise ülkesel PTR olma hakkına sahip olmaktaydılar. 09.08.1995 tarihinde Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği'nde PTR'nin eğitimi konusunda bazı değişikliklere gidilmiş, üç ve altı aylık kısa kurs sürelerinin bir PTR'nin yetiştirilmesi için yeterli olmadığına karar verilerek, bu yönetmelik çerçevesinde üniversitelerde önlisans ve lisans düzeyinde de turist rehberliği eğitimine olanak sağlanmıştır (Kuşluyan ve Çeşmeci, 2002, s. 236).

Ülkemizde PTR olabilmek için; Kültür ve Turizm Bakanlığı kurslarını veya üniversitelerin PTR yetiştiren eğitim programlarını ve bölümlerini tamamlamak gerekmektedir. Bu adımlar aşağıda incelenmektedir:

**Kültür ve Turizm Bakanlığının Profesyonel Turist Rehberliği Kursları:** PTR kursları Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açılmaktadır. Bakanlık dışında hiçbir kurum ve kuruluş PTR kursu açmamaktadır. 2005 yılındaki yeni yönetmelikle, Kültür ve Turizm

Bakanlığınca açılan kurs süreleri 3 aydan 7 aya çıkarılmıştır. Açılacak olan PTR kurslarının, başvuru süreleri ve sınav programı, seçme sınav tarihlerinden en az kırkbeş gün önce basın, Bakanlık internet sitesi veya İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri aracılığı ile kamuoyuna duyurulmaktadır (<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80776/profesyonel-turist-rehberligi-kurslari.html>). Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 9. maddesine göre, PTR adaylarında aranacak özellikler; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması, sınav tarihi itibarıyla onsekiz yaşını doldurmuş olması, en az iki yıllık yüksek okul mezunu olması, sınava gireceği dil veya dilleri iyi derecede bilmesi, sabıka kaydının olmamasıdır.

PTR seçme sınavlarına başvuruları kabul edilen adaylar, 4 aşamalı seçme sınavlarına tabi tutulurlar. Adayların, birbirini takip eden her sınav aşamasında başarılı olmaları gerekir. Bu sınav aşamaları; genel kültür sınavı, yabancı dil sözlü sınavı, yabancı dil yazılı sınavı, ve mülakattan oluşmaktadır. Yönetmeliğin 23. maddesinde “PTR adayları, Profesyonel Turist Rehberliği Kursundaki teorik derslerin bitiminden sonra en az 36 günlük yurtiçi gezisine katılmak zorundadırlar. Bu gezinin ücreti adaylar tarafından karşılanır.” denmiştir.

**Tablo 1.4. Kültür ve Turizm Bakanlığı PTR Kurslarında Verilen Dersler ve Saatleri**

Dersler	Saat (Kredi)
1) Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı	30
2) Turist Rehberliği Meslek Dersi	50
3) Türkiye'nin Turizm Coğrafyası ve Turizm Tanıtımı	50
4) Arkeoloji	60
5) Sanat tarihi	60
6) Mitoloji	60
7) Genel Türk Tarihi	60
8) Anadolu Medeniyetleri Tarihi	60
9) Sosyoloji	20
10) Dinler Tarihi	40
11) Edebiyat	30
12) Sosyal Davranışlar ve İletişim	20
13) Genel Sağlık Bilgisi ve İlk Yardım	20
14) Anadolu Turu	36 Gün
<b>Toplam Kurs Saati</b>	<b>560 saat + Anadolu Turu</b>

Kaynak: Temizkan, 2010, s. 79.

Tablo 1.4 incelendiğinde 1, 2, 12 ve 13. maddede yer alan dersler, genel bilgilendirme, diğerleri ise Türkiye ile ilgili derslerdir. Derslerin hem sayıları ve süreleri az hem de bu derslerden elde ettikleri bilgileri nasıl sunacaklarıyla ilgili olan dersler bulunmamaktadır.

Teorik ders saatleri toplamı Bakanlık kursları 560 saat iken, iki yıllık yüksek okullar için yaklaşık 1500 saat, dört yıllık yüksek okulların için yaklaşık 2800 saattir. Bu derslerin ne içerik bakımından ne de saat (kredi) bakımından 4 yıllık Turist rehberliği bölümlerinde verilen derslerle kıyaslanamayacak kadar yetersizdir. Kurs süreleri ve ders içerikleri sektörel ihtiyaçlara göre değiştirilmeli ve geliştirilmelidir (Temizkan, 2010, s. 8).

**Önlisans Düzeyinde Verilen Turizm Rehberliği Eğitimi:** 1989 yılında kurulan Ankara Üniversitesi Başkent Meslek Yüksekokulu bünyesinde, Turizm Rehberliği Programının ilk mezunlarını 1992 yılında vermesi ile PTR eğitiminin üniversiteler tarafının verilmesinin önü açılmıştır. Ankara Üniversitesi'nden sonra farklı Üniversitelerin Meslek Yüksek Okulları bünyesinde rehberlik bölümleri açılmaya devam etmiştir ([http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80777/universitelerin-turist-rehberligi\\_bolumleri.html](http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80777/universitelerin-turist-rehberligi_bolumleri.html)). Türkiye'de 2008 yılı itibariyle 16 üniversitede 19 meslek yüksek okulunda önlisans düzeyinde turizm rehberliği bölümü bulunmaktadır. Bu okullar turist rehberliği programına ÖSS-dil puanıyla öğrenci almaktadır. Önlisans düzeyinde rehberlik eğitimi veren üniversitelerin toplam kontenjan sayısı 1290 kişidir (Temizkan, 2010, s.80).

**Lisans Düzeyinde Verilen Turist Rehberliği Eğitimi:** Turist Rehberliği alanındaki ilk Lisans eğitimi veren Yüksekokul ise 1997 yılında eğitim öğretime başlayan Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'dur. Türkiye'de 2008 yılı itibariyle 5 üniversitede farklı isimler altında dört yıllık turist rehberliği bölümü bulunmaktadır. Lisans düzeyinde rehberlik eğitimi veren üniversitelerin toplam kontenjan sayısı 300 kişidir (Temizkan, 2010, s.80).

PTR yönetmeliği 42. maddesinde; “Fakülte ve yüksekokulların rehberlik bölümlerinden mezun olan ve en az (C) seviyesinde Kamu Personeli Dil Sınavı belgesi bulunanlar, Bakanlıkça açılacak kursun sonunda yapılan veya üniversitelerce düzenlenen uygulama gezisine katıldıklarına ilişkin belgelerini Bakanlığa bir dilekçe ekinde ibraz etmeleri halinde, adlarına profesyonel turist rehberliği kimlik kartı düzenlenir” denilmektedir.

Türkiye'de turist rehberliği eğitiminin yapısı incelendiğinde ihtiyaca uygun nitelikli PTR yetiştirilmesinin önünde bazı engellerin olduğu görülmektedir (Kuşluyan ve Çeşmeci, 2002, s. 235). Bu sorunların en önemlisi; rehberlik eğitiminin üç farklı şekilde ve sürede verilmesi, bunun sonucunda bu eğitimi alanların aynı ünvanı almalarıdır. Bu eğitimi alanlar, fakülte ve yüksekokulların 4 yıllık bölümlerinden mezun olanlar, meslek yüksek okullarının 2 yıllık programlarından mezun olanlar ve son olarak Kültür ve Turizm Bakanlığının açmış olduğu 6 aylık kursu tamamlamış olan kişilerdir. Bu üç eğitim sistemini tamamlamış kişilere aynı haklar verilmektedir. Bu durum turizm sektöründe PTR niteliklerinin ve kalitelerinin

farklılaşmasına neden olmakta, haksız rekabet ortaya çıkmakta ve fırsat eşitsizliği yaratmaktadır. Ayrıca rehberlik eğitimi alan öğrencilerde motivasyon eksikliği ortaya çıkmaktadır (Köroğlu, 2011, s.245). Bu durum, ziyaretçilerin verilen PTR hizmetinden memnuniyetsizlik duymaları ve beklenen kaliteye ulaşamama sonuçlarını doğurmaktadır. Bu olumsuzlukların ortadan kalması ve daha kaliteli eğitim verilebilmesi için rehberlik eğitim programının üniversitelere bırakılması gerekmektedir.

Yaygın olarak tabir edilen dillerde, özellikle İngilizce dilinden, turist rehberliği eğitimi üniversiteler tarafından gerçekleştirilmekte ve yeterli sayıda yetiştirilmektedir. Bakanlığın, üst üste rehberlik kursları açması özellikle İngilizce dilinde “PTR enflasyonu”na neden olmuştur. Bu sorunlardan kurtulmak için turist rehberliği eğitimi üniversitelere bırakılmalı ve Bakanlığın kurs açmak yerine denetim görevini üstlenmesi gerekmektedir. Rehberlik eğitimi üniversite düzeyinde de sadece lisans düzeyinde verilmeli ve ön lisans rehberlik programlarının kapatılması daha kaliteli bir eğitim için uygun olacaktır (Ahipaşaoğlu, 2003, s. 221-233).

Türkiye'nin Avrupa Birliğine üye olma olanağının netleşmesi durumunda, Türk PTR'nin rekabet gücünün yüksek olabilmesi onlara verilecek nitelikli eğitimle mümkün olacaktır. Aksi takdirde rehberlik hizmetlerinin yabancı uyruklu kişilerin etkinliği altına girmesi, Türkiye adına olumsuz sonuçlar doğurabilir (Temizkan, 2010, s. 82).

### **1.1.8 Profesyonel Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma**

PTR'nin ziyaretçilere aktarması gereken bilginin çeşitliliği dikkate alındığında her PTR'nin bu bilgileri eksiksiz olarak mesleki bilgi donanımı içine alması çok büyük bir beklenti olmaktadır. Ayrıca turizm tüketicisi profilindeki değişimlere paralel olarak da önümüzdeki süreçte özel ilgi alanlarında PTR yetiştirme ihtiyacı giderek artmaktadır. Bu nedenle turist rehberliğinde uzmanlaşma turizm çeşitlenmesi ile paralel yürütülmesi gerekli bir alan olmaktadır (Özbay, 2008).

Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma, belirli bir konuda veya belirli bir etkinlik alanında uzmanlaşma anlamına gelmektedir. Konular; Hititoloji, Hıristiyanlık tarihi, fauna, kuşların göçü gibi alanlardan oluşmaktadır. Etkinlik alanları ise; sörf, avcılık, sualtı araştırmaları, yürüyüş vb. daha çok sportif yanı ağır basan etkinliklerden oluşmaktadır. Uzmanlık alanlarındaki rehberlik gereksinimi daha çok genel kültür rehberleri arasından konuyla ilgili kişilerin seçilmeleri ile giderilmeye çalışılmaktadır. Bunun mümkün olmadığı durumlarda ise doğrudan doğruya konunun profesyonellerinin hizmetlerinden yararlanma yoluna gidilmektedir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 98).

Rehberlikte uzmanlaşma eğitim programları, 2003 yılından beri düzenlenmekte olup, standartları Turist Rehberleri Birliği tarafından belirlenen programlar halinde

gerçekleştirilmektedir. Rehberlikte uzmanlaşma eğitim programları Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın izni ve denetiminde yapılmaktadır.

Turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma pek çok avantajı da beraberinde getirecektir. Örneğin; PTR'nin ziyaretçilere verdikleri hizmet kalitesi uzmanlaşmaları halinde daha da artacaktır. Rehberlik hizmetinin kalitesi de, herhangi bir gezinin turistik deneyime dönüşmesinde anahtar unsur olduğu yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır (Cohen ve diğerleri, 2002, s. 920). PTR'nin çeşitli konularda ve etkinlik alanlarında uzmanlaşmaları, PTR'nin performanslarını arttıracak ve özel ilgilerini tatmin etmek isteyenlerin istek, beklenti ve ihtiyaçlarına en üst düzeyde cevap vererek ziyaretçi memnuniyetini önemli ölçüde etkileyecektir (<http://www.tureb.net/index.php/uzmanlasma-programlari>). PTR, çocuk ve müze rehberliği, dağ/doğa rehberliği, Gap (Güneydoğu Anadolu Projesi) rehberliği, Çanakkale rehberliği, İstanbul rehberliği ve yurtdışı rehberliği (Mısır, İtalya, vb.) gibi alanlarda uzmanlaşabilmektedir.

## **1.2 Meslek Olarak Profesyonel Turist Rehberliği**

### **1.2.1 Tarihsel Süreç İçerisinde Profesyonel Turist Rehberliğinin Gelişimi**

Dünyanın yazılı kaynaklara geçmiş ilk rehberleri Mısırlı rahipler, eski çağlarda seyahat etmeyi en çok seven uygarlık ise Romalılardır. İÖ 7. yüzyılda başlayan olimpiyat oyunları, organize seyahatlerin de başlangıcı olur. Anadolu'da doğup büyüyen tarihçi ve coğrafyacı Herodot, gezdiği yerlerin adetlerini ve geleneklerini öğrenip aktaran ilk tercüman rehberlerden biridir, bu yönüyle kültür turizminin öncüsü sayılabilir (Değirmecioğlu, [http://www.aro.org.tr/rehberin\\_rehberi.asp?id=5](http://www.aro.org.tr/rehberin_rehberi.asp?id=5)).

Hastalıkların tedavisinde oldukça önemli bir yer tutan Asklepionların ve kaplıcaların Eski Yunan'da yaygın olduğu bilinmektedir. Bunlardan en önemlileri olan Bergama, Kos, Epidauros ve Atina Asklepionlarının bu dönemde turizme olanak sağladıkları görülmektedir. Yine Roma'da zenginler, asiller ve yönetici sınıf Yunanistan'a, Mısır'a ve Anadolu'ya seyahat ediyorlardı. "Romalıların zevk için seyahat eden ilk turistler" oldukları kanısı yaygındır. Romalıların suya ve banyolara düşkünlükleri, dönemlerinde termal turizminin gelişmesine neden olmuştur. Roma İmparatorluğunun merkezi ve güçlü bir devlet olması, ayrıca ülkede can ve mal güvenliğinin sağlanması, seyahatlerin artmasını ve turizmin gelişmesini sağlamıştır. M.Ö. 7. yüzyılda Lidyalıların cepte taşınabilir parayı bulmaları, satın alınabilir hizmetlerin tarihsel süreç içerisinde ve kısa bir zamanda artmasına yol açmıştır. Böylece dünyadaki ilk hizmet sektörü olarak görülebilen turizm sektörü ortaya çıkmıştır (Degirmencioğlu, 1998, s.10).

Antik dönemde; ticaretteki artışa, yol ağlarının genişlemesine, güvenilirliğin artmasına bağlı olarak Anadolu kıyıları da turizmden ciddi paylar almaktaydı. Önemli bir turizm

merkezi olan Truva'da turistler İlyada'dan bölümler okuyan eğitimli, ayrıntıları gözden kaçırmayan rehberler eşliğinde gezebilmekteydi; ancak genel olarak rehberlik henüz kişinin geçimini sağlayabileceği bir iş değildir ve rehberlerin anlatımları gerçeklere değil, söylencelere, kulaktan dolma bilgilere dayalıydı (MEB, 2006, s.4)

Ortaçağ'da Haçlı seferleri ile kitlesel olarak seyahatler başlamış olup, ilkel biçimde de olsa bu seyahatlerde ulaşım, konaklama, güvenlik ve rehberlik organizasyonu görülmektedir. Bu seferler Avrupalıları Ön Asya ülkelerinin esrarlı ve egzotik atmosferiyle karşı karşıya getirmiş, İslam medeniyetini yakından tanıma fırsatı vermiştir. Bu seferlerden sonra Avrupalı asillerin şatoları doğu kaynaklı halılarla süslenmiştir. Çeşitli kumaşlar, güzel halılar, ipek ve pamuklu dokumalar, belki o çağlarda da tercüman rehberlerin özel çabalarıyla Avrupa'ya gitmiştir (Değirmencioğlu, 1998, s.11). İzleyen dönemlerde ise seyahat büyük masraf gerektirdiğinden zenginlerin yararlanabildiği ayrıcalıklı bir zevk ve statü kaynağı olmuştur (<http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>).

16. yüzyılın başlarına gelindiğinde, turizm ve organize geziler açısından yepyeni bir kavram ortaya çıkmıştır: Büyük Tur (Grand Tour). Büyük Tur aslında, İngiltere Kraliçesi tarafından yurt dışında diplomat olarak görevlendirilecek olan gençlerin eğitimlerini tamamlamaları için düzenlenen bir uygulama gezisidir. Üç yıl süren ve ilk kez Sir Philip Sidney'in başkanlığında başlayan bu turda gezilen ülkeler Fransa, İsviçre, İtalya, Almanya, Avusturya, ve Benelüks ülkeleridir (Ahipaşaoğlu, 2001, s.10) Bu ziyaretlerde, Avrupa Kıtası'nda zengin ziyaretçilerin antik şehirleri, kültür merkezlerini, mimari yapıtları gezmesi PTR'ye ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur (Tetik, 2006, s.5).

Turizmin ve PTR'nin günümüzdekine benzer bir içeriğe kavuşabilmesi için üretim yapısını bütünüyle değiştiren ve kitlelerin yaşamında büyük altüstlere yol açan Sanayi Devrimini beklemek gerekmektedir (Değirmencioğlu, [http://www.aro.org.tr/rehberin\\_rehberi.asp?id=5](http://www.aro.org.tr/rehberin_rehberi.asp?id=5) ). Günümüzün çağdaş anlamdaki seyahat endüstrisinin kurucusu Thomas Cook' tur. 1851'de Thomas Cook'un İngiltere'de düzenlediği bir günlük tren gezisi, modern turizmin başlangıcı kabul edilmektedir. Aynı zamanda düzenlediği turları bizzat yöneterek aynı zamanda çağdaş rehberliğinde öncülüğünü yapmıştır (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 13).

20. yüzyıl başlarında İngiltere'de Londra Kulesi ve Windsor Şatosu PTR'li gezilere açılmış, bazı seyahat acenteleri PTR istihdam etmeye başlamışlardır. Ancak, bölgesel olarak rehberlerin eğitimi ve örgütlenme çalışmaları 1930'lu yıllardan itibaren başlamıştır. Turizmin gelişmesi ve kitle turizminin başlaması ile PTR hizmeti zorunluluğu doğmuştur (<http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>).



### 1.2.2 Profesyonel Turist Rehberliğinin Türkiye’de Gelişimi

Rehberlik mesleğinin temelleri, Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde atılmıştır. Yabancı ülke görevlileri Osmanlı Devleti’nin o zamanki başkenti olan İstanbul’u sık sık ziyaret etmekteydiler. Bizans İmparatorluğu’na başkentlik yapmış ve Hıristiyanlar için çok önemli bir yere sahip İstanbul’un başkent olmasından sonra bir çok yabancı İstanbul’u ziyaret etmek ve görmek arzusuyla yarıp tutuşuyordu. 1839 yılında Tanzimat Fermanı ile artık herkese hukukî ve malî güvenceler getirilmiş, bir yandan eğitim, güzel sanatlar ve ticaret alanlarında Avrupa ile ilişkiler artarken, öte yandan ulaşım teknolojisindeki gelişmeler Osmanlı Devleti başkentine gelen gideni ve hatta ev tutup oturan yabancı sayısını artırmıştı (MEB, 2006, s. 6 ).

Avrupa’da seyahat alanındaki gelişmelere paralel olarak Paris-İstanbul arasında Orient Express tren seferlerinin 5 Haziran 1883’de başlaması ve Kırım Savaşı’nda Osmanlıların batılı güçleri desteklemesi, batıların ülkeye sempati duymasına ve ticaret, gezi amaçlarıyla ziyaretlerin yoğunlaşmasına neden olmuştur (<http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>).

Müslüman Türk nüfusun yabancı dil konusundaki yetersizliği, Osmanlı döneminde rehberlik mesleğinde daha çok azınlıkların rol oynamalarına neden olmuştu. 1890 yılında “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname” yayınlanmıştır. Bu nizamnamede yer alan maddeler şunlardı (MEB, 2006, s. 6 ):

- Seyahat ve diğer amaçlarla Memâlik-i Devlet-i Ali’ye gelenlere çevirmenlik yapmak isteyenler ile otel ve misafirhane gibi konakladıkları yerlerin müdürleri tarafından turistlere çevirmenlik yapmak üzere görevlendirilenler, öncelikle bu nizamname içeriğine uygun belge almak zorundadırlar.
- Çevirmenlik belgesi almak isteyenler, cünha ve cinayetten hüküm giymemiş, ırz ve namus sahibi kişiler olduklarına dair mahalle veya mensup oldukları millet muhtarlarından alacakları birer ilmuhaberi oturdukları belediye başkanlığına vereceklerdir.
- Sabıka kaydı maddesinde belirtilen ilmuhaberler, oturulan belediye tarafından belediye başkanlığına ibraz edilerek ilgilinin Türkçe ile birlikte bir başka memleket meselelerine hakim olduğu, yetkili kurullarca incelendikten ve onaylandıktan sonra kendisine çevirmenlik belgesi verilecektir.
- Taşralarda bu şekilde çevirmenlik yapmak isteyenler hakkında işbu nizamname uyarınca inceleme ve araştırma yapılması zorunlu olup, belge verme yetkisi ilgili belediyeye ait olacaktır.

- Belgeli çevirmenlerden, çevirmenlik yaptıkları kişiyi rahatsız ve iğfal ettikleri hakkında şikayet edilen veyahut güvenlik veya belediye memurlarının denetlemeleri üzerine ortaya çıkarılanların belgeleri ellerinden alınacağı gibi tutuklanarak haklarında işledikleri suçun nevi ve derecesine göre cezai işlem yapılacaktır.

Nizamnameye bakıldığında o dönemde rehberlik bir meslek olarak algılanmamakta; bu işi yapan kişiler de, ülkeye gelen ziyaretçilere yalnızca çevirmenlik yapan ve onları gezdiren kişiler olarak düşünülmektedir.

Osmanlı Hükümeti bu nizamnameyi yürürlüğe koymuş ancak uygulanması ile hemen hemen hiç ilgilenilmemiştir. Ülke ve halk aleyhine yapılan propagandalara engel olacak kontroller bile yapılmamıştır. 1914 yılında Birinci Dünya Savaşı'nın çıkması ile tercüman rehberlik mesleği, yeni Türkiye Cumhuriyeti kuruluncaya kadar tamamen denetimsiz kalmıştır (Çimrin, 1995, s.12)

1923 yılında kurulan ve günümüzdeki adı Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu olan "Türk Seyyatin Cemiyeti" bugünkü anlamda olmasa bile, tercüman rehber yetiştirmede önemli bir rol oynamıştır (Değirmecioğlu,1998, s.17)

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti'nin kurulmasından iki yıl sonra, 8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı "Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname", bu mesleği sıkı bir disiplin altına almıştır. Kararnameye, ilk maddede "rehber" sözcüğünün eklendiği dikkat çekmektedir. Tercüman rehberlik mesleğine gireceklerin uymaları gereken esasların belirlendiği Kararnamenin Türkçeleştirilmiş hali şöyledir (Tangüler, 2002, s. 50-51):

1. Seyahat maksadıyla ve sair suretle Türkiye Cumhuriyeti'ne gelen ecnebilere rehberlik ve tercümanlık etmek isteyenler iş bu talimatname hükümlerine göre belediyelerden belge almakla yükümlüdürler. Belediyelerin belgelerine haiz olmayanlar rehberlik ve tercümanlık yapamazlar.
2. Tercümanlık belgesi almak isteyenler Belediyelere istida (dilekçe) ile müracaat edeceklerdir.
3. İstida verenler cünha ve cinayetle mahkum olmamış ve hiçbir suretle lekelenmemiş namus erbabı ve doğru kişiler oldukları polis ve belediyelerce tasdik olduktan ve lazım olan bilgiye haiz olup olmadıkları bir imtihanla belirlendikten sonra tayin olunur.
4. Rehber ve tercümanlık etmek isteyenlerin Türkçe'ye mükemmel vakıf ve memleketin tarihini ve tarihi adetlerini iyi bilmeleri, bunları turistler önünde tarif ve izahata hazır olmaları lazımdır.
5. İmtihanlar belediye meclisine bir heyet tarafından icra olunur.

6. Belgeler verilen belediye içinde muteberdir.
7. Mercileri belediyelerdir.
8. Vapur acenteleri seyyahları belediyelere sekiz gün önce yazılı olarak ihbar edileceklerdir.
9. Rehberlerin günlük ücretleri belediyeler tarafından tayin olunur. Bu ücret miktarı yolcu salonuna asılır.
10. Bu maddelere riayet etmeyen turizm acenteleri, rehberlerden haysiyeti milliyeye münafi hareket edenler kanuni cezaya çarptırılırlar ve belgeleri ellerinden alınır.

Ancak yine eskiden olduğu gibi belediyeler bu işi gerektiğince önemsememiştir. Bazı belediyelerde görülmüştür ki, tercüman rehber olmak için vesika almak bir formalitenin tamamlanmasından öteye geçmemistir (Çimrin, 1995, s.13 ).

1920'li yılların sonlarında ekonomik krizin etkisiyle Türkiye'de de turizmin durma noktasına geldiği bir sırada 1928 yılı Aralık ayında İstanbul İktisat Müdürlüğü bir rehberlik kursu açılacağını basın aracılığı ile duyurmuş, bu ilanla kursa sınavla alınan adaylardan 50'si tercüman-rehber olmaya hak kazanmıştır. 1935 yılında belediyelerde turizm şubelerinin kurulmasının ardından bir rehberlik kursu daha açılmış ve bu kurstan da 53 kişi mezun olmuştur (<http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>).

1950'li yıllarda Türkiye modern turizme önem vermeye başlamıştır. 1950 yılında yapılan "İkinci Turizm Danışma Kurulu" rehberlik mesleği üzerinde önemle duruyor, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan ve rehberliğin turizm sektörü içindeki önemine vurgu yapan "Turist Tercüman Rehberliği" başlıklı bir rapor bu kurula sunuluyordu. Rehberliğin günün koşullarına uygun hale getirilmesi ile ilgili önemli bir çalışmanın 1951 yılında Türkiye Milli Talebe Federasyonu tarafından yapıldığı görülüyor. 129 üniversiteli gençten oluşan kursiyerler başarıyla açılan bu kursu bitirmiş ve mesleklerine başlamışlardı. 1955-1960 yılları arasında yine çeşitli öğrenci derneklerinin desteği ile açılan ve İstanbul Belediyesi ile Basın Yayın İstanbul İl Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilen iki ayrı kurstan 128 öğrenci mezun oldu ve çeşitli dillerde rehberlik yapmak hakkını kazandılar (Değirmecioğlu, [http://www.aro.org.tr/rehberin\\_rehberi.asp?id=5](http://www.aro.org.tr/rehberin_rehberi.asp?id=5)).

Turist rehberliği ile ilgili ilk yönetmelik 3 Eylül 1971 gün ve 13945 sayılı Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır. Bu yönetmelik 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adını almış, 1981 ve 83 yıllarında bazı değişikliklere uğramıştır. 2 Temmuz 1986 tarihinde 19152 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği de bazı değişikliklere uğrayarak 25 Kasım 2005 tarihli ve 16004 sayılı Resmi Gazete'de yeni

Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır (<http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>).

### 1.2.3 Profesyonel Turist Rehberliği Mesleğinin Özellikleri ve PTR'nin Sektörde Yaşadığı Sorunlar

Turist rehberliği hizmet ağırlıklı bir meslektir. Turist rehberliği mesleğinde insan ilişkileri çok yoğundur. Meslek getirisi ve iş doyumunu yüksek bir çalışma alanıdır ve işine bağlı, mesleki gelişimine önem veren, mesleğini severek yapan ve kendisini geliştirmek isteyen bir birey için rehberlik zevkli bir meslek olarak kabul edilmektedir (Yarcan, 2007, s. 33).

Her mesleğin olduğu gibi Turist Rehberliği mesleğinin de kendine has özellikleri bulunmaktadır. Turist rehberliği mesleğinin özellikleri ve PTR'nin sorunları genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir:

**Çalışma saatleri:** Rehberlik, gün içerisinde uzun ve değişebilen çalışma saatlerini gerektirmektedir. Bu mesleği icra eden insanlar, bir günde 15-16 saat çalışmak zorunda kalabilmektedir. Çalışma saatlerinin bu kadar uzun olması rehberlik mesleğini çok istenilen bir meslek olmaktan çıkarabilmektedir (Güzel, 2007, s. 35). Çalışma saatlerindeki bu düzensizlik, PTR'nin düzenli bir sosyal hayat ve ev yaşantısına sahip olmalarını engellemektedir. Rehberlik bu özelliklerinden dolayı bayanlar tarafından daha az tercih edilen bir meslek olabilmektedir.

**Gelir:** Türkiye' de rehberlik var olan bir mesleğin yanında, ek gelir getirmesi amacıyla yapılan ikinci bir iş olarak görülmektedir. Özbay'ın (2008) yaptığı araştırmaya göre, rehberlerin %40'ı rehberlik dışında ikinci bir iş yapmaktadır ve bunlardan sadece % 4'ünün işi rehberlikle ilgilidir.

Bazı PTR acentelere bağlı olarak maaşla çalışırken bazıları da serbest olarak çalışabilmektedir. Bu PTR çıktıkları tur başına taban ücret alırlar. PTR taban ücretleri Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği ve ilgili meslek kuruluşlarının yazılı görüşleri alınarak Bakanlıkça belirlenir. Acentelerin bu ücretleri net olarak ödemesi ve PTR'nin bu ücretlerin altında tura çıkmamaları gerekmektedir. Bunlara ek olarak; PTR için satışlardan elde ettikleri komisyon da bir gelir kaynağı oluşturmaktadır.

Bahşişler de PTR için önemli bir gelir kaynağı olmasına rağmen bahşiş oranları çok düşük düzeylerde kalabilmektedir. Bahşiş, kavram olarak gönüllü yapılması gereken bir harcama türüdür. Kişiler kendilerine, zaten verilmesi zorunlu olan bir hizmetin özen ve dikkatle verildiğinde, kendilerine bir anlamda küçük ayrıcalıklar yapıldığına inandıklarında bahşiş vermektedirler. Bunun miktarı kişinin o andaki maddi ve/veya psikolojik durumuna bağlı bulunmaktadır (Tetik, 2006, s. 7). Ülkeye gelen ziyaretçi profilinin düşük gelir gruplarından

oluştugu dikkate alındığında PTR'nin aldıkları ücret dışında bir ek gelirinin olduğunu söylemek pek mümkün olmamaktadır (Köroğlu, 2011, s. 256).

**Rehberliğin Mevsimlik Bir İş Olması:** Mesleğin sezonluk olması, PTR'nin yıl boyunca düzenli bir işe sahip olabilmelerini imkansız kılmaktadır. Acenteler yoğun sezonlarda PTR alımlarını sıklaştırırken, düşük sezonda PTR sayısını azaltmaktadır. Yüksek sezonda çalışan PTR, yılın geri kalan zamanlarında işsiz kalmaktadır. Dolayısıyla yüksek sezonda elde ettikleri gelir ile ihtiyaçlarını karşılamak zorunda kalmaktadırlar. Bu durum PTR'ye iş güvencesi kadar gelirlerin sürekliliği ve güvencesi konusunda da sorun oluşturmaktadır (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 111).

**Rehberliğin Fiziki Güce Dayalı Olması:** PTR, uzun otobüs yolculuklarına, güneş altında uzun süre kalmak zorunda olma, yüksek ve dik yamaçlara tırmanma gibi yorucu aktivitelerle karşı karşıya gelmektedirler. Bu nedenle PTR'nin kondüsyonun ve sağlığının yerinde olması gerekir. Rehberliğin fiziki güce dayalı olması PTR'yi de etkilemektedir. Öyle ki PTR ilerleyen yaşlarında, işi sağlık problemleri nedeniyle bırakabilmekte veya daha az enerji gerektiren müze ya da şehir rehberliği gibi işlere yönelmektedirler.

**İş Güvencesi:** Tur düzenleyen seyahat acenteleri ticari ve kar amacı güden kuruluşlardır. Dolayısıyla, talebin düşük olduğu dönemlerde giderlerini azaltmak için geçici personel istihdam edebilmektedirler. Bu durum, PTR'nin gelir ve iş güvencelerinin düzensiz olmasına neden olmaktadır (Tangüler, 2002, s. 44). Rehberlik, iş ya da işsizlik risk unsuru yüksek meslek gruplarından birini oluşturmaktadır. Bu nedenle de, daha çok genç kuşak arasında geçici, biraz macera dolu bir iş olarak algılanmaktadır. Ülkemizdeki PTR'nin çalışma koşulları, adeta onları bu mesleğe geçici gözle bakmaya iter gibidir. PTR bir anlamda kamu görevi görmektedirler, ancak değil kamu görevi, özel sektörlerde bile iş garantileri yoktur (Ahipaşaoğlu, 2002, s.222-223).

**Dışsal Faktörlere Bağımlılık:** PTR'nin performansı ne kadar iyi olursa olsun, elinde olmayan bazı problemlerden dolayı sıkıntı yaşayabilmektedir. Örneğin aracın arıza yapması ve dolayısıyla tur programının aksaması buna örnek verilebilir. Ülkedeki birtakım yönetim sorunlarından kaynaklı olarak, ülkeye ziyaretçi gelmeyebilir yada gelen ziyaretçi sayısı azalabilir. Terör olayları, salgın hastalıklar, savaşlar vs. bu duruma örnek gösterilebilir. Bu durumda PTR gereksinimi azalabilecek ve çoğu PTR işsiz kalabilecektir.

**Rehberlikte Emeklilik:** Rehberlikte emekliliğin olmaması veya çok gecikmesi de rehberlik mesleğinin bir diğer dezavantajıdır. PTR genel olarak kendi adlarına çalışan, Türkiye'de esnaf olarak kabul edilen kişilerdir. Uluslararası kurallara göre ise çalıştıkları gün başına işveren tarafından sigortalanan işgörenlerdir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 112). Bazı PTR bir

acente ile sürekli anlaşarak onlara bağlı olarak çalışmaktadırlar. Ancak büyük çoğunluk esnaf statüsünde ve bir sosyal güvenceye sahip olmadan çalışmaktadırlar (Güzel, 2007, s. 38).

**Rehberlik Mesleğinde Meslek Yasasının Bulunmaması:** Turist rehberliği mesleğinin belki de en önemli sorunlarından biri de rehberlik meslek yasasının bulunmamasıdır. Turizm sektörünün ara iş gücü elemanları arasında PTR, en ağır ve yıpratıcı görevlerden birisini yerine getirmektedir. Ağır ve yıpratıcı olduğu kadar son derece önemli olan rehberlik hizmeti verilirken ülke tüm kurumlarıyla temsil edilmekte ve rehber kültür elçiliği de yapmaktadır. En kısa sürede mevcut tasarının yasalaştırılarak, devlet tarafından uzun yıllardır ihmal edilmiş olan rehberlik mesleğinin ciddi şekilde sahiplenilmesi gerekmektedir (Değirmencioğlu, 2003, s.22). Turist rehberliğinin hukuksal açıdan bir meslek olarak tanımlanması ve tanınması gerekmektedir. Rehberlik meslek yasasının getirecekleri kısaca şu şekilde özetlenebilir (Yenen, 2005, <http://www.turizm gazetesi.com/news/news.aspx?id=20173>):

- Rehberlik “meslek” olarak tanınacak,
- Meslek örgütü rehberleri temsil edebilecek,
- Mesleğe giriş ve mesleği icra ilkelerine yasal şemsiye gelecek,
- Kaçak rehberliğe denetim ve cezalar gelecek,
- Acente-PTR ilişkisinde sözleşme güvencesi olacak,
- Emeklilik ve sağlık sigortası hakkı kazanılacak,
- PTR olabilmek için 4 yıl yüksek öğrenim gerekecek.

**Parçalı Örgüt Yapısı:** Profesyonel turist rehberliği mesleğinin kurumsal açıdan, bir diğer önemli sorunu da örgütlenememesidir. PTR'nin eğitim kökenleri, düzeyleri ve üye oldukları kurumsal yapılar birbirlerinden farklıdır. Meslek örgütlerinin bazıları oda, bazıları da dernektir. Meslek örgütü yapılanmasında ortaklık yoktur. Büyük bir kitle olmasına karşın, oda ve dernek üyesi PTR'nin azlığı odaların ve derneklerin gücünü sınırlamaktadır. Örgütlenme konusundaki güçlüğün ancak Turist Rehberleri Birliği Meslek Yasası'nın çıkmasıyla çözülebileceği düşünülmektedir (Yarcan, 2007, s. 41).

**PTR Sayısının Belirli Dillerde Yoğunlaşması:** PTR sayıları belirli dillerde yoğunlaşmaktadır (Bakınız EK-1). PTR'nin yaygın bilinen dillerde (İngilizce, Almanca vb.) yoğunlaşması, çalışma koşullarında bazı sorunlara yol açabilmekte ve meslek imajını olumsuz etkileyebilmektedir (Yarcan, 2007, s. 40). Genel olarak bir meslekte çalışan kişi sayısının artmasının meslek mensuplarının bilgi ve beceri düzeylerini yükselteceği varsayılmaktadır. Ancak ülke tanıtımında birinci derecede önemli kişiler olan PTR'nin sayısı arttıkça sahip oldukları nitelikler de düşmektedir. Bunun temel nedeni; PTR'nin sayısal olarak artması sonucu gelirlerinin düşmesi ve mesleğin terk edilerek daha statik ve düzenli gelir elde edebilecekleri alanlara kaymalarıdır (Ahipaşaoğlu, 2002, s. 221).

### **PTR'nin İlişkide Bulunduğu Kurum, Kuruluş ya da Kişilerle Yaşadıkları Sorunlar:**

PTR, mesleğinin konumu açısından, çok sayıda ve değişik işletme, kuruluş, kurum ve kişi ile ilişkide bulunmaktadır. PTR çok farklı kesimlerle ve bireylerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle PTR mesleklerini icra ederken çeşitli güçlüklerle karşılaşmaktadır (Yarcan, 2007, s. 33). Özellikle PTR ile seyahat acentelerin arasında önemli sorunlar yaşanmaktadır. Bunun sebepleri içinde; seyahatin mevsimselliği, sürekli istihdam güvencesinin bulunmaması, acentelerin maliyet düşürmek için kaçak rehber çalıştırması, PTR ve acenteler arasındaki ilişkileri düzenleyen yasal zeminin gevşek ve eski olması, PTR'nin meslek yasasının bulunmaması gibi sebepler yer almaktadır (Öter, 2007, s. 66).

**Sektörde Kaçak Çalışan Rehberlerin Varlığı:** PTR'nin karşılaştıkları bir diğer sorun ise kaçak rehberlik (rehberlik kimlik kartı bulunmamasına rağmen rehberlik yapma) yapan kişilerin bulunmasıdır. Kaçak rehberlik nitelikli PTR'nin meslekten ayrılmalarına ve işsizliğe neden olabilmektedir. Kaçak çalışan yerli ve yabancı tur liderleri ile tur temsilcileri rehberlik mesleğinin imajını da olumsuzlaştırabilmektedir. Kaçak rehberlik sonucunda ücretler düşmekte ve rehberlik mesleği toplum tarafından yanlış algılanmaktadır (Yarcan, 2007, s. 40).

Sonuç olarak, turist rehberliği mesleğinin konumu belirsizliklerle birlikte anılmış ve meslek grupları içinde nereye yerleştirilebileceği konusu kafa karıştırıcı bulunmuştur. PTR'nin esnaf-sanatkar veya işçi olup olmadıkları yönündeki tartışmalar, rehberlik dışındaki mesleklerle geçimini sağlayanların durumları, PTR meslek yasasının durumu gibi mesleki sorunlar hala çözüm beklemektedir (Öter, 2007, s.73).

### **1.2.4 Profeyonel Turist Rehberliği Örgütleri**

Profesyonel turist rehberliği, bir meslek sayılabilmesi için gerekli olan kurumsallaşmasını henüz sağlayamadığı için, diğer bir ifadeyle yasal bir “Meslek Birliği” olmadığı için, bilimsel anlamda henüz bir meslek olarak kabul edilmemektedir. Türkiye’de profesyonel turist rehberliği Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu’na (TESK) üye bir “Esnaf Odası” konumunda bulunmaktadır (Tangüler, 2002, s. 4). Bu yüzden, PTR, günümüzde meslek odası veya dernek şeklinde örgütlenmişlerdir. Önce dünya çapında PTR örgütlenmeleri incelenecek daha sonra ülkemizdeki PTR'nin kurduğu örgütler incelenecektir:

#### **1.2.4.1 Uluslararası Profesyonel Turist Rehberliği Örgütleri**

**Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (World Federation Of Tourist Guides Associations - WFTGA):** 1985 yılı şubat ayında İsrail Rehberler Birliğinin inisiyatifi ile toplanan I. Uluslararası Turist Rehberleri Konvansiyonu sırasında İsraili PTR'nin ve İsrail Turist Rehberleri Birliği Başkanı Yossi Grau'nun önerileri ile kurulmuş olan bir birliktir. Federasyon resmen, 1987 yılında Viyana’ da toplanan ikinci kongre sonrasında Avusturya

yasalarına göre kar amacı gütmeyen bir kuruluş olarak kurulmuştur. Federasyonun resmi dili İngilizce'dir. Üç ayda bir elektronik ortamda yayınlanan "Guidelines International" adlı bir yayın organına sahiptir. Türkiye de bu kuruluşa üye ülkeler arasındadır. Birlik dünyanın farklı yerlerinden 88.000 PTR'yi temsil etmektedir. Federasyon amaçlarını;

- Uluslararası PTR birlikleri arasında bağlantılar oluşturmak ve bağlarını güçlendirmek,
- PTR'yi uluslararası alanda temsil etmek, çıkarlarını korumak,
- Mesleğin imajını yükseltmek,
- Meslek ahlakı ve becerilerinin uluslararası kurallarını oluşturmak,
- Profesyonelliğin yüksek standartlarının oluşturulmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunmak,
- Uluslararası eğitimler geliştirmek ve bu eğitimler yoluyla rehberlik hizmetinin kalitesini yükseltmek,
- Üyeler arasında bilgi alışverişini kolaylaştırmak olarak sıralamaktadır. ([http://wftga.org/main.php?page=what\\_is\\_wftga](http://wftga.org/main.php?page=what_is_wftga))

**Avrupa Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (European Federation of Tourist Guide Associations - FEG):** Avrupa Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu, 1986 yılında, Avrupa'daki PTR'yi temsil etmek ve bir araya getirmek, Avrupa'yı ziyaret eden turistlere verilen rehberlik hizmetinin kalitesini arttırmak için Paris' te kurulmuştur. Federasyona tam üye olan ülkeler; Avusturya, Hırvatistan Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Fransa, Almanya, Yunanistan, İzlanda, İrlanda, İtalya, Malta, Hollanda, Portekiz, Rusya, Slovakya, İspanya, İsveç, Türkiye ve İngiltere'dir. Her iki yılda bir FEG, Avrupa Birliği Turist Rehberleri Toplantısı düzenlenmektedir. Üye birliklerin temsilcileri, bilgi alışverişinde bulunmak ve yapılan 6 aylık politikalarda görüş birliğine varmak amacıyla Nisan ve Kasım aylarında olmak üzere yılda iki kez toplantı düzenlenmektedirler. (<http://www.feg-touristguides.com/about-feg.html>).

#### 1.2.4.2 Türkiyede'ki Profesyonel Turist Rehberliği Örgütleri

**Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB):** Turist Rehberleri Birliği, Eylül, 1998'de dört meslek örgütünün biraraya gelmesiyle oluşmuş, ardından 15.04.2002 tarihinde yedi meslek örgütünün; İstanbul Rehberler Odası (İRO), İzmir Rehberler Odası (İZRO), Ankara Profesyonel Turizm Rehberleri Derneği (ARED), Akdeniz Rehberler Derneği (AKREDER), Kapadokya Turist Rehberleri Derneği (KARED), Kuşadası Profesyonel Turist Rehberleri Derneği (KURED), Marmaris Turist Rehberleri Derneği (MARED); yenilenmiş bir protokol



etrafında biraraya gelmesiyle oluşturulmuş temsili bir birliktir. 2010 yılında ise tüm PTR kuruluşları toplanarak yeni bir TUREB protokolu altında birleşmişlerdir. Bu protokola göre;

- Türkiye’de Oda ve Dernek statüsünde örgütlenmiş PTR meslek örgütleri PTR’nin örgütlenmelerinin farklı kimlik ve kuruluşlar altında olmasının yarattığı ortak irade oluşumu ve ortak temsil sorununu çözmek ve tüm PTR’nin aynı çatı altında örgütlenmelerini,
- Turist rehberliğinin bir “meslek” olarak tanınmasını,
- Mevcut sorunları giderecek bir PTR meslek ve meslek örgütlenmesi yasasının çıkarılmasını sağlamak için,
- Ayrıca, PTR meslek ve meslek örgütlenmesine ilişkin yasal düzenleme konusunda halen sürmekte olan idari ve mesleki çabaların başarıya ulaşması için mevcut meslek örgütlenmeleri arasında koordinasyonun sağlanması ve PTR’nin ortak sorunlarının saptanması ve çözüm önerileri üretilmesi gereklerini dikkate alarak bir işbirliği ve koordinasyon platformu niteliği taşıyan, kısa adı ‘TUREB’ olan “Turist Rehberleri İşbirliği ve Koordinasyon Birliği”ni oluşturmuşlardır.

TUREB amaçlarını şu şekilde sıralamaktadır:

- PTR’nin ortak sorunlarını saptamak ve çözüm önerileri oluşturmak,
- Meslek kuruluşları arasında işbirliği ve koordinasyon sağlamak,
- PTR meslek ve meslek örgütlenmesine yönelik yasal ve idari düzenlemeler konusunda ortak girişimde bulunmak ve çaba göstermek,
- Turizm sektöründe faaliyet gösteren diğer meslek örgütlenmeleri ile kamu kurum ve kuruluşlarıyla idari makamlar karşısında temsilde işbirliği ve koordinasyonu sağlamaktır (<http://www.tureb.net/index.php/tureb>).

Türkiye’de TUREB üyesi PTR kuruluşları aşağıda verilmiştir:

- ARED – Ankara Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
- ARO – Antalya Rehberler Odası
- BORED – Bodrum Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
- ÇARED – Çanakkale Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
- ÇİRED – Çince Rehberler Derneği
- ÇURED – Çukurova Turist Rehberleri Birliği Derneği
- GARED – Gaziantep Turist Rehberleri Derneği
- GÜMRED – Güney Marmara Rehberler Derneği
- İRO – İstanbul Rehberler Odası
- KARED – Kapadokya Turist Rehberleri Derneği

- KARDER – Karadeniz Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
- KONTURED – Konya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
- KURED – Kuşadası Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
- MARED – Marmaris Turist Rehberleri Derneği
- ŞURED – Şanlıurfa Rehberler Derneği
- VANTURED – Van Turist Rehberleri Derneği

**Profesyonel Turist Rehberleri Dernekleri Federasyonu (TUREF):** PTR Dernekleri Federasyonu 6 Mart 2007 tarihinde kurulmuştur. İstanbul, Ankara, Nevşehir, Kuşadası, Bodrum, Çanakkale ve Trabzon illerindeki rehberlik meslek örgütlerinin biraraya gelmesiyle kurulan TUREF, profesyonel turist rehberliğinin bir “meslek” olarak tanınmasını, mesleki sorunları giderecek bir meslek yasasının çıkarılmasını, meslek ve mesleki örgütlenme konusunda halen sürmekte olan idari ve mesleki çabaların başarıya ulaşmasını sağlamayı amaçlıyor (Rehber Dünyası, 2007, s. 14). Federasyonun amaçları; Türkiye Cumhuriyeti anayasası ve kanunları doğrultusunda kendisine bağlı derneklerin amaçlarını gerçekleştirmeye yardımcı olmak, bu amaçla bağlı dernekler arasındaki koordinasyon ve iş birliğinin en üst düzeye çıkarılması sağlamak temel olmak üzere ([www.tureb.net](http://www.tureb.net));

- PTR arasında mesleki dayanışmayı ve birliği sağlamak, oluşturulacak bir konfederasyon için öncülük etmek,
- Profesyonel Turist Rehberliği mesleğinin etkin ve saygın bir yapıya kavuşmasını sağlamak, PTR'nin bir “meslek” olarak tanınmasını ve mesleki sorunları giderecek bir PTR meslek ve meslek örgütlenmesi yasasının çıkarılması için bir sivil toplum kuruluşu olarak etkinlik ve temaslarda bulunmak,
- Profesyonel Turist Rehberliği meslek ve meslek örgütlenmesine ilişkin yasal düzenleme konusunda halen sürmekte olan idari ve mesleki çabaların başarıya ulaşması için mevcut meslek örgütlenmeleri arasında koordinasyonu sağlamak,
- Turizm sektöründe faaliyet gösteren diğer meslek örgütlenmeleri ile kamu kurum ve kuruluşlarıyla idari makamlar ve bakanlıklar nezdinde tek elden temsil, işbirliği ve koordinasyonu sağlamak,
- Profesyonel Turist Rehberliği mesleğinin sürekli ve verimli bir biçimde gelişmesini sağlamak, Turizm alanındaki iç ve dış gelişmeleri izleyerek üyelerine ve gerekirse konuyla ilgili kurum ve kuruluşlara bilgi vermek, öneri ve uyarılarda bulunmak,
- Profesyonel Turist Rehberliği mesleği için yaşamsal öneme sahip bulunan doğal, tarihsel ve kültürel değerlerin korunması, gelecek kuşaklara aktarılması ve ülke

tanıtımının nitelikli ve etkin bir yapıya kavuşturulması için özel ve resmi kuruluşlarla ilkeli bir işbirliği içinde çalışmalar yürütmek ve bu çalışmalarını üyeleri aracılığı ile yaşama geçirmektedir.

TUREF üyesi dernekler ise; TUREB, ARED, KARED, KURED, ÇARED, KARDER, BORED' dir ([www.tureb.net](http://www.tureb.net)).

**Turist Rehberleri Vakfı (TUREV):** Vakfın kuruluş amacı, tüm PTR ile dayanışma içerisinde bulunmak, özlük haklarının, meslek bilincinin geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Vakfın amaçları şu şekilde sıralanmıştır (<http://tr-tr.facebook.com/pages/TUREV-Turist-Rehberleri-Vakf%C4%B1/128337430581264?sk=info>):

- Türkiye'yi yerli ve yabancı turistlere en iyi şekilde tanıtmak, gezileri süresince turistlerin doğru bilgiler edinmelerini sağlamak ve turistlere yardımcı olmak görevini üstlenmiş bulunan ve bu anlamda kamu hizmeti ifa eden PTR'nin hizmet içi eğitimi başta olmak üzere PTR'ye yönelik sosyal, kültürel ve ekonomik etkinliklerde bulunmak ve mesleki dayanışmayı arttırmak,
- Sektörün ülke ekonomisinde önem ve itibarını arttırıcı katkılarını azamiye ulaştırmak, turizm potansiyeline işlerlik kazandırıcı çalışmalar yapmak ve yeni potansiyel yaratıcı projeler hazırlamak,
- Ülkemizin turistik, kültürel, tarihi ve sanatsal değerlerinin tanıtımında görevler üstlenmek,
- **Turizm politikalarının belirlenmesinde, planlamasında, programlanmasında ve uygulanmasında kamu ve özel kurum kuruluşları ile organizasyon, işbirliği içinde görevler üstlenip turizm sektörüne katkılarda bulunmak,**
- Ülke tanıtımı ve turizmin geliştirilmesinde kurumsal ve toplumsal düzeyi yükseltici eğitsel, kültürel, bilimsel, sanatsal ve ekonomik etkinliklerde bulunmak,
- Yasal düzenlemelerde mesleki kuruluşlara verilen veya verilecek görevlerde bu kuruluşlara turizmin geliştirilmesi ve ülke tanıtımı konularında yardımcı olmaktır.

**Turist Rehberleri Dayanışma Derneği (TUREDD):** Fransızca, İspanyolca, Portekizce ve İtalyanca dillerini konuşan PTR'nin sorunlarını çözmek, bu rehberler arasında dayanışma, dostluk, güven, aidiyet duygularını geliştirmek ve pekiştirmek; gerektiğinde kendilerine sağlık, güvenlik ve hukuk gibi alanlarda destek olmak amacıyla Antalya' da kurulmuştur. TUREDD, rehberlik mesleğinin, anlaşılması ve bu sorumluluğun yerine getirilmesi için büyük çaba harcayan önemli bir meslek örgütü olmanın haricinde, bölge ve turizmi ilgilendiren her konuda görüş ve öneriler sunan önemli bir Sivil Toplum Kuruluşudur (<http://turedd.org/archives/1531>).

**İstanbul Rehberler Odası:** Günümüzden elli yıl öncesinde başlayan PTR örgütlenmesi önce dernek, daha sonra sendika ve bir kez daha dernek aşamalarından geçtikten sonra Esnaf Odası'na dönüşmüştür. Yaklaşık 3000 PTR'yi bünyesinde bulunduran, ülkenin en büyük rehber örgütüdür. İRO 1996 yılında sektör dergisi yayımlama çalışmalarına başlamış, 1997 yılında ise bu çalışmaları her iki ayda bir düzenli olarak yayımlanan “Rehber Dünyası” dergisine dönüştürmüştür. 2003 Yılından başlayarak İRO, Anadolu'nun tarihi ve kültürel değerlerini rehber gözüyle anlatmak ve Türkiye'nin tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla “Heritage” adıyla İngilizce-Türkçe olarak iki dilde hazırlanan bir dergi de yayımlamaktadır (<http://www.tureb.net/index.php/iro>).

**İzmir Turist Rehberleri Odası:** 1962 tarihide Dünder Ozar ve beş PTR arkadaşı tarafından İzmir Tercüman Rehberler Derneği olarak kurulmuştur. 30.05.1984 tarihinde İzmir Turist Rehberleri Esnaf Derneği olarak değişmiştir. 17.05.1991 tarihinden itibaren 3741 sayılı yasaya göre İzmir Turist Rehberleri Odası olmuştur ([http://www.izro.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=79&Itemid=184](http://www.izro.org/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=184)).

**Antalya Rehberler Odası:** ARO, Esnaf Odası kurmak için gerekli olan 202 mevcut Kurucu Üye başvurusu ile gerekli resmi işlemler tamamlanarak 2003 yılında kurulmuştur. AKREDER Genel Kurulu, ARO'nun kuruluşunun ardından toplanarak derneğin feshi ve mevcut malvarlığının ARO'ya devri kararını almıştır. Antalya rehberler Odasının bir de üç ayda bir yayınlanan “AroDergi” isimli bir yayın organı bulunmaktadır (<http://www.aro.org.tr/hakkimizda.asp>).

**Ankara Profesyonel Turizm Rehberleri Derneği :** ARED, profesyonel turist rehberliği mesleğinin etkin ve yaygın bir kurumsal yapıya kavuşması yönünde etkinliklerde bulunmak amacıyla kurulmuştur. Dernek bu amaç doğrultusunda üyelerini bilgilendirmek ve yönlendirmek üzere etkinliklerde bulunarak meslek içi dayanışmayı geliştirme yönünde çaba sarfetmektedir. 2011 yılı itibariyle derneğin mevcut üye sayısı 762' dir. (<http://www.aredankara.net/index.php/hakkimizda>).

**Kapadokya Rehberler Derneği:** Dernek, Kapadokya Turizm Rehberleri ve Çevreciler derneği adı altında 1991 yılında Göreme kasabasında kurulmuştur. 21.08.1998 tarihinde yapılan olağan Genel Kurulda Tüzük değişikliği yapılarak, Çevreciler ibaresinin kaldırılarak “Kapadokya Profesyonel Rehberler Derneği” olarak değiştirilmesine karar verilmiştir. 2000 tarihinde dernek binası Nevşehir'e taşınmıştır (<http://www.kared.org.tr/kared.html>).

**Marmaris Rehberler Derneği:** Muğla ve civarındaki PTR'nin yerel sorunlarını bir arada çözümleme gereksinimleri ile 1999 yılında kurulmuştur (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 38).

**Karadeniz Profesyonel Turist Rehberleri Derneği:** Ülkenin en eski PTR dernekleri arasında yer alan dernek; 1997 yılında Mehmet Havuş önderliğinde kurulmuştur. Dernek

amacını, üyeler arasındaki dayanışmayı sağlamak, bilgi ve tecrübeleri paylaşmak, mesleği geliştirici etkinlikler düzenlemek, ülkemizde ve dünyada meslekle ilgili gelişmeleri takip etmek, kaçak rehberliğin önlenmesi için yetkililerle işbirliği yapmak, hizmet içi eğitimler düzenlemek ve meslek yasasının bir an evvel çıkması için yapılan çalışmalara destek vereme olarak özetlemiştir (<http://www.karadenizrehberleri.com/karder.html>).

**Çanakkale Profesyonel Rehberler Derneği:** ÇARED, 2003 yılında kurulan ve Çanakkale’de faaliyet gösteren bir meslek topluluğudur. Dernek; genellikle Çanakkale ve çevresi bölgelerde ikamet eden PTR’den oluşmakta, ülkemizi ve değerlerini, özellikle Çanakkale’yi yerli ve yabancı misafirlere doğru bilgiden şaşmayan bir anlayışla tanıtmaktadır ([http://www.cared.org.tr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12&Itemid=27](http://www.cared.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=27)).

**Kuşadası Turist Rehberleri Derneği:** İzmir PTR’den Kuşadası’nda oturan ve çalışan bir grup tarafından 2001 yılı içerisinde kurulmuştur (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 38).

Bu kuruluşlara ek olarak 2008 yılında Bodrum’da Bodrum Profesyonel Turist Rehberleri Derneği ve Bursa’da Güney Marmara Rehberler Derneği kurulmuştur. Ayrıca Çukurova Turist Rehberleri Birliği Derneği, Gaziantep Turist Rehberleri Derneği, Konya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği, Şanlıurfa Rehberler Derneği, ve Van Turist Rehberleri Derneği; TUREB üyesi olan diğer PTR kuruluşlarıdır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN TURİZM POLİTİKALARINA SAĞLAYABİLECEĞİ KATKILAR

#### 2.1 Turizm Politikası Kavramı

İyi yönetilmeyen bir turizm endüstrisi ekonomik dengesizliklere, mali kaynakların israfçı bir şekilde kullanılmasına, sosyal ve kültürel kirlenmeye, doğal kaynakların tahribine de yol açabilmektedir. Bu nedenle, turistik gelişmenin sağladığı yararları en yüksek düzeye çıkarmak, muhtemel zararlarını en düşük düzeye indirmek için turizm sektöründe uzun vadeli ve isabetli politikalar izlemek, plan ve programlar çerçevesinde önlemler almak, bu önlemleri titizlikle uygulamak zorunluluğu vardır (Sözen, 2006, s.12)

Sezgin (1998), ulusal tanıtımın siyasi ve ekonomik boyutunu incelediği çalışmasında turizm politikasını, “turizmin ekonomik, sosyal, politik, teknik, kültürel ve sağlık fonksiyonlarının tam olarak işleyebilmesi için alınan tedbirlerin tümü” olarak tanımlamıştır. Buna ek olarak da turizm politikasının “bir ülkenin iç ve dış ekonomik politikasına uygun olarak turizmin geliştirilmesi, turizm sektöründen mümkün olduğu kadar fazla gelir sağlanması gibi ekonomik amaçlarla kamu idareleri tarafından alınan tedbir ve yapılan müdahalelerin tümü” olduğunu ifade etmiştir.

Turizm politikası en basit anlamıyla turizmi geliştirmek ve turist sayısını artırmak için alınacak önlemler ve izlenecek yöntemler doğrultusunda yapılacak müdahalelerin tümü şeklinde tanımlanmaktadır (Ulucak ve Yazgı, 2001, s.220). Turizm politikası, bir ülkede turizm endüstrisini geliştirmek, yönlendirmek ve denetlemek amacıyla yönetimler tarafından çeşitli araçlar kullanılarak belirlenen yaklaşımlar ve hedefler, alınan önlemler veya bunların bütünü şeklinde ifade edilmektedir (Usta, 1993, s.192)

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı tarafından yayımlanan bir dokümanda “turizm politikası, turizmden sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel kazançların en yüksek düzeye çıkarılmasını ve maliyetleri ise en aza indirmeyi amaçlayan dinamik bir politika” olarak tanımlanmıştır. Politikanın dinamik karakteri, turizm sektörünün ülkenin koşullarından soyutlanamamasını ve koşullar değiştikçe değişen verilere göre, önerilerin ve önlemlerin değişeceğini, böylece uygulamalara bilinçli bir esnekliğin getirilmesi gerektiğini ifade eder (Olalı, 1990, s.30).

Yukarıda yapılan tanımlamalara göre, turizm politikasından anlaşılan, kamu yönetiminin turizm alanına dolaylı ve dolaysız olarak yaptığı her türlü müdahaledir. Diğer bir deyişle turizm politikası, örgütlenmiş toplumlarda, özellikle devlet tarafından turistik gelişmenin gidişine bilinçli bir şekilde müdahale etmektir. Bu müdahalenin temel hedefleri şöyle özetlenebilir (Alaca, 1997, s.19):

- Turizm politikası, turizmin arz ve talep açısından mevcut koşulların iyileştirilmesini gerektiren nedenleri belirler.
- Turizm politikası, turizm alanında uygulanmakta olan ve önerilen müdahalelerin, alınacak önlemlerin yapacağı etkileri araştırır.
- Turizm politikası, turizmin gelişmesi için yeni hedefler, araçlar ve olanaklar ortaya koyar.

Turizm, birçok sektörle ve sosyal olayla ilgili bir faaliyet dalı olduğundan turizm politikası para, ulaştırma, imar, iç ve dış ticaret, eğitim, tarım, endüstri gibi sektörlerin karar mercilerinin davranışları, tutumları ve politikaları dikkate alınmadan ve değerlendirilmeden saptanamaz ve bu nedenle üretilecek turizm politikaları uygulama olanağına ve başarıya ulaşma şansına sahip olamaz (Olalı ve Timur, 1988, s.317). Bu nedenle, bağlantılı olduğu sektörlerin durumlarını göz önünde bulundurmadan turizm politikasının belirlenmesi, istenmeyen sonuçlara yol açabilecektir

Turizm, sadece ekonomik yönü olan bir sektör değil; aynı zamanda dünyadaki birçok insanı etkileyen evrensel, dinamik, sosyal bir olgudur ve farklı kültürel toplumlardan insanları bir araya getirdiği için uluslararası barışa da hizmet etmektedir. Ayrıca çevre, doğal kaynaklar, yerel toplumun geleneksel ve kültürel değerlerini de etkiler. Turizmin neden olduğu olumlu ve olumsuz etkiler nedeniyle kamu yönetimi, turizme turizm politikası aracılığı ile müdahalede bulunur (Eliot, 1997, s.2).

Bir ülkedeki turizm olayı, gelir yaratması nedeniyle genel ekonomi ile; dış turizm nedeniyle dış ilişkiler ile; bir yöredeki doğal ve sosyo-kültürel çevreyi kullanması nedeniyle çevre ile; diğer sektörlerden mal ve hizmet alması ile de diğer sektörler ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilişki içindedir. Bu kadar geniş kapsamlı, olumlu ve olumsuz etkileri olan ve ülke ekonomisi için çok önemli olan turizmin plansız, programsız ve politikasız bir şekilde kendi halinde gelişmesi düşünülemez (Sarkım, 2008, s.6).

Turizm politikası, birçok faktör göz önünde bulundurularak ulaşılmak istenen amaç doğrultusunda belirlenir. Örneğin bir bölgede turizmin sosyo-kültürel etkileri en aza indirilmek isteniyorsa burada, turizm politikası daha sıkı kontrolleri ve turizmin gelişmesinin sınırlandırılmasını gerekli kılabilir. Daha genel bir ifadeyle turizm politikası, ülkedeki diğer politika uygulamalarıyla ve turizm sektörüyle bağlantılı olan sektör politikalarıyla uyumlu olmalıdır (Inskeep, 1991, s.170).

Turizm olayı, bir ülkenin değişik ekonomik ve sosyal faaliyetleri ile yakından ilgili ve ilişkili olduğundan turizm politikası ve bu politikanın temel hedeflerini de ülkenin genel ekonomik ve sosyal politikasının hedeflerinden tümüyle soyutlamaya olanak yoktur. Bu nedenle turizm politikasının hedefleri ve bunu izleyecek turizm politikasının başarı

koşullarını, ülkenin genel ekonomi ve sosyal politikasının hedefleri ve başarı koşulları doğrultusunda incelemek zorunluluğu vardır (Olalı, 1990, s.39).

Turizm politikasının başlıca hedefleri şöylece özetlenebilir (Sözen, 2006, s.14-17):

- Ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmak
- Ülkenin ekonomik kalkınmasına yardımcı olmak
- Ülkenin tam istihdamının gerçekleşmesine yardımcı olmak
- Fiyat istikrarının gerçekleşmesine yardımcı olmak
- Uluslararası turistik amaçlı insan hareketlerine etki etmek
- Turizmin sosyal fonksiyonlarından toplum kişilerini yararlandırmak
- Dış ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunmak
- Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin azalmasına katkıda bulunmak
- Ekonominin üretim çeşitliliğini arttırmak
- Bölgeler arasındaki gelişme ayrıcalıklarının gidermeye ve dengeli kalkınma hedefine katkıda bulunmak
- Doğal ve tarihsel kaynakları korumak
- Turizmin sağlık ve politik fonksiyonlarından daha çok insanın yararlanmasını sağlamak.

Turizm politikalarının hayata geçirilmesi için bir takım araçlara ihtiyaç vardır. Bu araçların başında, belli bir dönemde turistik gelişmenin gerçekleştirilebilmesi için yapılacak işleri, erişilecek amaçları, bu amaçlara ulaşmak için kullanılacak araçları, alınacak önlemleri ve mevcut imkanların yer aldığı planlama kısmı gelmektedir. Planlama sayesinde bir turizm planı oluşturularak, geleceğe dönük yapılacak çalışmalar belirlenir, ulaşılması hedeflenen amaçlar ve gerekli araçlar belirtilir, disiplinli çalışma ortamı sağlanır, yapılacak yatırımların finansmanı belirtilir, görev, yetki ve sorumluluklar planda gösterilir, geçmiş yılların istatistiklerine göre gelişmeye etki edecek faktörlerin tespit edilme şansı bulunur. Turizm politikası oluşturmada diğer bir araç ise finansmandır. Alt ve üst yapı yatırımları sektöre yapılacak mali destek ile sağlanır. Bir diğer araç olan otorite devlet gücünü ifade eder. Otorite, kanun, tüzük, yönetmelik ve turizm alanındaki diğer mevzuatların genel esas ve usullerle belli bir güç tarafından yerine getirilmesidir. Son olarak turizm politikası oluşturmada, geliştirmede ve uygulamada koordineli bir şekilde çalışması gereken turizm kurumları gelmektedir. Bu kuruluşlara bakanlıklar, seyahat acenteleri, turizm finansmanı sağlayan kuruluşlar, dernekler ve vakıfları örnek olarak gösterilebilir. Turizm politikalarının gerek oluşturulma, gerekse uygulanma aşamalarında başarılı sonuçlar elde edebilmek için sektör ile ilgili tüm kuruluşların işbirliği içerisinde hareket etmeleri gerekmektedir (Sezgin, 1998, s.149-150).



Bu bağlamda, turizm endüstrisi içerisinde PTR'nin oynadığı rol ve işlev, PTR'nin turizm politika ve stratejilerinin oluşturulmasında onlara önemli sorumluluklar yüklemektedir. Pek çok konuda PTR'nin; gerek ziyaretçiler, gerekse turizm destinasyonları konusunda ilk elden edindikleri bilgi ve tecrübelerden yararlanması, ziyaretçilerin talebi ile örtüşen özgün turistik ürünlerin ve daha sağlıklı turizm plan ve politikalarının ortaya çıkarılabilmesini sağlayabilecektir. Bu nedenle, turizm politikalarının oluşturulma ve uygulama kısımlarında PTR'nin de bu süreçlere dahil edilmesi önem taşımaktadır.

## **2.2 Kalkınma Planları Çerçevesinde Profesyonel Turist Rehberliği**

Türkiye'nin turizm politikalarını, planlı dönemden önce (1923-1962) ve planlı dönemde (1963-2012) olmak üzere, başlıca iki bölümde incelemek mümkündür. Türkiye'de Cumhuriyet'in ilk yıllarından başlamak üzere bir takım kanun, tüzük ve yönetmeliklerle ve çeşitli faaliyetlerle uygulanmaya çalışılmış turizm ile ilgili bir takım politikalar mevcuttur. Ancak 1963 yılında planlı döneme geçilmesi ile birlikte hedefleri önceden belirlenmiş turizm politikalarından söz etmek mümkündür.

PTR ile ilgili ilk yönetmelik 3 Eylül 1971 gün ve 13945 sayılı Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır. Bu yönetmelik 21 Mart 1974 tarihinde değiştirilerek Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adını almış, 1981 ve 1983 yıllarında bazı değişikliklere uğramıştır. 2 Temmuz 1986 tarihinde 19152 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği de bazı değişikliklere uğrayarak 25 Kasım 2005 tarihli ve 16004 sayılı Resmi Gazete'de yeni Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği adıyla yayımlanmıştır (<http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>).

02.07.1986 tarihli "Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği" beşinci kalkınma döneminde (1985-1989) çıkarılmıştır. Yönetmeliğin amacı, Türkiye'yi yerli ve yabancı turistlere en iyi şekilde tanıtmak ve onlara gezileri süresince yardımcı olacak ve doğru bilgileri verebilecek PTR'nin seçimi, eğitimi ve onların çalışma esasları ve denetlenmesini düzenlemektir (Boz, 2004, s. 103).

Altıncı kalkınma planı (1990-1994) içerisinde, 1990 yılında Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği günün şartlarına uygun olarak değiştirilmiştir.

1986 yılında çıkarılan "Profesyonel Turist Rehberleri Yönetmeliği", 15.05.1997 tarihinde yani yedinci kalkınma döneminde (1996-2000) değiştirilmiştir. Planda, Türkiye Turist Rehberleri Birliği Kanunu çalışmalarının tamamlanması hedeflenmiştir denilmektedir. (DPT, 1998, s.151). Turist rehberliği mesleğine mensup olanların ortak sorunlarına çözüm bulmak, mesleki etkinliklerini artırmak, seyahat acenteleri ve birbirleri ile olan ilişkilerini meslek

disiplini altında düzenlemek amacıyla Rehberler Birliği Yasası çıkarılması hedeflenmiştir (DPT, 1995, s.162- 166).

Sekizinci kalkınma planında (2001-2005) da, Türkiye Turist Rehberleri Birliği ve Turist Rehber Odaları Kanun Tasarısı” çalışmalarının tamamlanması amaçlanmıştır (DPT 2000, s.168-169). Dokuzuncu kalkınma döneminde (2007-2013) ise PTR ile ilgili bir plan veya tasarıya rastlanılmamaktadır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 yılında hazırladığı “Türkiye Turizm Stratejisi (2023)” nin eğitim stratejisi bölümünde, PTR'nin eğitimine değinilmektedir. PTR'ye her yıl verilen seminerlerin üniversite veya meslek kuruluşlarına bırakılarak, Bakanlığın sadece denetleyici bir kurum olarak işlev görmesinden bahsedilmektedir. “PTR eğitiminin lisans düzeyinde verilmesi sağlanarak ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi veren bölümler kapatılacaktır ve turizm işletmeciliği bölümü bulunan üniversitelerin, turist rehberliği alanında yüksek lisans programları açmaları sağlanacaktır” denilmektedir. Bunlara ek olarak PTR'nin bir kuruluş altında birlik kurmaları temin edilerek PTR'nin eğitim yoluyla branşlaşmalarının sağlanacağı belirtilmiştir.

Beşinci, altıncı, yedinci ve sekizinci beş yıllık kalkınma planları incelendiğinde; beşinci kalkınma dönemi içerisinde “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” nin çıkarıldığı ve zaman içerisinde günün şartlarına uygun olarak değıştırildiği görülmektedir. Ayrıca, altıncı, yedinci ve sekizinci beş yıllık kalkınma planları içinde “Rehberler Birliği Kanunu ve Türkiye Turist Rehberleri Birliği ve Turist Rehber Odaları Kanun Tasarısı” çalışmalarının tamamlanmasının hedeflendiğinden bahsedilmiştir. Fakat 2012 yılı itibari ile bu çalışmalar hala tamamlanamamıştır. Hazırlanan yasa tasarısı ilgili Komisyona sunulmak üzere Meclis'e gelmiş, ancak zaman yetmediği için görüşülememiştir. Türkiye Turizm Stratejisinde yapılması planlanan yenikler de henüz uygulamaya konamamıştır.

Bugün rehberlik mesleği ile ilgili çalışmalar, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın hazırlamış olduğu Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği ile düzenlenmektedir. Fakat bu yönetmeliğe göre, rehberlik, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak, Bakanlık tarafından verilen kokartla icra edilen sadece bir “faaliyet” olarak tanımlanmaktadır. Buna ek olarak, yasal olmayan rehberliğin (kaçak rehberlik) engellenememesi, parçalı örgütlenme yapısı (dernek ve esnaf odaları şeklinde), PTR'nin eğitimi, yevmiye, sigorta, vergi ve benzeri konularda bir standardizasyonun sağlanamaması gibi nedenlerden ötürü Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği yeterli bulunmamaktadır. PTR Meslek Yasasının çıkarılması sağlanarak, rehberliğe meslek statüsünün kazandırılması gerekmektedir.

**Tablo 2.1. 1974' ten günümüze Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Yapılan Değişiklikler**

Konu	Tarih	Kanun Karar No
Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği	21.03.1974	14834
Resmî Gazetenin 21 Mart 1974 Tarih ve 14834 Sayılı Nüshasında Yayımlanan Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğine 2 Geçici Madde Eklenmesine Dair Yönetmelik	18.04.1974	14862
Resmî Gazete'nin 21 Mart 1974 Tarih ve 14834 Sayılı Nüshasında Yayımlanmış Bulunan Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 22 nci Maddesinin Son Fıkrasının Değiştirilmesine ve Bu Yönetmeliğe Bir Geçici Madde Eklenmesine Dair Yönetmelik	04.04.1976	15549
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği	02.07.1986	19152
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği (08.09.1983 gün ve 18159 sayılı Resmî Gazetede yayınlanan Aynı Konulu Yönetmelik Bu Yönetmelikle; Bu Yönetmelik ise 25.11.2005 gün ve 26004 sayılı Resmî Gazetede yayınlanan Aynı Adlı Yönetmelikle yürürlükten kaldırılmıştır)	02.07.1986	19152
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 8 ve 19uncu Maddelerine Birer Fıkra Eklenmesi ile, 19uncu Madde, (b) Fıkrasında Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	15.07.1987	19518
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	09.12.1988	20014
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	25.09.1989	20293
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	25.09.1989	20293
Turizm Bakanlığı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Değiştirilmesine Dair Yönetmelik	15.05.1990	20519
Turizm Bakanlığı Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Değiştirilmesine Dair Yönetmelik	15.05.1990	20519
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Bazı Maddelerinde Değişiklik Yapılması ve Bir Madde Eklenmesine Dair Yönetmelik	09.08.1995	22369
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin Bir Maddesinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	15.05.1997	22990
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	11.02.1998	23255
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	22.12.1999	23914
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	21.11.2000	24237

Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğine Bir Ek Madde Eklenmesine Dair Yönetmelik	14.12.2000	24260
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	14.02.2001	24318
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinin 36ncı Maddesinin Değiştirilmesi Hakkında Yönetmelik	15.03.2003	25049
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği	25.11.2005	26004
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	29.03.2008	26831
Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik	24.02.2010	27503

Kaynak: <http://www.resmigazete.gov.tr> adresinden derlenerek oluşturulmuştur.

### 2.3 PTR'nin Turizm Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar

PTR yaşamı ilgilendiren, insanın merak ettiği ve edebileceği her konuyla ilgilenmek ve her konuda doğru bilgi sahibi olmak durumundadır. Bu geniş ilgi alanı ister istemez PTR'ye, ziyaretçilerin bu geniş alandaki olumlu ya da olumsuz tepkilerine, tercihlerine ve bunların nedenlerine doğrudan tanıklık etme imkanı vermektedir. PTR, ziyaretçilerin nelerden hoşlandıkları ya da hoşlanmadıkları konusunda en doğru bilgilere sahip olan kişilerdir ve bu özellik onlara turizm stratejileri politikalarının oluşturulmasında önemli ve kilit değerde sorumluluklar yükler. İster birkaç saat gibi kısa bir süre isterse 10-15 gün gibi uzun bir süre için olsun, PTR'nin katılımıyla yapılan her tur özel bir laboratuvar çalışması ya da araştırma projesi olarak değerlendirilmek ve buna uygun olarak işlevlendirilmek durumundadır. Yaşanan deneyimlerin tur sonrasında yazılı raporlar haline dönüştürülmesi ve sezon sonlarında, edinilen deneyimlerin paylaşıldığı ve kayıt altına alındığı toplantıların düzenlenmesi sağlam turizm strateji ve politikalarının belirlenmesinde çok önemli katkılar sağlayabilir.

#### 2.3.1 PTR'nin Pazarlama Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar

Tarihsel olarak PTR'nin iki dinamiği dikkat çekmiştir. Bunlar; yol göstericilik ve anlatıcılıktır (Cohen, 1985). Günümüzde ise PTR'nin yol gösterici rolünden ziyade bilgi aktarıcılığı rolü daha önemli hale gelmiştir. Gezinin yapıldığı bölgenin sadece tarihi ve coğrafyası hakkında bilgi vermek yeterli olmamaktadır. Bu noktada PTR'nin bölgenin sosyolojik, kültürel, ekonomik, ekolojik, politik ve psikolojik konularını bilmesi beklenmektedir. Örneğin; grup dinamikleri, motivasyon, kültürel-etnik arka plan gibi konularda PTR'nin doyurucu bilgi sahibi olması ziyaret kalitesini etkilemektedir (Cohen, 2002, s.921) Bu sebeple PTR, sürekli bilgilerini güncellemek ve kendilerini geliştirmek

durumundadırlar. Sadece kendi mesleklerinin bilgisine değil, içinde buldukları sektörle ilgili, ve daha geniş kapsamlı konularda da bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

**Tablo 2.2. PTR'nin İlgili Alanına Giren Disiplinler**

<b>Bilgi Açısından</b>	<b>Genel Kültür Açısından</b>	<b>Sosyal İlişkiler ve Yönetim Açısından</b>
Yabancı dil	Ülkenin sosyal ve demografik yapısı	İnsan ilişkileri
Tarih	Ülke ekonomisi	Görgü kuralları
Coğrafya	Uluslar arası ilişkiler	Psikoloji
Sanat tarihi	Ülkenin örf ve adetleri	Sosyoloji
Arkeoloji	Felsefe	Protokol
Mitoloji	Konukların sosyo-kültürel özellikleri	Animasyon
Etnoloji	Aktüalite	Mesleki Bilgisi
Antropoloji	Rekreasyon	Tur Yönetimi
Mimari		İş Etiği
Dinler tarihi		Satış yönetimi
Folklor		Sağlık Bilgisi ve İlk yardım
Pazarlama		Halkla İlişkiler
Hukuk		

Kaynak: Ahipaşaoğlu, 2006, s. 129.

PTR'nin bilgi sahibi olmaları beklenen alanlardan bazıları Tablo 2.2.'de verilmiştir. Tablo 2.2.'de bulunan alanlara fauna, flora, jeoloji, jeomorfoloji, turizm hukuku vs. gibi pek çok konu dahil edilebilir. Bu denli geniş ve farklı alanlarda bilgi sahibi olan PTR seyahat acentelerine ve resmi kuruluşlara pazarlama istihbaratı konusunda önemli faydalar sağlayabilirler.

Organize turlarla gelen ziyaretçilerin seyahatleri boyunca en çok zaman harcadığı ve etkilendiği kişi PTR olmaktadır. Ziyaretçiler turistik ürün hakkındaki ilk bilgiyi PTR'den almakta, zihninde PTR'nin anlattığı biçimde şekillendirmektedir. Turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerde PTR dışındaki diğer personel, ziyaretçilerle her zaman iletişim kurma imkanı bulamazken PTR, ziyaretçilerle doğrudan iletişim kurabilme imkanına sahiptir. Bu durumda PTR herhangi bir destinasyonu ya da turistik ürünü turiste ilk elden pazarlayan kişi pozisyonundadır. Ziyaretçilerin, pazar şartlarını iyi bildiğine inandığı ve güvendiği PTR'nin tavsiyeleri doğrultusunda alışveriş yapması, PTR'yi turistik ürün pazarlaması sürecinde çok önemli konuma getirmektedir. Bu bakımdan, satın alma isteği satın alma gücü ile desteklenmiş olan ziyaretçiyi tüketime motive edebilen PTR'nin, turistik talebin

belirlenmesinde ve ortaya çıkarılmasında önemli bir fonksiyona sahip olduğunu belirtmek gerekir (Temizkan, 2010, s. 32).

PTR'nin ziyaretçilere pazarlanmasında önemli derecede etkiye sahip olduğu turistik ürünler olarak ekstra turlar (ziyaretçinin satın almış olduğu tur dışında kalan tekne turu, rafting, balon turu vb.), eğlence ve gösteri programları (Türk gecesi, konserler, dans gösterileri vb.) hediyelik eşya ve alışveriş merkezleri (Korkmaz vd., 2011, s.19) verilebilir. Ülkemizde bu turistik ürünler; halı, kuyum deri vb. şekilde sınırlı gibi görünmektedir. Fakat ülkenin tüm turistik değerlerini kapsayan bir genişlikte pazarlama yapılması gerekmektedir. Deniz-güneş-kum için gelen ziyaretçilere kültür ve spor turizmini, kültür turizmine gelen ziyaretçilere eğlence ve deniz turizmini, kısacası ülkenin bütün turistik ürünlerini pazarlayabilecek bir PTR profili yaratılmalıdır. Bu bakımdan PTR eğitiminde ve hizmet içi eğitim seminerlerinde pazarlama konusuna önem verilmesi gerekmektedir. PTR'nin eğitimleri sırasında pazarlama ve özellikle satış dersleri almaları, o ülkenin kültürel ve milli değerlerinin pazarlanmasında ziyaretçiler üzerinde etkilerini artırabilmektedir. Temizkan'nın (2010) yaptığı araştırmanın bulguları, herhangi bir şekilde, pazarlama ile ilgili eğitim almış olan PTR'nin, pazarlama fonksiyonunu; eğitim almayan PTR'ye göre daha iyi yerine getireceğini düşündürmektedir.

PTR pazarlama konusunda, seyahat acentalarına da önemli faydalar sağlayabilirler. PTR'den faydalanarak; ziyaretçiler, ürün, rekabet ve pazar gibi, pek çok pazarlama bilgisine ulaşabilmek mümkündür. PTR; turların başarısını önemli ölçüde etkileyen elemandır. Seyahat acenteleri pazarlama bilgi sistemi oluşturmak için, PTR'nin deneyim ve gözlemlerine başvurabilir ve pazarlama faaliyet verimliliklerini arttırabilirler. Yine PTR ürünün bir parçası olduğu için, tüketici ve ürün hakkındaki doğruya en yakın bilgileri elde etme olasılıkları yüksektir (Öter, 2007, s.193). Müşteri odaklı ürün tasarımı, pazarlama istihbaratı toplanmasında ve ürünlerin satışında, PTR'den faydalanılmaktadır (Korkmaz vd, 2011. s. 19).

PTR, acenteler açısından önemli bir pazarlama elemanı olarak değerlendirilmektedir. Seyahat acentelerinin büyük bir kısmı turistlere sattığı tur hizmetini operasyon bölümünde çalıştırdığı PTR ile pazarlamaktadır (Temizkan ve Temizkan, 2005, s. 5). Fakat, Öter' in (2007) çalışmasının sonucuna göre, rehberlerin %80'i acentelerin kendilerine pazarlama bilgisi toplama konusunda danışmadıklarını ve işbirliğinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Oysa ki, PTR mesleklerini icra ederken çoğu kişinin ulaşmakta güçlük yaşayacağı, sektörün farklı kesimlerinde faaliyet gösteren işletme, kurum ve kişilerle biraraya gelir. Yıllar sonunda çok değerli ilişki ağları kurarlar. Kariyerleri boyunca çalıştıkları farklı acentelerle ilgili bilgiye de sahiptirler. Bu acentelerin müşteri profilleri, tur güzergahları, çalışanları, yöneticileri ile ilgili pek çok önemli bilgiyi acenteye sunabilirler. PTR tur sırasında belirlediği

eksiklikleri ve ortaya çıkan problemleri tur sonunda acente ile paylaşarak, acentenin mevcut olan ürününün daha da iyi hale gelmesine yardımcı olabilir. Ya da sunacağı yeni fikirlerle, yeni ürünler ortaya çıkarılmasına katkıda bulunabilir. Örneğin acenteler, kalıplaşmış tur programlarını farklılaştırmak için PTR'nin önerisine kulak verebilir. Bölgelerde edindiği tecrübeler ışığında PTR, yeni destinasyonlar ve alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkarılmasına katkıda bulunabilirler.

Pazar araştırması sırasında da PTR'nin deneyim ve gözlemleri önemli fikirler verebilir. Örneğin; farklı coğrafyalarda tur yöneten PTR yıllar içinde bölgelerde acenteye ve müşterilerine yönelik nasıl bir eğilim oluştuğunu gözlemleyebilir. Acente ürün sunmayı planladığı niş pazarların (doktorlar, çocuksuz kentli genç çiftler, memur emeklileri gibi) özelliklerini saptamak için bu pazarlara ürün sunan diğer acentelerin operasyonlarını PTR aracılığıyla inceleyebilir (Öter, 2007, s.178).

Tüketici araştırmaları mevcut ya da potansiyel müşteri profilini incelemeyi gerektirdiğinden, müşteriler hakkında (davranış kalıpları, toplumsal tutumları, huy ve alışkanlıkları, gereksinimleri vb) bilgi sahibi olmak doğru pazarlama politikaları geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu bilgiler ile müşteriler hakkında çok daha detaylı bilgi elde edilir ve onları tatmin edecek ürünler sunulabilir (Nykie, 2003, s. 11). Pek çok seyahat acentesi PTR aracılığıyla ziyaretçilere anket düzenleyerek müşterisini tanımaya çalışmaktadır. Ancak, bazı ziyaretçiler hakkında acentenin ek bilgilere ihtiyacı varsa bunlar PTR kanalıyla elde edilebilir. Seyahat acentelerinin ziyaretçileri hakkında detaylı veritabanının hazırlaması ve güncellenmesinde PTR'nin ziyaretçiler hakkında sağlayacağı bilgiler önemli yer tutabilir. Dikkatli ve önceden hazırlanmış bir PTR, müşterinin tuttuğu futbol takımı, para harcama stili, zamanını değerlendirme biçimi gibi detay bilgileri sağlayabilir (Öter, 2007, s. 179). Böylece pazarlama faaliyetleri için ziyaretçiler hakkında daha geniş anlamda istihbarat elde edilmiş olur.

PTR, acente içerisinde operasyon bölümüne bağlı olarak çalışmaktadırlar. PTR'nin planlama bölümü ile ilişkisi genelde olumsuz raporların iletilmesi ile sınırlı kalmaktadır. Aslında iyi yetişmiş bir PTR'nin de planlamada söz sahibi olmasına önem verilmelidir. İzlenecek yollar, gidilecek cazibe merkezleri, konaklama merkezleri ve restoranlara karar verirlerken, tur planlayıcıları ve pazarlamacılar PTR ile birlikte çalışmalıdırlar. Ancak, tur planlayıcıları PTR'nin görüşlerine nadiren başvurmaktadırlar. Böylece, turların hazırlanmasında, geliştirilmesinde ve değiştirilmesinde PTR ve tur işletmeleri arasında iş birliği kurulamamaktadır (Tangüler, 2002, s.105). Talebin düşük olduğu sezonda, PTR'nin bilgi birikimlerinden daha sonraki turların programlarının çıkartılması gibi konularda yararlanılabilir.

PTR'nin tur programı hazırlanırken, araştırma sürecine dahil edilmesi acenteye aşağıdaki faydaları sağlayabilir;

- Pazarlama araştırmasının maliyeti düşer,
- Araştırma yapmada dışa olan bağımlılık azalır,
- Rehberin acente müşterileri ve iş ortaklarıyla olan ilişkileri araştırmanın daha hızla tamamlanmasını sağlayabilir,
- Güvenilir bilgiye ulaşma şansı artırabilir (Öter, 2007, s. 176).

PTR'nin katkı sağlayabileceği bir diğer konu da, turistik ürünlerin fiyatlandırılması konusudur. Seyahat işletmelerinin sağlıklı bir fiyatlandırma yapabilmeleri için doğru bilgileri zamanında toplamaları gerekmektedir. Fiyatlandırmanın değişen çevre şartlarına hızlı uyumunun zamanında yapılması gerekir. Fiyatların izlenmemesi ve güncellenmemesi işletmenin pazar koşullarına uyum sağlayamayıp rekabette geride kalması anlamına gelebilir (Yarcan ve Peköz, 1998, s. 63). Seyahat acenteleri tur fiyatlarını belirlerken PTR'nin deneyiminden ve bilgilerinden yararlanmalıdırlar. Ziyaretçilerden gelen görüşlerin ilk muhatabı olan PTR, ziyaretçi talep ve önerilerini acenteye yansıtarak fiyatların belirlenmesinde ve tur maliyetlerinin düşürülmesinde yardımcı olabilir Acenteler, herhangi bir olumlu veya olumsuz gelişmeyi en doğru ve hızlı PTR'den elde edebilirler.

Bir diğer önemli konu da, paket tur broşürlerinde PTR ile ilgili daha çok bilgi vermenin tur pazarlamada etkinlik sağladığı anlaşılmıştır. Broşürlerinde PTR'nin fotoğraflarını ve detaylı özgeçmişlerini veren seyahat acentelerinin bu tür bilgi vermeyen acentelere oranla daha etkin pazarlama yapabildikleri görülmüştür. PTR, hizmet kalitesinin anahtar unsuru olarak müşterilerin tercihlerini etkilemektedir (Wang, Hsieh ve Chen, 2002, s. 489-498). Ekmekçi'nin (2005) çalışması sonucunda ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun paket tura satın almadan önce çıkacağı PTR ile ilgili detaylı araştırma yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Paket turun satışından önce ziyaretçilerin PTR hakkında detaylı soru sorup PTR'sini kendileri seçmek istemeleri, turlarına çıkacak PTR'nin kendi beklentilerini karşılayabilecek kapasitede olup olmadığını öğrenmek istemeleri PTR'nin ziyaretçiler için ne kadar önemli olduğunu gösterecek noktalardan bir tanesidir. Dolayısıyla, paket turun başarısında ve satışlarında PTR'nin çok etkili bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Katıldığı bir turdaki rehberlik hizmetinden memnun kalan bir ziyaretçi, bir başka tur daha satın alabilir, yada ülkesine geri döndüğünde duyduğu memnuniyeti çevresine belirtebilir, ve yeniden ziyaret etme kararı verebilir. Ekmekçi'nin (2005) acentelerle yaptığı çalışmasının sonuçlarına göre; bir paket tura çıkıp PTR'den çok memnun oldukları için bir daha ki sefere tekrar aynı PTR'nin turuna çıkmayı isteyen ziyaretçilerin oranı fazladır. Bu sonuca göre ziyaretçilerin bir paket tura tercih ederken PTR'nin öneminin farkında oldukları



görülmektedir. Bu da PTR'nin turun pazarlanma ve satış aşamasındaki etkisinin ne kadar büyük olduğunu göstermektedir.

PTR'ye yönelik olarak yapılan çalışmaların çoğu, ülkemizdeki PTR'nin eğitim seviyelerinin oldukça yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, Korkmaz ve arkadaşlarının çalışmasına göre (2011); üniversitelerin lisans programlarından mezun olan PTR'nin oranı %61,2 iken, bu rakama %18,5 ön lisans ve %15,3 lisansüstü mezunu olan PTR de katıldığında PTR'nin oldukça eğitilmiş bir kesim olduğu söylenebilir. Karamustafa ve Çeşmeci' nin 2006 yılında yaptığı çalışmaya göre ise, PTR'nin önemli bir kısmının (%87,4'ünün) herhangi bir alanda önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora gibi üniversiteler düzeyinde öğrenim görmüş oldukları söylenebilmektedir. Bu sonuçlar daha önce yapılmış olan bazı araştırmaların sonuçlarıyla da paralellik göstermektedir (Tangüler, 2002; Köroğlu, 2011; Köroğlu vd., 2007; Özbay, 2008). Bu duruma ek olarak, çoğu PTR ikinci bir iş sahibidir. PTR bünyesinde, akademisyenler, avukatlar, öğretmenler, eczacılar, filologlar, sanat tarihçileri, gazeteciler, siyasetçiler ve farklı alanlarda uzmanlıkları olan değerli kişileri barındırmaktadır. Bu görüntüleri ile PTR, ülkemizde en geniş mesleki yelpazeyi içlerinde barındırmaktadırlar. Dolayısıyla PTR'nin deneyimlerine ve eğitim durumlarına göre de fikirlerinin alınması oldukça faydalı görünmektedir.

### **2.3.2 PTR'nin Tanıtım ve İmaj Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar**

Turizm açısından imaj, oldukça önemli bir konudur. Dünya turizmi geliştikçe, ülkelerin bu piyasadan daha fazla yararlanma amacına yönelik çeşitli girişimlerde buldukları bilinmektedir. Bu girişimlerden en önemlisi de daha fazla tanıtım yapmak ve dış turizme katılan turistler nezdinde “olumlu imaj yaratma” faaliyetleridir. Gerçekten de turizm açısından bakıldığında; ziyaretçilerin bir yöreyi tercih etmelerine neden olan en önemli etkenlerden biri, o yörenin tanıtım faaliyetleridir (Tunç, 2003, s.38). 2006 yılında, Uluslararası Pazarlama Şirketi GMI ve marka uzmanı Simon Anholt tarafından 35 ülkede ve 25 bin kişi üzerinde yapılan, ülkelerin kültürü, halkı ve turizm potansiyeli gibi faktörlerin değerlendirildiği araştırmada; “Türkiye markası” son sıralarda yer almıştır (Güneş, 2006). Türkiye yıllardan beri uluslararası platformda kendini yeterince ifade edememiş, tanıtılamamıştır ve buna bağlı olarak imaj sorunu yaşamaktadır.

Türkiye' nin tanıtılmasını ve olumlu imaj oluşturulmasını engelleyen sorunlar şu şekilde sınıflandırılabilir (Temizkan, 2005, s. 29-30):

- Türkiye'nin Tanıtılmasını Etkileyen Dış Sorunlar
  - Avrupa Birliğine Üyelik
  - Irak ve Ortadoğu' daki Durum ve Bölgeye Olan Coğrafi ve Tarihi Yakınlık
  - Ermeni Sorunu
  - Kıbrıs Sorunu
  - Ayrılıkçı Terör
  - İnsan Hakları İhlalleri İddiaları
  - Türkiye' nin Coğrafi ve Stratejik Önemi
  - Türkiye' nin ve Türklerin Tarih Sürecindeki Aktif Rollerini
- Türkiye' nin Tanıtılmasını Etkileyen İç Sorunlar
  - Eğitim
  - Turizm Görevlilerinin Yetersizliği
  - Politik Sorunlar
  - Yabancı Dil
  - Tarihi Değerlerin Bilincinde Olmama
  - Ulaşım
  - Çevre Kirliliği
  - Birimler Arası Koordinasyon Eksikliği

Ülkemizin, genel olarak yeterli derecede tanınmadığı, ya da yanlış tanındığı, doğru algılanmadığı, açık gerçeklerin dahi bilinmediği şeklinde çeşitli sorunlar her zaman gündeme getirilen konular arasındadır. Genel olarak ele alındığında Türkiye ile ilgili şöyle bir imaj tablosu ortaya çıkmaktadır (Aslantaş, 2002, s. 8):

- Türkiye'yi hiç tanımayan ülkeler ya da tanıyan ülkelerde tanımayan toplum kesimleri vardır.
- Türkiye'yi en çok tanıyan ülkelerde dahi, yanlış imajlar sorun oluşturmaktadır.
- Birçok ülkede, Türkiye, Batı uygarlığını benimsemiş bir ülke olmaktan ziyade, Osmanlı İmparatorluğunun son zamanlarında kalan izlenimlerle bir Ortadoğu ülkesi olarak görülmekte ısrarlı tutumlar vardır. Tüm bunların yanında değiştirilmesi sadece kendi iç sorunlarımıza bağlı negatif imajların varlığı devam etmektedir.

İmaj ve tanıtım ile ilgili strateji ve politikaların öncelikle, bu sorunların ve önyargıların dikkate alınarak hazırlanması gerekmektedir. Türkiye coğrafyasının eşsiz doğal ve kültürel zenginlikleri baz alınarak, rakip ülkelerin sahip olamadığı turistik ürünler sunabilmek olumsuz imaj sorununa çözüm olabilir. Bu konuda Mısır örneği ele alınabilir. Türkiye'den daha ciddi imaj ve güvenlik sorunları bulunan Mısır, herhangi başka bir ülkede bulunmayan (Piramitler, Mısır Uygarlığı, Nil Nehri gibi) ürünler sunarak farklılığını ortaya koymaktadır. Tüm imaj ve güvenlik sorunlarına rağmen Mısır turizmi gelişmeye devam etmektedir.

Türkiye'nin de rakiplerinin sunamayacağı, kendine has, değerleri bulunmaktadır. Çatalhöyük, Hitit Uygarlığı, Göbeklitepe, Türk Hamamı, Türk Kahvesi gibi bir çok kültürel

ve tarihi değer buna örnek gösterilebilir. Bu bağlamda, rakiplere benzemek yerine, farklılıklarımızı ve rakip ülkelerde bulunmayan özgün ürünleri ön plana çıkaran turizm politikalarının oluşturulması, Türkiye imajı konusundaki olumsuz bakış açısına çözüm olabilir. 19. yüzyıl sonlarında, sahip olduğu tarihi ve özgün değerleri nedeniyle İstanbul bilinen bir turizm markası olmuştur. Paris'ten kalkan "Orient Express" treni İstanbul Sirkeci Garına gelir ve ziyaretçiler Pera Palas'ta konaklardı. Bugün ise, Paris turizmin başkenti olma niteliğini sürdürürken İstanbul ziyaretçi sayısı bakımından Paris'in oldukça gerisinde kalmıştır. Antalya Ticaret ve Sanayi Odası ve bir Alman vakfı tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışmanın sonuçları bu savı desteklemektedir. Öyle ki, Antalya'yı ziyaret eden Almanların %63'ü doğulu yaşam tarzını tanıyabilmek için gelmekte oysa onlara batılı yaşam tarzı sunulmaktadır.

Bu bağlamda, PTR, Türkiye gibi olumsuz imaj sahibi olan ülkeler için stratejik önem teşkil etmektedir. Çünkü, PTR, ülkeyi, tarihi, doğal güzellikleri en iyi biçimde anlatarak ziyaretçinin zihninde olumlu imaj yaratabilecek güçtedir. Farklı ülkelere gelen turist grupları ile yerel halk arasında bir köprü oluşturan, diyalog kuran kişilerdir. Ziyaretçinin kendi dilinde PTR'den bilgi alması broşürlerden yada diğer kaynaklardan daha etkili bir yol olacaktır. PTR ziyaretçilere samimiyetini hissettirdiğinde, PTR ile grubu arasında bir bağ oluşur ve bu bağ ne televizyonlarla, ne gazetelerle ne de diğer iletişim kaynakları ile elde edilebilir. PTR'nin tur esnasında yapacağı bir hata anında düzeltilerek telafi edilebilir. Fakat çeşitli iletişim kaynakları ile yapılmış hataların hemen düzeltilmesi oldukça zordur. Grup PTR'ye güven duyduğunda, onun söylediklerine itibar edecek ve anlattıklarına değer verecektir.

Olumlu imaj yaratmada bu denli öneme sahip PTR'nin eğitimi de ciddi bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. PTR'ye eğitimleri boyunca ziyaretçilerin çeşitli konularda sahip olduğu önyargı ve olumsuz düşüncelerin hangi yaklaşımlarla değiştirilebileceği konusuna önem verilmelidir. PTR'nin, böylesi hassas konularda tam ve doğru bilgiye sahip olması gerekmektedir. Temizkan'ın (2010) çalışmasından çıkan sonuçlara göre, PTR'nin kendilerinin en yetersiz olduklarını düşündüğü konunun, Türkiye'yi ilgilendiren politik konular olduğu düşünülürse, devletin bu konulardaki söylemlerini ve politikalarını ziyaretçilere en doğru biçimde aktarabilecek PTR'nin yetiştirilmesi gerekliliği önem kazanmaktadır.

PTR'nin çeşitli konularda yöneltilecek sorulara vereceği yanıtlar, göstereceği performans, yalnızca adına hizmet verdiği seyahat acentesinin değil, aynı zamanda ülkenin imajına da olumlu veya olumsuz bir katkıda bulunabilir. Özellikle ilk kez ziyaret ettikleri bir ülke hakkındaki genel izlenimleri, kendilerine eşlik edecek olan PTR'nin şahsında bütünleşmekte, ülkede yaşıyan toplumun imajı ile özdeşleşmektedir. Bu yüzden PTR'nin ülke panoramasını,

gerçeğini çok iyi bilen ve izleyen insanlardan olması gerekliliği vardır (Değirmencioğlu, 2001, s.6-7).

Bir yabancı olarak ziyaretçi, gezip görmeye geldiği destinasyonda, belirli kimselerle tanışabilir, sınırlı kişilerle ilişkiler kurabilir. Bu yüzden o gezdiği ülke hakkındaki bilgileri, kanıları ve değerlendirmelerini de bu sınırlı ilişkilerden edindiği izlenimlere göre oluşturur (Batman vd., 2000, s.27). Ziyaretçilerin seyahatleri boyunca en çok PTR ile vakit geçirdikleri düşünüldüğünde, PTR'nin imaj ve tanıtım konusundaki işlevi daha da önemli hale gelmektedir. PTR, gezdirdiği ziyaretçi gruplarına o ülke ve o ülkenin insanları hakkında ipuçları verirler. Bu nedenle de, PTR'nin davranışları, konuşması, bakış açısı, ve hatta giyimi önem taşımaktadır. Ziyaretçilerin sahip oldukları olumlu bakış açısını güçlendirmek yada, önyargılarını olumluya çevirme konusunda PTR belirleyici rol oynamaktadır.

PTR, ziyaretçi psikolojisini en iyi tanıyan turizm çalışanlarıdır. Hem destinasyonları hem de ziyaretçileri çok iyi bilirler. PTR'nin turlar esnasında yüzyüze yaptığı ülke tanıtımı kuşkusuz en iyi ve en etkili tanıtımdır. PTR, özellikle uzun Anadolu turlarında ziyaretçilerin her türlü şahsi sorunları dahil, devamlı ziyaretçilerle karşılıklı diyalog halindedirler. Bu da PTR'yi ziyaretçilerin nelerden hoşlanıp hoşlanmadığı, nelerden memnun kaldığı veya kalmadığı gibi konularda en doğru bilgiye sahip kişiler haline getirmektedir. PTR, turlar dışında da medyayı yönlendirerek etkili tanıtımlar yapabilirler. PTR, kokart sahibi olduğu yabancı dilin ülkesi hakkında da en az Türkiye kadar bilgi sahibidir. Almanca dilinden PTR Almanya'yı, Fransızca Fransa'yı, İtalyanca İtalya'yı iyi bilir. Yabancı medyayı yönlendirmeyi PTR çok iyi becerebilir. Bakanlık aracılığıyla bir PTR tanıtım kadrosu kurulabilir; bu kadro Türkiye'yi yurtdışında sivil platformlarda çok iyi anlatacaktır (Çilingiroğlu, <http://www.tureb.net/index.php/profesyonel-rehber-ile-medyatik-turkiyesoylesi>).

Sonuç itibarıyla, Türkiye' de turizmde tanıtımla ilgili olarak yetkilenmiş 38 farklı dilde hizmet veren yaklaşık 10.000'i aşkın PTR ve her yıl bunlara ilave ilgili 23 yüksek okuldan veya bakanlıkca açılan PTR kurslarında başarılı olarak, en az 2 yıllık yüksek okul mezunu yaklaşık 500 yeni PTR ile müthiş bir tanıtım ordusu görev beklemektedir, bu potansiyelin yeterince değerlendirilmesi gerekmektedir. PTR'yi sadece ülkeye gelen ve turlarla gezen turiste yönelik tanıtım amaçlı olarak sınırlamak ülke yararı düşünülünce, pek faydalı ve akılcı bulunmamaktadır (Özbuldu, 2008). PTR yurt içindeki ve yurt dışındaki her türlü tanıtım çalışmasında değerlendirilebilir.

Özellikle yurt dışı tanıtımlarda PTR bulundurulması yönünde, Tanıtma Genel Müdürlüğü ve sektörün kurumlarıyla sözlü ve yazılı talep ve öneriler pek çok kez yapılmış olmasına rağmen, tur öncesi tanıtım ve pazarlama noktasında henüz arzu edilen seviyeye ulaşılamamıştır (Özbuldu, 2008). Bakanlık ve seyahat acenteleri PTR'nin önemini tam

anlamıyla keşfetmeli ve markalaşma ve tanıtımda en etkin, destekleyici ve itici güç olan PTR'den faydalanma yoluna gitmelidir.

Güzel' in (2007) Alman ziyaretçiler üzerine yaptığı araştırma sonuçlarına göre; katılımcılar, Türkiye'yi ve Türk halkını PTR ile çıktıkları turdan sonra daha çok sevdiklerini, Türkiye ve Türkler hakkındaki sahip olduğu kötü imajın PTR sayesinde yok olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda PTR ile çıktıkları turdan sonra tekrar Türkiye'ye gelmeyi düşündüklerini ve başkalarına tavsiye etmek istediklerini de belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan ziyaretçiler için, Türkiye hakkında birçok şeyi öğrenebilmek için, bilgili ve kültürlü bir PTR ile tura çıkmak kesinlikle önemlidir. Araştırma sonuçları doğrultusunda, PTR'nin ziyaretçiler üzerinde Türkiye'nin imajını geliştirebilecek birçok madde üzerinde olumlu yönde etki yaptığı gözlenmiştir.

### **2.3.3 PTR'nin Sürdürülebilir Turizm Politikalarına Sağlayabileceği Katkılar**

Son dönemde kitle turizmi içinde bulunan insanların tüketim taleplerinde meydana gelen değişiklik ve artan kitle turizminin çevresel sorunları da beraberinde getirmesi nedeniyle, turizm sektöründe ürün çeşitlendirme çalışmaları ve klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, güneş ve kum üçlemesine alternatif olarak, alternatif turizm türleri ortaya çıkmıştır. Turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri ve bu etkilerin turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmasına başlanması ve bunun sonucunda daha uzun vadeli kullanıma dayanan sürdürülebilir turizm, alternatif turizm, ekoturizm, sorumlu turizm, yeşil turizm, yumuşak turizm, özel ilgi turizmi ve doğa turizmi gibi içerikleri hemen hemen aynı olan fakat farklı zamanlarda farklı isimlerle adlandırılan turizm türlerini gündeme getirmiştir. (Erdoğan, 2003, s.99 ).

Günümüzde turizm faaliyetleri kitle turizmi ve özel ilgi turizmi faaliyetleri olarak gerçekleşmektedir. Özel ilgi turizmi iki önemli niş pazardan oluşmaktadır. Bunlardan birincisi doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri; doğa turizmi ya da eko-turizm, ikincisi ise kültürel ve tarihsel turizmdir (Mackay ve diğerleri, 2002, s.356). Gartner (2004, s.158), kırsal turizm faaliyetlerine yönelik son eğilimlerin doğaya dayalı turizm faaliyetleri gibi önemli niş pazarların gelişimini de içine aldığını belirtmekte ve önemli bir niş pazar olarak her yıl ortalama yüzde beş oranında bir büyüme gösterdiğini de vurgulamaktadır. McKercher ve Chan (2005, s.22) tarafından yapılan bir çalışmada ise, uluslararası ziyaretçi varışları içinde; eko-turizm faaliyetlerinin tüm dünyada % 20, Avusturya'da doğaya dayalı spor faaliyetlerinin % 58, Güney Afrika'da doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin % 45, doğaya dayalı yürüyüş faaliyetlerinin tüm dünyada % 58, bisiklet kullanıcılarının % 28 oranında bir pay aldığı, Amerika'da ise 98 milyon kişinin doğaya yönelik macera amaçlı seyahatler gerçekleştirdiğini belirtmektedirler. Luzar ve diğerleri (1998, s.48), doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin

büyüyen ekonomik öneminin göz ardı edilemeyeceğini vurgulamakta ve uluslararası turizm pazarında bu faaliyetlerin milyarlarca dolar gelir getirdiğini ve yıllık ortalama yüzde on ile yüzde on beş arasında değişen ekonomik bir büyüme ile en hızlı gelişen seyahat pazarlarından biri olduğunu belirtmişlerdir.

Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasını sağlayan temel etkenler ise, turizmin gittikçe artan olumsuz çevresel etkilerinin fark edilmeye başlanması, yeni turistik aktiviteler arayan ziyaretçi sayısındaki artış, ekonomik ve çevresel etkenlerin önem kazanması ve turizm pazarındaki genel eğilimlerin alternatif turizm çeşidine doğru kayması olarak sıralanabilir (Yıldız ve Kalağan, 2009, s.43). Sürdürülebilir turizm türünü tercih edenler; değerbilirlik, katılımcılık ve duyarlılık ruhu içinde, doğal özelliklerini nispeten koruyan alanları ziyaret eden kişilerdir. Amaçları keşfetmek, macera, rekabet, dostluk, doğa bilinci ya da iç dünyalarını geliştirmektir. Aynı zamanda yaban hayatını ve doğal kaynakları kullanırken de tüketici bir anlayışla yaklaşmayan ziyaretçilerdir (Kiper ve Aslan, 2007, s.166).

Türkiye, klasik turizm ürünü açısından değerlendirildiğinde dünyanın sayılı turistik destinasyonları içerisinde yer almaktadır. 2011 yılı Dünya Turizm Örgütü tarafından yayınlanan veriler incelendiğinde; Türkiye, 2010 yılında dünya turizm hareketliliği içerisinde 27 milyar dolar turizm geliri ile dünyanın 7. ve 21 milyon ziyaretçi sayısı ile dünyanın 9. en büyük destinasyonudur (UNWTO, 2011). Sürdürülebilirliğin gerçekleştirilebilmesi ve dünya turizm hareketliliği içinde ülkenin bir destinasyon olarak sahip olduğu yerin daha üst sıralara taşınabilmesi amacıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı bir takım çalışmalar yürütmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan öncelikli Eylem Planı 2013, sonra da Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de yapılması planlanan çalışmalarda turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilirlik konusu ciddi olarak ele alınmaktadır.

Sürdürülebilir yaklaşımların ortak çerçevesi şöyle belirlenebilir (Taylı, 2003, s.14):

- Bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı katılım,
- Turizmin mekan ve zaman açısından yayılması,
- Yavaş ve denetimli gelişme,
- Küçük ölçekli turistik işletmelerin desteklenmesi,
- Çevreye uyumlu, özgün turizm mimarisinin korunması, geliştirilmesi,
- Yerel halk ve turist arasındaki iletişimde uyum,
- Geleneksel ve özgün değerlerin korunması,
- Yerel ölçekte turizm planlaması,
- Turistik istihdamda yöre halkına öncelik verilmesi.

Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin amacına ulaşabilmesi ve beklenen faydaların en üst seviyeye çıkarılabilmesi için konusunda uzman ve eğitim almış PTR'lerin bulunması büyük

önem taşımaktadır. Sorumlu turizm faaliyetleri kapsamında PTR'nin önemli rolleri bulunmaktadır.

Cohen (1985, s.7-8) PTR'nin rollerini yolgösterici ve danışman olarak ikiye ayırmıştır. Yolgöstericiler, genellikle ziyaretçinin yabancı olduğu, tanımadığı yerlerde onlara yol gösteren coğrafi PTR denilebilir. Bu PTR türü daha çok doğa merkezli turizm yapılan bölgelerde yaygın olarak bulunmaktadır. Danışman PTR, adından da anlaşılacağı gibi, bir öğretici ya da eğitmen görevini üstlenirler. Genellikle iyi eğitim almış olup, ziyaretçilere tavsiyelerde bulunurlar, onlara bilgi verirler. Bu PTR türü genellikle gelişmiş bölgelerde ve kültürel ve dini turizmin yaşandığı destinasyonlarda sıklıkla bulunur. Daha sonraki yıllarda Cohen, bu iki rolü, yeniden isimlendirerek yol gösterici yerine “lider”, danışman yerine “arabulucu” terimlerini kullanmıştır. Doğa rehberlerinin aldıkları sorumlulukları göz önüne alan Weiler (1991), PTR'nin rollerine kaynak yönetimini de eklemiş ve Cohen'in modeli daha da geliştirilmiştir. PTR'nin liderlik ve arabuluculuk rolleri birinci bölümde ele alınmıştır.

Kaynak yönetimi rolü, PTR'nin doğal çevreye yönelik sorumluluk almasını ifade etmektedir (Randall ve Rollins, 2005). PTR, doğa turlarına katılan ziyaretçilerin doğaya olabilecek olumsuz etkilerinin azaltılması konusunda katılımcıları cesaretlendirerek ve doğayı uzun dönemli korumaya yönelik oluşabilecek olumlu değişiklikleri hızlandırarak kaynak yönetimi rolünü gerçekleştirmektedirler. PTR'nin doğaya yönelik kaynak yönetimi rolünün temelinde ziyaretçilerde doğaya ve çevreye yönelik uygun davranışı oluşturmak yatmaktadır (Howard ve diğerleri, 2001, s. 33).

PTR, seyahat edenlerle tarihi ve kültürel miras arasında bağ kurarlar, onların doğal ve toplumsal yaşamı geçmişi ve bugünü ile anlamalarına yardımcı olurlar. Turizm sektörünün belki de insanla, çevresel, toplumsal kültürel ihtiyaçlarla en ilişkili ayağını PTR temsil eder. Ayrıca konumları onlara seyahat edenin davranışını yönlendirebilme olanağını verir. Bütün bu nitelikleri PTR'ye sürdürülebilir turizm açısından önemli sorumluluklar yükler (Taylı, 2003, s.16).

Periera (2005), PTR'nin, yorumlama ve karşısındaki ziyaretçide empati duygusu uyandırabilme yeteneği sayesinde bölgesindeki sürdürülebilir turizm hareketine iki yönden katkıda bulunabileceğini ileri sürmektedir:

**Doğal alanların korunması:** PTR'nin deneyimi, kalitesi ve yorumlama gücü, ziyaretçinin o alanla arasında duygusal bir bağ kurmasını sağlayacaktır. Bölgenin bioçeşitliliği, bölgeyi tehdit eden unsurlar gibi konularda anlatımlar yaparak, PTR ziyaretçilerin desteğini alabilir. Örneğin, Galapagos Adalarında faaliyet gösteren bir acente, Darwin Araştırma Enstitüsü ve Ulusal Parkı'nı desteklemek amacıyla bir fon oluşturmuştur. PTR'nin ziyaretçilere koruma mesajını aşılması ve anlatım, yorumlama özellikleri sayesinde 1 milyon \$ toplanmıştır.

**Ekonomik getiriler:** PTR'nin deneyimi, liderliği, ekonomik faydalara dönüşebilir. PTR'nin bir turu çok iyi tamamlayabileceği yada berbat edebileceğinden her zaman bahsedilir. Bu da ziyaretçinin bir dahaki tur seçimini (bir daha o bölgeyi ya da ülkeyi ziyaret etme gibi) önemli oranda etkiler. İnsanların seyahat tercih kararlarını verirken ağızdan ağıza iletişim çok önemlidir. İşte PTR de o ülkenin yada bölgenin tekrar tercih edilmesinde önemli bir unsur olmaktadır (Esther, 2005, s. 6). Acentelerin PTR'nin bu özelliklerini iyi değerlendirmeleri ve alanında uzman PTR acentelerine kazandırmaları gerekmektedir.

WFTGA da son yıllarda yaptığı toplantı ve atölye çalışmalarında sürdürülebilir turizm açısından insanların düşünce ve davranışlarını etkilemenin, duyarlı alanların korunmasına yönlendirmenin önemine dikkat çekmiş ve PTR'nin bu konuda temel bir rol oynayabileceklerini vurgulamıştır ([http://www.mindwais.com/wftga/main.php?page=news\\_details&sp=true&news\\_id=2](http://www.mindwais.com/wftga/main.php?page=news_details&sp=true&news_id=2)).

2002 yılında, WFTGA ile Green Globe 21 arasında imzalanan işbirliği anlaşması üye kuruluşların ve PTR'nin sürdürülebilir turizm konusundaki duyarlılıklarını artırmayı hedeflemektedir. Green Globe 21 dünya ölçeğinde sürdürülebilir turizm ilkelerinin önünü açabilmek, tüketicileri, şirketleri, toplumları bu doğrultuda yönlendirebilmek amacıyla 1992'de Birleşmiş Milletler üyesi 182 ülkenin Rio de Janeiro'da imzaladıkları Agenda 21 çerçevesinde oluşmuş bir kurumdur (<http://www.greenglobeint.com>). WFTGA ve Green Globe 21 işbirliği sayesinde, çevreye duyarlı kuruluşların PTR tarafından da desteklenebilmesinin sağlanması hedeflenmiştir. Green Globe Başkanı Geoffrey Lipman sorumlu turizm anlayışının yaratılmasında PTR'nin direkt katılımının sağlanmasının önemli bir adım olduğunu ve PTR'nin bilgi ve deneyimleri sayesinde sorumlu turizm mesajını ziyaretçilere aktarabileceklerini ve son olarak PTR'nin, ziyaretçilerle bu turizm anlayışını uygulamak isteyenler arasında önemli bir bağlantı oluşturacaklarını belirtmiştir (<http://wftga.org/guidelines/GUIDEL3.htm>).

WFTGA sürdürülebilir turizm açısından PTR'nin aşağıdaki noktaları göz önünde bulundurmasına dikkat çekmektedir (Taylı, 2003, s.16) :

- Seyahat edenlerle ev sahibi toplum arasında ilişki kurmak,
- Seyahatin sonuçlarını en aza indirmek,
- Kültürel tanıtımlarda olabildiğince doğru yorumlama,
- Doğal hayata duyarlılık.

PTR'nin doğaya dayalı turizm kapsamındaki rolleri ve sorumlulukları, sürdürülebilir turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanması sürecinde PTR'yi önemli bir konuma taşımaktadır. PTR'nin misafirini etkileyebilme, etkileyici anlatım ve yorumlama yetenekleri ile karşındaki kişinin davranışlarını yönlendirmesiyle doğal alanların, arkeolojik, tarihi



mekanların ve mimari tarzın korunması, kültürel ve doğal mirasın devamlılığının sağlanması ve ziyaretçilerin çevre bilincinin artırılması sağlanabilir.

Diğer yandan, yukarıdaki bilgiler ışığında, doğaya karşı sorumlu bu tür turizm çeşitlerinde, eğitilmiş alanında uzman PTR'nin bulunmasının önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla ülkedeki zenginliklerin doğru tanıtılması ve tahrip edilmeden korunması konusunda önemli katkıları olacak PTR'nin yetiştirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Wallace ve Pearce araştırmalarında (1996), anket yapılan ziyaretçilerin %78'i PTR'nin etkili bir anlatıma sahip olduklarını, fakat alanın doğal, tarihi, ekoloji ve biyolojisi hakkında eğitilmeleri gerektiğini belirtmişlerdir. Ülkemizde de, PTR eğitimi veren üniversitelerde öğrencileri çevre açısından bilgilendirmek ve çevreye duyarlı turizm anlayışının bir uzantısı olan ekoturizm ve etkinlikleri konusunda bilgilendirmek amacıyla çevre ve alternatif turizm dersleri verilmektedir (Erdoğan, 2003, s. 206). Alternatif turizm çeşitlerinin artması, turizmin dört mevsime ve bütün yurt coğrafyasına yayılması da PTR'nin uzmanlaşmasını gerektirmektedir. Bu nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı, üniversiteler ve PTR meslek kuruluşları tarafından uzmanlık eğitim programları düzenlenmeli ve PTR'nin bu programlara katılımı sağlanmalı ve desteklenmelidir.

Sonuç olarak, doğal alanlarda korumayı sağlamak için; Kültür ve Turizm, Orman, Çevre ve Şehircilik Bakanlıklarının eşgüdümlü bir çalışmayla, ekoturizm bölgeleri ve rotalarını belirlemeleri, ortak kurallar ve cezalar saptamaları, dağ ve doğa rehberliği için sertifikasyon programları geliştirmeleri ve eko-turizme uygun bölgelerin saptanması en öncelikli önlemlerdir (Kaypak, 2010, s.114).

Sürdürülebilir turizm hareketi içerisinde; liderlik, arabuluculuk ve kaynak yönetimi rolleri ile PTR'nin oldukça önemli bir noktada olduğu görülmektedir. PTR'nin bu rollerinin ve sorumluluklarının farkında olması ve uygulamaya koymaları önem taşımaktadır. Taylı'nın (2003, s.16) da ifade ettiği gibi sürdürülebilir turizm anlayışının Türkiye'de uygulanması, genel ve her bölgeye uygun stratejilerin saptanması, bu çerçevede PTR'nin rolünün belirlenmesi kuşkusuz turizmle ilgili tüm kesimlerin, yetkililerin işbirliğini, uzun ve kısa dönemli çabalarını gerektirmektedir.

#### **2.3.4 PTR'nin Turistik Çeşitlendirme Konusuna Katkıları**

Son yıllarda, ulaşım, tesisleşme ve modern işletmecilik uygulamalarının gelişmesi ile birlikte turizm ürünlerini daha çekici hale getirme ve pazarda güçlü rekabet şansı bulma çabasına giren Türkiye, ürün çeşitlendirme çalışmalarını daha sık gündeme getirmeye başlamış ve kitle turizmi ürünlerini alternatif turizm ürünleri ile güçlendirme çalışmalarına yönelmiştir (TÜRSAB 2003; TÜBİTAK 2003; DPT 2000).

Günümüzde turizmle ilgili çevreler tarafından genel kabul gören gerçeklerden birisi, Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan turizm çekiciliklerinin turizmde ürün çeşitlendirmesi amacıyla kullanılmasının ve turizmin ülke çapına yayılmasının gerekliliğidir (Duman, Kozak ve Uysal, 2007, s.207). Türkiye'de, 1980 yılına kadar bir milyon civarında olan yabancı turist sayısı 2010 yılında 21 milyon üzerine çıkmış ve Türkiye turizmden en çok gelir elde eden on ülke arasına girmiştir. Fakat turist sayısındaki artışla birlikte turizm hareketinin ülke geneline yayılması gerçekleştirilememiştir.

Geniş anlamda düşünüldüğünde, ülkemiz çok çeşitli ve özgün, rakiplerinin sunamayacakları turistik ürünlere sahip bir ülkedir. Akdeniz çanağında bulunan ve dünyanın her yerinden ziyaretçi çeken hemen her ülkenin sunabileceği deniz, güneş, kum temasını temel alan ürünlerin yanında önemli kültürel ve doğal değerler de barındırmaktadır. Bunlara, Kapadokya Bölgesi, Truva, Efes, Çatalhöyük örnek gösterilebilir. Buna ek olarak Anadolu, üç kıtanın keşişme noktasında bulunan, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış, hem doğulu hemde batılı yaşam biçimlerini içinde barındıran özgün bir coğrafyadır. Yine Anadolu sahip olduğu turizm kaynakları ve bunların çeşitliliği bakımından da oldukça zengindir. Sağlık, yayla, av, mağara, botanik, dağcılık, sualtı, doğa, inanç, turizmi gibi çeşitli alternatif turizm türlerinin uygulanmasına olanak veren turizm arz kaynakları ve destinasyonları mevcuttur. Fakat, bu turizm kaynaklarının yeterince değerlendirilmemesi ve gerekli alt ve üst yapı eksiklikleri nedeniyle; mevcut turizm bölgelerine ağırlık verilmeye devam edilmesi, bazı turizm destinasyonlarında yoğunlaşmaya neden olmaktadır.

Duman, Kozak ve Uysal'ın (2007) yaptıkları araştırmanın sonuçları, Türkiye'nin turizm kaynakları bakımından oldukça zengin bir ülke olduğunu göstermektedir. Bu durum, ülkenin turizmde ürün çeşitlendirmesi yoluyla değeri yüksek ürünleri pazara sunma ve pazarda rekabet üstünlüğü yakalama şansının yüksek olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. 1980'li yıllardan günümüze kadar devlet politikası, Akdeniz ve Ege bölgelerinde kitle turizmine yönelik çalışmalarda yoğunlaşmış ve alternatif turizm kaynakları yeterince değerlendirilememiştir. Günümüzde turizmle ilgili kamu ve özel yönetimler ve girişimciler, deniz-güneş-kum turizminin kültürel miras, tarih, sağlık, doğa ve aktivite turizmi türleri ile desteklemesi ve turistlere daha kapsamlı turizm ürünleri sunulması gerektiği konusunda birleşmektedirler (Duman, Kozak ve Uysal, 2007, s.212).

Bu nedenle, farklılıkların ön plana çıkarıldığı, ve rakiplerin elinde olmayan özgün turizm ürünlerinin ortaya konmasında PTR, önemli yararlar sağlayabilirler. PTR ülkeye gelen ziyaretçi profilini en yakından tanıyan, onlarla en çok zaman geçiren kişilerdir. Hem ziyaretçileri hemde çalıştıkları bölgeleri çok iyi bilmektedirler. PTR, işi gereği sürekli çeşitli turizm destinasyonları arasında mekik dokumaktadır. Bu da onları, destinasyonlarda bulunan

sorunlar, problemler, yeni destinasyonlar, ziyaretçilerin bu bölgelere eğilimleri konusunda en bilgi sahibi kişiler haline getirmektedir. Bu nedenle pazara sunulacak ürünlerin kolay taklit edilemeyen ve farklı ürünler olması için PTR'nin de görüşlerinin alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Yeni ürün geliştirmek maliyetli ve riskli bir süreçtir. İşletmeler, yeni ürün fikirlerini, %55 oranı ile müşterilerle devamlı iletişim halinde olan işletme içi çalışanlarından, % 28'nin ise müşterilerden elde etmektedirler. İşletme, yeni ürün bulmak için müşteri sorunlarını, şikayetlerini ve önerilerini analiz etmelidir (Kotler ve diğerleri, 2003, s. 301-322). PTR'nin, tur adlı ürünün ana bileşenlerinden olması, ve turizm sektöründe ziyaretçilerle en çok zaman geçiren ve ziyaretçileri en yakından tanıyan kişi olması dikkate alındığında, farklı turizm ürünleri geliştirme konusunda PTR'nin işlevi daha önem kazanmaktadır. Buna ek olarak, PTR, tur sırasında belirlediği eksiklikleri ve ortaya çıkan problemleri tur sonunda paylaşarak, mevcut olan ürünün daha da iyi hale gelmesine yardımcı olabilir.

Seyahat acentelerinin pazarlama bölümlerinde pek çok geleneksel ürün satılmaktadır. Örneğin; Kapadokya'da Bayram Turu, Mısır'da Nil Nehri, Paris'te Seine Nehri, Likya Turu, Uludağ'da kayak ve konaklama gibi ürünler yıllardır tüketicilere sunulmaktadır. Bu ürünlerin içerikleri ise birbirine yakın olmaktadır. Örneğin; Likya turu kapsamında Fethiye çevresinde Kayaköy, Ölüdeniz, Saklıkent standart olarak ziyaret edilmektedir. Seyahat acentesi müşteri sadakati sağlamak veya yeni müşteri bulmak için ürün dışındaki unsurlara dayanmak zorunda kalmaktadır. PTR, ürünün farklılaşması için öneri sunabilir. Böylece, acentenin ürünü rakiplerden farklılaştırılır ve müşteri tatmini sağlanabilir (Öter, 2007, s. 180). Örneğin, öğle yemeğini keşfedilmemiş sakin bir köyde almak, ya da kimsenin bilmediği bu sakin köyde mola vererek ürün klasik çizgilerin dışına çıkarılabilir. Farklı ürün sunma potansiyelini elinde bulunduran bölgeler, diğer bölgelere oranla, ulusal ya da uluslararası turizmde rekabet edebilmede daha fazla şansa sahip olabilmektedir (Duman, Kozak ve Uysal, 2007, s.212 ).

PTR, getirecekleri önerilerle hem acentenin ürünün farklılaşmasını sağlarken, bir yandan da bölgelerde edindiği tecrübeler ışığında, yepyeni destinasyonlar ve alternatif turizm çeşitlerinin ortaya çıkarılmasına katkıda bulunabilirler. PTR, meslekleri gereği rehberlik yaptıkları bölgeleri karış karış bilmek durumundadırlar. Ayrıca çalıştıkları bölgelerdeki yerel halkı da çok iyi tanımaktadırlar. Dolayısıyla bölgesindeki tanınmayan ve alternatif turizm türlerinin uygulanabileceği alanları belirleyerek yeni destinasyonlar ve buralarda uygulanabilecek alternatif turizm türlerini (yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi vs. gibi) ortaya çıkarabilirler. Böylece, ev sahibi konumundaki yerel halkın da turizmden pay alması sağlanabilir.

Öteyandan turizmde çeşitliliğin yaratılması, PTR'nin farklı turizm çeşitlerinde uzmanlaşmasını ve hizmet sunmasını gerektirecektir. Bu nedenle turizm çeşitlendirme çalışmalarının, rehberlikte uzmanlaşma programlarıyla desteklenmesi gerekmektedir. Bu nedenle bugün de çeşitli konularda düzenlenmeye devam eden, PTR uzmanlaşma proje ve programlarının artırılması ve PTR'nin katılımlarının sağlanması önemlidir.

Sonuç olarak, fark yaratacak turizm çekiciliklerinin değerlendirilmesiyle ortaya çıkarılacak özgün ürünler sayesinde, hem turizmin tüm bölgelere yayılması, hemde sezonluk elde edilen gelirlerin bütün bir yıla yayılması sağlanabilecektir. Bu düşünce ile oluşturulacak ve geliştirilecek turizm strateji ve politikalarının uygulanması, ülkenin sahip olduğu imaj sorunlarının neden olduğu problemleri de ortadan kaldıracaktır.

#### **2.4 Ulusal Turizm Konseyinin Kurulamamış Olması**

Türkiye 2023 Turizm Stratejisi (2007) kapsamında kurulması planlanan Ulusal Turizm Konseyinin hala kurulamamış olması, ve ülkemizdeki turizm ile ilgili kurum ve kuruluşların bir çatı altında birleştirilememesi yani turizm örgütlenmesindeki dağınıklık ve düzensizlik nedeniyle; turizmle ilgili tüm tarafların bir araya getirilerek katılımlarının sağlanması zorlaşmaktadır. Bu nedenle turizm ile ilgili kararlar ve dolayısıyla politikalar da sınırlı bir kesimin katılımıyla oluşturulmaktadır.

Bahsedilen Konsey modeli, noktasal ölçekte Turizm Konseylerinin, İl Konseyleri kapsamında çalışması ve bunların merkezde bütünleşmesi ile oluşan Ulusal Turizm Konseyi'ni işaret etmektedir. Böylece tüm turizm paydaşlarının uyumlu ve verimli bir şekilde tek çatı altında toplanabileceği bir yapının oluşturulması, işlerliğin ve verimliliğin artırılması planlanmaktadır. Bu durum Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ün örgütlenme başlığı altında "iyi yönetim ilkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve Sivil Toplum Kuruluşlarının karar verme süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi" ve "bu oluşumların kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği doğrultusunda yapılandırılması, bu doğrultuda turizm sektörüne yön verecek kurumsal yapılanmaya gidilmesi ve bu kurumsal yapılarda özel sektörün beklentileri doğrultusunda, kamunun ve özel sektör birliklerinin makro politikalarını eşgüdümleyecek çalışmalara önem verilmesi" şeklinde geçmektedir.

Bütün sorunlarını tüm yerel paydaşların katılımıyla kendi içinde çalışarak çözümler üretecek olan yerel (noktasal) konseyler, İl Konseyi kapsamında somut formlere ve ekonomik projelere dönüştürülerek, Ulusal Turizm Konseyi altında koordine edilecektir. Noktasal olarak, kent veya ilçe kapsamında, kaymakamlık, belediye, sivil toplum kuruluşları, meslek örgütleri, sektörel işletmeler gibi unsurlar işbirliği içinde çalışacaktır. Yol, su, elektrik,

arıtma gibi temel altyapıdan başlayarak, çevre kirliliği, pazarlama ve esnaf-hanuçtu sorunlarına kadar bir çok turizm sorununun çözümlenebileceği düşünülmektedir (Cengiz, 2010, <http://www.turizmguncel.com/?tg=makale&i=67>). Ülke çapındaki her turistik belde niteliğindeki kasaba, ilçe ve il kapsamında tüm aktif ve pasif turizm paydaşlarının disiplinli olarak toplanarak, yerel turizm gündem başlıklarını tartışıp uygulamaya yönelik projeler üretmelerine ortak bir zemin oluşması, tüm mekanizmayı aktive edecektir (Cengiz, 2010, <http://www.turizmguncel.com/?tg=makale&i=365.18.09.2011>)

Konsey modeli, turizmde potansiyeli olan alt destinasyonlar ölçeğinden başlayarak, iller kapsamında ihtiyaç duyulan her türlü çalışmayı tüm paydaşların birlikte ve sürekli yürütebileceği yasal ortamı sağlayacaktır. Sadece TURSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği)'ın yasal örgüt desteği, diğer mesleki örgütlenmelerde eksik kalmıştır (<http://www.turizm gazetesi.com/article.aspx?id=62110>).Örneğin, Türkiye'de Otelciler Birliği hala dernek statüsünde bulunmaktadır. Aynı şekilde PTR'nin de halen meslek yasası çıkarılabilmiş değildir.

Bu bakımdan yerel, il,bölgesel ve ulusal konsey bazında; ziyaretçileri ve bölgeyi en yakından tanıyan PTR dernek ve odalarına yada alanında uzman PTR'ye de yer verilmesi, görüşlerinin alınması, problemlere çözüm önerilerinin dinlenmesi önemlidir. Bu sayede turizmin her alanında faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar bir araya gelebilecektir.

Sadece Kültür ve Turizm Bakanlığının teşkilatlanması ile yetinen eski yaklaşım, mesleki örgütlenmeleri ihmal etmiştir. Çıkarılan TURSAB yasası da sadece acenteler ölçeğinde kalmıştır. Bu bakımdan, daha geniş çapta, tüm turizm paydaşlarını bir araya getirecek çağdaş bir örgütlenme tarzının benimsenmesi gerekmektedir. Oluşturulacak politika ve stratejiler sadece turizmin belli bileşenlerini (konaklama tesisleri, seyahat acenteleri vs. gibi) yansıtmamalı, daha geniş çapta değerlendirilmelidir. Bu nedenle turizm politika ve stratejilerinin turizmle ilgili tüm kişi, kurum ve kuruluşların bir araya gelerek, ortak akılla oluşturulması önem taşımaktadır. Bu şekilde kalıplaşmış, dar turizm politikalarının yerine, çok yönlü, turizmin etkileştiği tüm alanları kapsayacak nitelikte bir turizm anlayışı oluşabilecektir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### PROFESYONEL TURİST REHBERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, araştırmanın önemi ve amacına, yöntemine, evren ve örnekleme, araştırmanın bulgularına yer verilip sonuçlar ve öneriler geliştirilmiştir.

#### 3.1 Araştırmanın Önemi ve Amacı

Araştırmanın amacı, PTR'nin turizm politikalarına sağlayabilecekleri katkılar hakkındaki düşüncelerinin ortaya çıkarılması, PTR'nin turizm politikaları oluşturulurken katkıda bulunup bulunmadığı, bulunuluyorsa hangi konularda katkıda bulunulduğu, acenteler ya da Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın PTR'nin görüşlerine ve deneyimlerine başvurup başvurmadığı, başvuruluyorsa bu fikirlerden ne derece faydalandığını tespit etmektir.

Konu ile ilgili yerli literatür incelendiğinde PTR'nin turizm politikalarına katkılarını ele alan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla yapılan bu araştırmanın rehberlik mesleğine farklı bir bakış açısı kazandırması açısından önem taşımaktadır..

#### 3.2 Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma için temel olarak iki tür veri toplama yöntemi kullanılmıştır: Birincil veri toplama yöntemi ve ikincil veri toplama yöntemi. İkincil veri toplama yöntemi olarak literatür taraması yapılmıştır.

Çalışmada kullanılan birincil veriler ise; anket (nicel) ve mülakat (nitel) olarak iki farklı yönde ortaya konulmuştur. Konu ile ilgili daha önce geliştirilmiş bir veri toplama aracı bulunmaması nedeniyle; literatür taraması, PTR'nin, PTR dernek ve odalarının (İRO, BORED) görüşlerinden hareketle bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formu, uzman görüşleri doğrultusunda düzenlenmiş ve son şekli verilmiştir.

Birinci bölüm araştırmaya katılan PTR'nin sosyo-demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorulardan oluşmakta ve bu bölümde toplam 14 soru yer almaktadır. Sosyo-demografik sorular katılımcıların; cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, mesleki rehberlik eğitimini nerede aldıkları, yabancı dili, rehberlik tecrübesi, rehberlik dışında ek bir iş yapıp yapmadıkları, sosyal güvenlik durumu, Bakanlığın belirlediği taban ücreti alabilme durumu ile ilgili bilgilerini edinmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla amaçlı kapalı uçlu sorulara, iki şıklı sorulara, çoktan seçmeli sorulara ve birden çok seçenekli sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise PTR'nin turizm politikalarına katkılarına yönelik görüşlerini almak amacıyla 5'li Likert tipinde 24 ifade bulunmaktadır. Seçenekler, (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir. Bu kısmın sonunda "Yukarıdakilere ek olarak PTR'nin başka konularda katkı sağlayabileceğini

düşünüyorsanız yazınız.” şeklinde açık uçlu bir ifade yer almaktadır. Son bölümde ise Türkiye’deki PTR’nin sorunlarını belirlemeye yönelik çoktan seçmeli ifadeler yer almaktadır.

Anket sonucunda ortaya çıkmayan, kişilerin duygu ve düşüncelerini bildiren verilere de mülakat yöntemi ile ulaşılmaya çalışılmıştır. PTR ile mülakat yapılarak bu kişilerin görüşleri alınmaya çalışılmıştır. Mülakatlarda yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır.

### 3.3 Evren ve Örneklem

2011 verilerine göre, Türkiye’ de yaklaşık 9000’i aktif olarak rehberlik yapan toplam 13.000 PTR bulunmaktadır (<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/belge/1-85425/2011-yili-illere-gore-rehber-sayilari.html>). İl bazında PTR sayıları Tablo 3.1’de verilmiştir.

Araştırmanın evreni öncelikle turizm sektöründe aktif olarak çalışan yaklaşık 9000 PTR ile sınırlandırılmıştır. Pasif PTR, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli olmalarına rağmen herhangi bir nedenle rehberlik kimlik kartlarını kullanamayan ve sektörde profesyonel olarak çalışmayan PTR’yi ifade etmektedir. Bu nedenle pasif PTR araştırma evreninin dışında bırakılmıştır.

**Tablo 3. 1. İllere Göre PTR Sayısı**

İl Adı	Ülkesel Aktif	Ülkesel Pasif	Bölgesel Aktif	Bölgesel Pasif	Bay	Bayan	Toplam
Adana	72	12	7	47	83	55	138
Ankara	1038	938	0	1	1275	702	1977
Antalya	1403	304	24	101	1364	468	1832
Aydın	212	10	2	0	131	93	224
Balıkesir	26	2	0	0	18	10	28
Bursa	125	20	12	88	165	80	245
Çanakkale	65	8	23	50	86	60	146
Denizli	14	0	0	0	11	3	14
Diyarbakır	8	2	2	10	17	5	22
Erzurum	13	1	0	0	8	6	14
Gaziantep	72	10	19	67	119	49	168
Hatay	42	6	0	0	26	22	48
İstanbul	3353	1162	52	99	3005	1661	4666
İzmir	1315	640	28	80	1252	811	2063
Konya	78	6	2	16	75	27	102
Mersin	83	41	1	10	73	62	135
Muğla	297	68	0	0	243	122	365
Nevşehir	458	90	15	70	472	161	633
Samsun	17	0	0	0	7	10	17
Sivas	4	0	0	0	4	0	4
Şanlıurfa	29	27	0	0	45	11	56
Trabzon	47	10	5	37	62	37	99
Van	23	1	0	0	17	7	24
<b>Toplam</b>	<b>8794</b>	<b>3358</b>	<b>192</b>	<b>676</b>	<b>8558</b>	<b>4462</b>	<b>13020</b>

Kaynak: (<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/belge/1-85425/2011-yili-illere-gore-rehber-sayilari.html>)

Tablo 3.2’ de de evren büyüklüğü 9000 olan bir araştırma için kabul edilebilir örneklem büyüklüğünün 368 olduğu görülmektedir. Araştırmanın sonucunda 379 anket elde edilmiş, 5 tanesi eksik veriye sahip olduğu için değerlendirmeye dahil edilmemiş, 374 anket formu üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 3.2. Belli Evrenler İçin Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri**

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	190	127	1100	285	5000	357
20	19	200	132	1200	291	6000	361
30	28	250	152	1300	297	7000	364
40	36	300	169	1400	302	8000	367
50	44	350	185	1500	306	<b>9000</b>	<b>368</b>
60	52	400	196	1600	310	10000	370
70	59	450	212	1700	313	15000	375
80	66	500	217	1800	317	20000	377
90	73	550	226	1900	320	30000	379
100	80	600	234	2000	322	40000	380
110	86	650	242	2200	327	50000	381
120	92	700	248	2400	331	75000	382
130	97	750	254	2600	335	100000	384
140	103	800	260	2800	338		
150	108	850	265	3000	341		
160	113	900	269	3500	346		
170	118	950	274	4000	351		
180	123	1000	278	4500	354		

**N:** Evren, **S:** Örneklem Büyüklüğü

Kaynak: (Altunışık, Coşkun ve Bayraktaroğlu, 2004, s. 125)

### 3.4 Veri Toplama Süreci

#### 3.4.1. Nitel veriler

Ankete son halinin verilmesinin ardından uygulama aşamasına geçilmiştir. Anketin uygulanması 2011 yılı Ekim, Kasım ve Aralık aylarında gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan anketler Ekim ve Kasım ayları içerisinde PTR’ye elektronik posta yolu ile ulaştırılmıştır. PTR’nin mail adreslerine “<http://www.turkishguides.org/>” (Turkish Tour Guides) sitesi ve çeşitli PTR dernek ve odalarının web sitelerinde bulunan üye PTR’nin iletişim bilgilerinden ulaşılmıştır. Bu yöntemle anketlerin doldurulma oranı düşük kalmıştır. Bu nedenle “[www.online-anket.gen.tr](http://www.online-anket.gen.tr/)” adresinden yararlanarak, daha çok PTR’ye ulaşmak amacıyla anket online halde hazırlanmış ve anket linki PTR’nin mail adreslerine yollanmış, çeşitli



sosyal paylaşım sitelerindeki PTR gruplarında ve PTR derneklerinin mail gruplarında yayınlanmıştır. Bu şekilde, araştırma örneklemini oluşturan 269 PTR'ye ulaşılmıştır.

PTR'nin dinamik bir yapıya sahip olmaları araştırmada PTR'den veri toplamayı önemli oranda zorlaştırmaktadır. Çünkü PTR, farklı destinasyonlarda, farklı sezonlarda çalışabilmekte ve farklı dernek veya odaya üye olabilmektedir. Araştırmanın mali sınırlılıkları da düşünüldüğünde, turistik merkezlere gidip, PTR'ye hazırlanan anket formunun doldurulması ve mülakatlar gerçekleştirilmesi tercih edilmemiştir. Zaten yüksek sezonda PTR yoğun olmaları dolayısıyla zaman ayırmak istemeyebileceklerdir. Bu nedenle; PTR'nin anketlere katılmasında en önemli olanak yılda bir kez Kasım ve Aralık aylarında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın denetim ve gözetiminde, meslek odaları tarafından düzenlenen PTR hizmet içi eğitim seminerleridir. PTR, hangi ilin kültür ve turizm müdürlüğüne kayıtlı olursa olsun meslek odalarının herhangi birinin düzenlediği hizmet içi eğitim seminerlerine katılabilmektedirler. ARO'nun Antalya' da düzenlediği seminere sadece ARO üyeleri değil, o tarihlerde Antalya'da bulunan PTR de katılabilmektedirler. Araştırmacının ulaşılabilirliği, zaman ve bütçe ile ilgili gerekçeler dikkate alınarak anket uygulamasının ARO'nun Aralık ayında düzenlemiş olduğu seminer sırasında yapılmasına karar verilmiştir.

Profesyonel turist rehberliği yönetmeliğinin 32. maddesine göre PTR, her yıl düzenlenen, biri Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen zorunlu konularda olmak üzere en az üç konuda hizmet içi eğitim seminerine katılmak zorunda olduklarından dolayı araştırmanın örneklemini oluşturan diğer 105 PTR'ye de Antalya'da düzenlenen seminerler sırasında ulaşılmıştır. Öncelikle anketin seminerler sırasında gerçekleştirilebilmesi için ARO ile görüşülerek gerekli izin alınmış ve seminerler süresince anketler uygulanmıştır.

### **3.4.2 Nicel veriler**

Mülakatların büyük bir kısmı Antalya' da ARO'nun düzenlemiş olduğu ve PTR'nin her yıl katılmak zorunda olduğu hizmet içi eğitim seminerlerinde gerçekleştirilirken bir kısımda da, daha önce yapılmıştır. Araştırmada kullanılan mülakat yöntemi yarı yapılandırılmış mülakat yöntemidir. Çeşitli PTR dernek ve odalarına üye, farklı dillerden lisansı bulunan 15 PTR ile görüşülmüştür.

### **3.5 Verilerin Analizi**

Çalışmaya katılan PTR'nin vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda elde edilen veriler sosyal bilimler için geliştirilmiş olan SPSS 17.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir.

Grupların genel dağılım özelliklerini belirlemede frekans (f), yüzde (%), aritmetik ortalama ( $\bar{x}$ ) ve standart sapma (ss) değerlerinden yararlanılmıştır. Araştırmada, PTR'nin kendilerine yöneltilen ifadelerin demografik ve mesleki özelliklerine göre (yaş, eğitim,

rehberlik deneyimi, çalışma şekli, rehberlik lisans dili gibi) farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testleri ile değerlendirilmiştir. İki düzeyde anlamlı farklılığın incelendiği durumlar için Mann Whitney U, üç ve daha fazla düzey için ise Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. Yapılan karşılaştırmalarda öncelikle grubun dağılımının normal olup olmadığına bakılmıştır. Grupların normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov-Simirnov (K-S) testi ile kontrol edilmiştir. K-S testi sonuçları 0,000 ( $p < 0,001$ ) olarak bulunmuştur. Bu bulgu normal dağılımın karşılanmadığını göstermiştir. Bu nedenle parametrik testler yerine parametrik olmayan testler kullanılmıştır. Bulguların anlamlı olup olmadığının yorumlamasında 0,05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır.

Ölçek güvenilirliği Croanbach's Alpha testi ile test edilmiştir. Anket güvenilirlik analizi sonucunda, Croanbach's Alpha sayısı 0,723 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,60 - 0,80 aralığında olduğu için test oldukça güvenilir olarak kabul edilebilir. Alfa katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme kriteri şu şekildedir (Özdamar, 1999; Akgül ve Çevik, 2005);

- $0,00 < \alpha \leq 0,40$  ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 < \alpha \leq 0,60$  ise ölçek düşük güvenilirliktedir.
- $0,60 < \alpha \leq 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0,80 < \alpha \leq 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

### 3.6 Anketle Elde Edilen Bulgular

Ankete katılan PTR'nin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, mesleki rehberlik eğitimini nerede aldıkları, rehberlik lisans dili, rehberlik tecrübesi, rehberlik dışında ek bir iş yapıp yapmadığı, herhangi sosyal güvenlik kurumuna bağlı olup olmadığı, yaptığı tur başına taban ücret alıp almama durumu, herhangi bir rehberlik odası veya derneğine üye olup olmadığı, yılda ortalama kaç acente ile çalışıldığı ve çalışma şekli sorulmuştur. Ankete katılanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 3.3' de gösterilmektedir.

**Tablo 3.3. Araştırmaya Katılan PTR' nin Demografik ve Mesleki Özellikleri**

		<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	101	27,0
	Erkek	273	73,0
	Toplam	374	100,0
<b>Yaş</b>	18-24	28	7,5
	25-30	98	26,2
	31-35	67	17,9
	36-40	55	14,7
	41 ve üzeri	126	33,7
	Toplam	374	100,0
	<b>En son mezun olunan okul</b>	Lise	26
Önlisans		79	21,1
Lisans		230	61,5
Yüksek Lisans		34	9,1
Doktora		5	1,3
Toplam		374	100
<b>Medeni durum</b>	Evli	181	48,4
	Bekar	193	51,6
	Toplam	374	100
<b>Kokartı hangi yolla aldığı</b>	Bakanlık Kursu	210	56,1
	Lisans eğitimi	73	19,5
	Meslek yüksek okulu	91	24,3
	Toplam	374	100
<b>Rehberlik lisans dili</b>	İngilizce	213	57,0
	Almanca	55	14,7
	Fransızca	31	8,3
	Diğer	75	20,1
	Toplam	374	100
<b>Üyesi olunan oda veya dernek</b>	İRO	78	20,9
	ARO	70	18,7
	İZRO	21	5,6
	Diğer	77	20,6
	Üye değil	128	34,2
	Toplam	374	100
<b>Rehberlik deneyimi</b>	1-5 yıl	102	27,3
	6-10 yıl	90	24,1
	11-15 yıl	56	15,0
	16-20 yıl	47	12,6
	21 yıl ve üzeri	79	21,1
	Toplam	374	100
<b>Rehberliğin asıl iş ya da ek iş olarak mı yapıldığı</b>	Asıl iş	292	78,1
	Ek iş	82	21,9
	Toplam	374	100
<b>Bir yılda çalışılan acente sayısı</b>	Tek	93	24,9
	2-5	187	50,0

	6'dan fazla	94	25,1
	Toplam	374	100
<b>Sosyal güvenceye sahip olma</b>	SSK	196	52,4
	Bağkur	45	12,0
	Emekli sandığı	25	6,7
	Özel sigorta	30	8,0
	Yok	78	20,9
	Toplam	374	100
<b>Çalışma şekli</b>	Sözleşmeli	79	21,1
	Bağımsız (yevmiyeli)	295	78,9
	Toplam	374	100
<b>Taban yevmiyeleri alabilme</b>	Evet	67	17,9
	Hayır	205	54,8
	Bazen	102	27,3
	Toplam	374	100

Tablo 3.3' de görüldüğü gibi araştırmaya katılan PTR'nin %73'ünün bay, % 27'sinin de bayanlardan oluştuğu görülmektedir. PTR bir erkek mesleği gibi görünmektedir. Çalışmaya katılan PTR'nin %7,5'i 18-24 yaş, %26,2'si 25-30 yaş, %17,9'u 31-35 yaş grubuna dahildir ve % 33,7'si de 41 yaş ve üzerinde bulunmaktadır. Ankete katılanların %7'si lise, %21,1'i önlisans, %61,5'i lisans, %9,1'i yüksek lisans ve %1,3'ü doktora mezunudur. PTR'nin üçte ikisi lisans mezunudur. Katılımcıların % 48,4'ünün evli, %51,6'sının bekar olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan PTR'nin yarıdan fazlası (%56) mesleki rehberlik eğitimlerini, Kültür ve Turizm Bakanlığının düzenlemiş olduğu turist rehberliği kurslarını, %24,3'ü meslek yüksek okullarındaki önlisans düzeyinde turist rehberliği programını, %19,5'i ise lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimini tamamlayarak elde etmişlerdir.

Ankete katılan PTR'nin rehberlik lisans dillerine bakıldığında, yarıdan fazlasının (%57) İngilizce, %14,7'sinin Almanca, % 8,3'ünün de Fransızca dillerinde PTR oldukları görülmektedir. PTR'nin % 20,1'lik kısmı diğer seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu seçeneği işaretleyenlerin rehberlik lisans dilleri ile sırası ile Rusça, Hollandaca, İtalyanca, İspanyolca, Arapça, Japonca, Bulgarca, Flemenkçe, Norveççe, Yunanca, Lehçe ve Urduca'dır.

Ankete katılan PTR'nin %20,9'u İRO'ya, %18,7'si ARO'ya, %6'sı İZRO' ya üyedir. Rehberlerin %34,2'si herhangi bir oda veya derneğe üye olmadıklarını belirtmişlerdir. Yine % 20,6'lık bir kesim diğer seçeneğini işaretlemiştir. Araştırmaya katılan üç PTR'den ikisi bir meslek kuruluşuna üyedir. Diğer seçeneğini işaretleyen PTR'nin üyesi buldukları oda ve dernekler sırası ile KARED, GÜMRED, KURED, ARED, KARDER, GARED, BORED, MARED' dir.

Çalışmaya katılan PTR'nin %27,3'ünün 1-5 yıllık, %24,1'i 6-10 yıllık, %15'i, 11-15 yıllık, %12,6'sı 16-20 yıllık, % 21,1'i ise 21 yıl ve üzeri rehberlik deneyimleri bulunmaktadır.

Ankete katılan PTR'nin %78,1'inin rehberlik dışında ek bir iş yapmadığı görülürken, % 21,9'u da ek bir iş yaptığını belirtmiştir. Katılımcıların sosyal güvenlik durumlarına bakıldığında ise, % 52,4'ünün Sosyal Sigortalar Kurumuna bağlı olduğu, %12'sinin Bağkura, %6,7'sinin Emekli Sandığına bağlı olduğu görülmektedir. PTR'nin %20,9' unun herhangi bir sosyal sigorta kurumuna bağlı olmadıkları ve %8'inin de özel sigorta yaptırdığı görülmektedir.

Ankete katılan PTR'nin yarısı (%50) yılda 2-5 acente ile, % 25,1'i 6'dan fazla acente ile çalıştığını belirtmiştir. PTR'nin %24,9'unun ise tek acente ile çalıştıkları görülmektedir. Ankete katılan PTR'nin %21,1'i acenteler ile sözleşmeli olarak çalıştığını bildirmiş, %78,9'u ise bağımsız (yevmiyeli) olarak çalıştığını belirtmiştir. Ankete katılan PTR'nin % 17,9' u Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenen taban ücretleri aldığını, %54,8'i taban ücretleri alamadığını, %27,3'ü ise taban ücretleri bazen alabildiğini belirtmişlerdir.

### **3.6.1 Araştırmaya katılan PTR' nin Görüşlerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları**

PTR'nin görüşlerini almak amacıyla kendilerine yöneltilmiş 24 ifadeye verdikleri yanıtlar incelenmiş ve Tablo 3.4' de verilmiştir.

Tablo 3.4 incelendiğinde PTR' nin %35'i, "Turizm sektörü içerisinde PTR'ye hak ettiği değer verilmektedir." ifadesine kesinlikle katılmadıklarını, %42'si ise bu ifadeye katılmadıklarını belirtmişlerdir. PTR'nin %3,2'si kesinlikle katılmadıklarını, %7,2'si de katıldıklarını belirtmişleridir. Bu sonuçlara göre, PTR'nin büyük bir bölümü (%77,8) turizm sektörü içerisinde hakettikleri değeri görmediklerini düşünmektedir.

"Turizm politikaları oluşturulurken PTR'nin de görüşlerinin alınması önemlidir." ifadesine PTR'nin %66,8'inin kesinlikle katıldığı, %25,9'ununda katıldığı görülmektedir. Bu sonuçtan PTR'nin turizm politikalarına katkı yapabileceklerinin farkında oldukları ve görüşlerinin alınmasına olumlu yaklaştıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılan PTR'nin %33,2'si "Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm politikalarının oluşturulma sürecinde PTR oda ve derneklerinin görüşünü almaktadır." ifadesine katılmadıklarını, %18,2'si de kesinlikle katılmadıklarını belirtmiş, yalnızca %9,6' lık bir kesim kesinlikle katıldığını belirtmiş, % 12,8'i ifadeye katıldığını belirtmiştir. Katılımcılara, "Bakanlık politika oluşturma sürecinde sadece PTR oda ve dernek başkanlarının görüşünü almaktadır." şeklinde bir ifade yöneltilmiştir. Bu ifadeye ise PTR'nin %35'inin katılmamakta olduğu, %18,4'ünün kesinlikle katılmamakta olduğu, %21'lik bir kesimin bu ifadeye katılmakta olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre, PTR'nin yarıdan fazlası (%53), Bakanlığın turizm politikalarının oluşturulma sürecinde PTR'den görüş almadığını düşünmektedir.

“Bu güne kadar oluşturulmuş turizm politikalarında PTR’nin görüşleri alınmıştır.” ifadesine, PTR’nin %46’sı katılmamış, % 31’i ise kesinlikle katılmamıştır. Dolayısıyla PTR’nin büyük bir bölümünün (%77), bu güne kadar uygulanmış turizm politikalarının oluşturulma sürecinde görüşlerinin alınmadığını düşünmekte olduğu söylenebilir. PTR’ye yöneltilen “Bakanlık PTR’den aldığı görüşleri uygulamaya koymaktadır.” ifadesine ise, PTR’nin %47,1’i kesinlikle katılmazken, %37,7’si de katılmadığını belirtmiştir.

Bu sonuca göre yine PTR’nin büyük bir bölümünün (%84) Kültür ve Turizm Bakanlığı ile görüş alışverişinin yetersiz olduğunu düşünmekte olduğu sonucuna varılabilir.

PTR’ye yöneltilen “Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile iş birliği içindedir.” ifadesine PTR’nin %28,3’ ü katılmıyorum cevabını, %13,6’sı kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir. PTR’nin %36,1’inin bu ifadede kararsız olduğu, %17,4’ünün ise katılıyorum cevabını vermiş olduğu görülmektedir. Bu ifadeden sonra, “Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile daha çok işbirliği içinde olmalıdır.” ifadesine verilen cevaplara bakıldığında, PTR’nin yarısından fazlasının (%54,3) bu ifadeye kesinlikle katılıyorum cevabını verdiği görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle, çalışmaya katılan PTR’nin çoğunluğunun TUREB ile Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri arasındaki işbirliğini yetersiz buldukları ve daha fazla işbirliği içinde bulunulması gerektiğini düşündükleri söylenebilir.

Araştırmaya katılan PTR’nin %47’si, “PTR pazarlama politikalarına katkıda bulunmalıdır.” ifadesine kesinlikle katıldığını, %39’u ise katıldığını belirtmiştir. “PTR imaj ve tanıtım politikalarına katkıda bulunabilirler.” ifadesine ise, PTR’nin %67,1 gibi büyük bir kısmının kesinlikle katıldığı görülmektedir. Yine PTR’nin yarısı (%51,9) “PTR markalaşma politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.” ifadesine kesinlikle katılmıştır. Çalışmaya katılan PTR’nin %62’sinin, “PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdır.” ifadesine kesinlikle katıldığı görülmektedir. PTR’nin %67,6’sı, “PTR kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda katkıda bulunmalıdırlar.” ifadesine ise kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. “PTR acentelere yeni destinasyon önerisinde bulunmalıdırlar.” ifadesine bakıldığında, PTR’nin yarısından fazlasının (%59,6) bu ifadeye kesinlikle katıldığı gözlemlenmektedir.

**Tablo 3.4. Araştırmaya katılan PTR' nin Görüşlerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları**

<b>İFADELER</b>		<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>	<b>Ortalama (x̄)</b>	<b>Standart Sapma</b>
Turizm sektörü içerisinde PTR'ye hak ettiği değer verilmektedir.	<b>n</b>	134	157	44	27	12	2,00	1,028
	<b>%</b>	35,8	42,0	11,8	7,2	3,2		
Turizm politikaları oluşturulurken PTR'nin de görüşlerinin alınması önemlidir.	<b>n</b>	8	9	10	97	250	4,53	,840
	<b>%</b>	2,1	2,4	2,7	25,9	66,8		
Bakanlık politika oluşturma sürecinde PTR oda ve derneklerinin görüşünü almaktadır.	<b>n</b>	68	124	98	48	36	2,63	1,198
	<b>%</b>	18,2	33,2	26,2	12,8	9,6		
Bakanlık politika oluşturma sürecinde sadece oda ve dernek başkanlarının görüşünü almaktadır.	<b>n</b>	69	131	94	55	25	2,56	1,146
	<b>%</b>	18,4	35,0	25,1	14,7	6,7		
Bugüne kadar oluşturulan politikalarda PTR'nin görüşleri alınmıştır.	<b>n</b>	116	172	64	13	9	2,00	,916
	<b>%</b>	31,0	46,0	17,1	3,5	2,4		
Bakanlık PTR'den aldığı görüşleri uygulamaya koymaktadır.	<b>n</b>	176	141	40	7	10	1,75	,914
	<b>%</b>	47,1	37,1	10,7	1,9	2,7		
Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile iş birliği içindedir.	<b>n</b>	51	106	135	65	17	2,71	1,050
	<b>%</b>	13,6	28,3	36,1	17,4	4,5		
Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile daha çok işbirliği içinde olmalıdır.	<b>n</b>	12	9	14	136	203	4,36	,915
	<b>%</b>	3,2	2,4	3,7	36,4	54,3		
PTR pazarlama politikalarına	<b>n</b>	8	14	29	146	177		

katkıda bulunmalıdırlar.	%	2,1	3,7	7,8	39,0	47,3	4,26	,911
PTR imaj ve tanıtım politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.	n	6	6	7	104	251		
	%	1,6	1,6	1,9	27,8	67,1	4,57	,757
PTR markalaşma politikalarına katkıda bulunmalıdırlar	n	9	11	27	133	194		
	%	2,4	2,8	7,2	35,6	51,9	4,32	,910
PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.	n	9	10	11	112	232		
	%	2,4	2,7	2,9	29,9	62,0	4,47	,871
PTR kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda katkılarda bulunmalıdırlar.	n	5	3	11	102	253		
	%	1,3	,8	2,9	27,3	67,6	4,59	,714
PTR acenteye yeni destinasyon önerisinde bulunabilirler.	n	7	17	8	119	223		
	%	1,9	4,5	2,1	31,8	59,6	4,43	,887
Acenteler PTR'nin önerilerini dikkate alır.	N	48	97	114	84	31		
	%	12,8	25,9	30,5	22,5	8,3	2,87	,1147
Acenteler PTR'nin deneyimlerinden yararlanmaktadır.	N	29	75	122	113	35		
	%	7,8	20,1	32,6	30,2	9,4	3,13	1,083
Turizm konseylerinin oluşturulması ile PTR'nin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.	N	5	6	49	189	125		
	%	1,3	1,6	13,1	50,5	33,4	4,13	,796
PTR meslek yasası çıkınca rehberlerin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.	N	16	18	68	129	143		
	%	4,3	4,8	18,2	34,5	38,2	3,98	1,070
Yabancı ülkelerde politika oluşturma sürecinde PTR'den daha çok yararlanılmaktadır.	N	18	28	154	95	79		
	%	4,8	7,5	41,2	25,4	21,1	3,51	1,055
Bakanlık PTR'nin	N	105	142	81	35	11		



deneyimlerinden aktif olarak faydalanmaktadır.	%	28,1	38,0	21,7	9,4	2,9	2,21	1,046
Tursab, Meslek Odalarının, derneklerin ve PTR'nin görüşlerine başvurmaktadır.	N	78	117	106	48	25		
	%	20,9	31,3	28,3	12,8	6,7	2,53	1,152
Bakanlık ve sektör yetkilileri PTR'nin deneyimlerinden ve fikirlerinden daha fazla yararlanmalıdır.	N	11	23	22	124	194		
	%	2,9	6,1	5,9	33,2	51,9	4,25	1,014
Türkiye de Turizm sektörünün PTR'ye bakış açısı olumludur.	N	60	140	108	52	14		
	%	16,0	37,4	28,9	13,9	3,7	2,57	1,037
Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.	N	33	70	117	123	31		
	%	8,8	18,7	31,3	32,9	8,3	3,13	1,089

Acentelerle ilgili ifadelerden biri olan ‐Acenteler PTR'nin önerilerini dikkate alır.‑ ifadesine, PTR'nin %38,7'si olumsuz görüş belirtirken, %31,8'i de olumlu görüş bildirmektedir. % 30,5'i ise ifade hakkında kararsız olduğunu belirtmiştir. Bir diğer ifade olan ‐Acenteler PTR'nin deneyimlerinden yararlanmaktadır.‑ ifadesine ise PTR'nin %30'u katıldığını belirtmiş, %20'si katılmadığını belirtmiş, %32,6'sı ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

PTR'nin yarısının (%50,5) ‐Turizm konseylerinin oluşturulması ile PTR'nin turizm politikalarına daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.‑ ifadesine kesinlikle katıldığı, %33,4'ünün de kesinlikle katıldığı görülmektedir. PTR'nin büyük kısmı (%84) turizm konseylerini desteklemektedir. PTR'nin %38,2', ‐Rehberlik meslek yasası çıkınca PTR'nin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.‑ ifadesine kesinlikle katıldığını belirtirken, %34,5'i de katıldığını belirtmiştir. PTR'nin büyük bir bölümü (%72) meslek yasasının çıkmasına destek vermektedir.

PTR'nin % 25,4'ünün, ‐Yabancı ülkelerde politika oluşturma sürecinde PTR'den daha çok yararlanılmaktadır.‑ ifadesine katıldığı, %21,1'ininde kesinlikle katıldığı görülmektedir. PTR'nin % 41,2' si ise bu konuda kararsız olduğunu belirtmiştir.

‐Bakanlık PTR'nin deneyimlerinden aktif olarak faydalanmaktadır.‑ ifadesi incelendiğinde, PTR'nin büyük çoğunluğunun (% 66) katılmadığı görülmektedir. ‐TURSAB meslek odalarının, derneklerin ve PTR'nin görüşlerine başvurmaktadır.‑ ifadesine ise PTR'nin yarısı (%52) katılmadığını belirtmiştir. PTR'nin % 28,3' ise bu konuda kararsız olduğunu belirtmiştir. ‐Bakanlık ve sektör yetkilileri PTR'nin deneyimlerinden ve fikirlerinden daha fazla yararlanmalıdır.‑ ifadesine PTR'nin, yarıdan fazlası (%51,9) kesinlikle katılırken, %33,2'side katıldığını belirtmektedir.

‐Türkiye'de turizm sektörünün PTR'ye bakış açısı olumludur.‑ ifadesine PTR'nin %37,4' katılmazken, %28,9'u kararsız olduğunu belirtmiş, %16'sı da kesinlikle katılmadığını, %13,9'u katıldığını belirtmiştir. Yani PTR'nin yarıdan fazlası (%53) turizm sektörünün PTR'ye bakışını olumsuz bulmuştur. ‐Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.‑ ifadesi incelendiğinde ise, PTR'nin % 32,9'u bu ifadeye katıldıkları, %31,3' ise kararsız olduğunu, %18,7'i katılmadığını belirtmiştir. Araştırmaya katılan her üç PTR'den biri toplumun PTR'ye bakış açısını olumlu, ikisi olumsuz bulmuştur.

Tablo 3.4 incelendiğinde, PTR'nin turizm politikalarına yapabilecekleri katkılar hakkındaki düşüncelerinin ortalamalarına bakıldığında, PTR en çok;

- kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda ( $\bar{x}=4,59$ ),
- imaj ve tanıtım politikalarında ( $\bar{x}=4,57$ ),

- sürdürülebilir turizm politikalarında ( $\bar{x}=4,47$ ),
- yeni destinasyon önerilerinde ( $\bar{x}=4,43$ ),
- markalaşma politikalarında ( $\bar{x}=4,32$ ),
- pazarlama politikalarında ( $\bar{x}= 4,26$ ) katkı sağlayabileceklerini düşünmektedirler.

### 3.6.2 PTR'nin Demografik ve Mesleki Özellikleri ile Turizm Politikalarına Katkılarına Yönelik Görüşlerinin Karşılaştırılması

Bu bölümde, PTR'nin kendilerine yöneltilen ifadelerle verdikleri cevaplar ile demografik ve mesleki özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testi ile incelenmiş olup sonuçlar tablolar yardımıyla verilmiştir.

PTR'nin kendilerine yöneltilen 24 ifadeye verdikleri cevaplar öncelikle cinsiyete göre farklılık analizine tabi tutulmuştur. Yapılan Mann Whitney U testi sonucunda, PTR'nin cinsiyetine göre anlamlı fark gösteren dört ifade bulunmuştur. Mann Whitney U test sonuçları Tablo 3.5' de verilmiştir.

**Tablo 3.5. PTR'nin Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Farklılaşması**

Fark Gösteren İfadeler	Cinsiyet	N	Sıra ort.	Sıra toplamı	U	p
Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile iş birliği içindedir.	Bay	273	179,73	49065	11664,5	,017*
	Bayan	101	208,51	21059		
PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.	Bay	273	199,01	54336	10643,5	,000**
	Bayan	101	156,38	15795		
Bakanlık PTR'den aldığı görüşleri uygulamaya koymaktadır.	Bay	273	182,53	49832	12431	,017*
	Bayan	101	200,92	20293		
Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.	Bay	273	188,64	49418	12017	,048*
	Bayan	101	184,43	20707		

\*p < 0,05

\*\*p < 0,001

Tablo 3.5 incelendiğinde, “Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile iş birliği içindedir.” ifadesinin PTR'nin cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmektedir (U=11664; p=0,017; p<0,05). Sıra ortalamaları dikkate alındığında bayan PTR'nin, ( $\bar{x}=208,51$ ) bay PTR'ye oranla ( $\bar{x}= 179,73$ ) daha fazla bu ifadeye katıldıkları

söylenbilir. Cinsiyete göre farklılık gösteren bir diğer ifade de “PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdır” ifadesidir ( $U=10643$ ;  $p=0,000$ ;  $p<0,01$ ). Sıra ortalamalarına bakıldığında, bay PTR'nin ( $\bar{x}=199,01$ ) sürdürülebilir turizm politikalarına katkı verme konusunda bayan PTR'ye ( $\bar{x}=156,38$ ) oranla daha kararlı oldukları anlaşılmaktadır. Anlamlı fark gösteren bir diğer ifade de “Bakanlık PTR'den aldığı görüşleri uygulamaya koymaktadır” olarak çıkmaktadır ( $U=12431$ ;  $p=0,017$ ;  $p<0,05$ ). Bay ve bayan PTR'nin sıra ortalamaları incelendiğinde bayan PTR'nin ( $\bar{x}=200,92$ ) erkeklere oranla ( $\bar{x}=182,53$ ) bakanlığın PTR görüşlerini uygulamaya koyduğunu daha fazla düşündükleri söylenebilir. Cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşan son ifade de, “Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur” ifadesidir ( $U=12017$ ;  $p=0,048$ ;  $p<0,05$ ). Sıra ortalamaları incelendiğinde bay PTR'nin ( $\bar{x}=188,64$ ), bayan PTR'ye göre ( $\bar{x}=184,43$ ) toplumun bakışını daha olumlu bulduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan PTR'nin yöneltilen 24 ifadeye verdikleri cevaplar ile kokart alma biçimleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığının anlaşılması için Kruskal Wallis testinden yararlanılmış ve anlamlı fark gösteren 3 ifade bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Bu farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 3.6'da verilmektedir.

Tablo 3.6 incelendiğinde, “PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.” ifadesi kokart alma biçimine göre anlamlı düzeyde fark bulunan ilk ifadedir ( $\chi^2=7,423$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Yanıtlar arasındaki anlamlı farklılığın kaynağını belirlemek için Mann Whitney U testi yapılmış ve sonucunda farkın kokartını bakanlık kurslarına katılarak alanlar ile lisans eğitime katılarak edinenler arasında ortaya çıktığı görülmüştür. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında; kokartını lisans eğitimi sonucunda alan PTR ( $\bar{x}=209,42$ ), bu konuda daha olumlu görünmektedirler. Bir başka ifade ile, kokartını lisans eğitimi sonucunda alan bay PTR, sürdürülebilir turizm politikalarına katkı konusunda daha istekli görünmektedirler. “PTR meslek yasası çıkınca PTR'nin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.” ifadesi anlamlı fark gösteren bir diğer ifadedir ( $\chi^2=9,078$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Farklılığın kaynağını bulmak amacıyla Mann Whitney U testi yapılmış ve sonucunda, farklılığın yine bakanlık kursu yoluyla kokart edinen ve Lisans eğitimi sonucunda kokart edinen PTR arasında olduğu görülmektedir. Kokartını lisans eğitimi sonucunda alan PTR ( $\bar{x}=215,34$ ), rehberlik meslek yasasının çıkışına daha fazla önem vermektedirler. Tablo 3.6 incelendiğinde farklılık gösteren son ifadenin “Bakanlık PTR'nin deneyimlerinden aktif olarak faydalanmaktadır.” ifadesi olduğu görülmektedir ( $\chi^2=7847$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Mann Whitney U test sonucuna göre, lisans eğitimi sonucunda rehberlik kokartını alanların ( $\bar{x}$ -

=215,44), meslek yüksek okullarından mezun olarak rehberlik kokartı edinenlere oranla ( $\bar{x}$ =170,80), Bakanlığın PTR'nin deneyiminden yararlandığını daha fazla düşündükleri görülmektedir.

**Tablo 3.6. PTR'nin Düşüncelerinin Kokartını Alma Biçimine Göre Farklaşması**

Fark Gösteren İfadeler	Kokart	N	Sıra ort.	$\chi^2$	sd	p	Anlamlı Fark
PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdır.	A.Bakanlık	210	176,80	7,423	2	,024	A-C
	B.Myo	91	194,61				
	C.Lisans	73	209,42				
Rehberlik meslek yasası çıkınca PTR'nin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.	A.Bakanlık	210	174,76	9,078	2	,011	A-C
	B.Myo	91	194,56				
	C.Lisans	73	215,34				
Bakanlık PTR'nin deneyimlerinden aktif olarak faydalanmaktadır.	A.Bakanlık	210	185,63	7,847	2	,020	B-C
	B.Myo	91	170,80				
	C.Lisans	73	215,44				

p < 0,05

PTR'nin kendilerine yöneltilen ifadelere verdikleri cevapların deneyimlerine göre fark gösterip göstermediğini belirleyebilmek için yine Kruskal Wallis testi kullanılmış ve bu test sonucunda anlamlı fark gösteren tek bir ifadeye rastlanmıştır ( $\chi^2=10745$ ; sd=4; p<0,05). Bu ifade “Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.” ifadesidir. Test sonuçları Tablo 3.7'de verilmiştir.

Anlamlı farklılığın hangi deneyim grupları arasında olduğunu belirleyebilmek için Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Buna göre farklılığın 21 yıl ve üzeri deneyim sahibi PTR ile 1-5 yıl, 6-10 yıl, 11-15 yıl ve 16-20 yıl tecrübesi olan PTR arasında olduğu ortaya çıkmıştır. Deneyim arttıkça sıra ortalamaları azalmaktadır. 21 yıl ve üzeri deneyim sahibi olan PTR ( $\bar{x}=157,8$ ); 1-5 ( $\bar{x}=200,35$ ), 6-10 ( $\bar{x}=198,47$ ), 11-15 ( $\bar{x}=200,38$ ) ve 16-20 ( $\bar{x}=173,17$ ) yıl arasında deneyimi olan PTR'ye oranla “Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.” ifadesine daha az itibar etmektedirler. PTR meslekteki deneyimleri arttıkça, toplumun mesleklerine bakış açısını da daha olumsuz bulmaktadırlar.

**Tablo 3.7. PTR'nin Düşüncelerinin Deneyimlerine Göre Farklılaşması**

Fark Gösteren İfade	Deneyim	N	Sıra ort.	$\chi^2$	sd	p	Anlamlı Fark
Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.	A.1-5	102	200,35	10,745	4	,030	A-E,
	B.6-10	90	198,47				B-E,
	C.11-15	56	200,38				C-E
	D.16-20	47	173,17				D-E
	E.21 ve üstü	79	157,80				

p < 0,05

PTR'nin kendilerine yöneltilen ifadeler ile, rehberlik mesleğinin hangi şekilde yapıldığı (asıl iş-ek iş) arasında anlamlı bir fark olup olmadığının belirlenebilmesi için Mann Whitney U testinden yararlanılmış ve test sonucunda anlamlı düzeyde fark gösteren iki ifade bulunmuştur. Test sonuçları Tablo 3.8' de verilmiştir.

**Tablo 3.8. PTR'nin Düşüncelerinin Çalışma Şekline Göre Farklılaşması**

Fark Gösteren İfadeler	Çalışma Şekli	N	Sıra ort.	Sıra toplamı	U	p
TURSAB, Meslek Odalarının, derneklerin ve PTR'nin görüşlerine başvurmuştur.	Asıl iş	292	181,4	52968	10190	,033
	Ek iş	82	209,4	17157		
PTR kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda katkılarda bulunmalıdır.	Asıl iş	292	176,5	54234	11295	,042
	Ek iş	82	214,4	12567		

p < 0,05

Tablo 3.8 incelendiğinde “PTR kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda katkılarda bulunmalıdır.” ifadesine verilen cevaplar PTR'nin mesleklerini nasıl yaptıklarına bağlı olarak anlamlı fark göstermektedir (U=11295; p=,042; p<0,05). Sıra ortalamaları incelendiğinde, rehberliği ek iş olarak yapanların ( $\bar{x}$ =214,4), asıl iş olarak yapanlara ( $\bar{x}$ =176,5) göre bu ifadeye daha çok katıldıkları söylenebilir. Yaşamlarını PTR olarak idame ettiren PTR'nin, turizmin olduğu kadar rehberliğin de en önemli kaynak değerlerini oluşturan kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda PTR'yi ikinci iş olarak yapanların gerisinde kalmaları üzerinde

düşünülmesi gereken ciddi bir konudur. Anlamli fark gösteren diğer ifade ise ‘‘Tursab, Meslek Odalarının, derneklerin ve PTR’nin görüşlerine başvurmaktadır.’’ ifadesidir (U=10190; p=0,033; p<0,05). PTR’yi ek iş olarak yapanların ( $\bar{x}$ =209,4), PTR’yi asıl iş olarak yapanlara oranla ( $\bar{x}$ =181,4), TURSAB’ın PTR’nin görüşlerine baş vurduğuna daha çok katıldıkları görülmektedir.

PTR’nin kendilerine yöneltilen ifadelere verdikleri cevaplar ile bir yılda ortalama çalışılan acente sayısı arasında fark olup olmadığının belirlenebilmesi için Kruskal Wallis testi kullanılmış ve anlamlı fark gösteren tek bir ifadeye rastlanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3.9’da verilmiştir.

**Tablo 3.9. PTR’nin Düşüncelerinin Bir Yılda Çalıştıkları Ortalama Acente Sayısına Göre Farklılaşması**

Fark Gösteren İfade	Acenta Sayısı	N	Sıra ort.	$\chi^2$	sd	p	Anlamli Fark
	A.Tek	66	111,26	7,873	2	,026	A-B
Acenta PTR’nin deneyiminden yararlanır	B.2-5	126	134,28				A-C
	C.6’dan fazla	65	136,06				

p < 0,05

Tablo 3.9 incelendiğinde, ‘‘Acenteler PTR’nin deneyimlerinden yararlanmaktadır.’’ ifadesine verilen cevapların, PTR’nin bir yılda çalıştıkları ortalama acente sayısına göre anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir ( $\chi^2=7,873$ ; sd=2; p<0,05). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenebilmesi için Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Test sonucuna göre, yılda 2-5 ve tek acente ile çalışan ve 6’dan fazla ve tek acente ile çalışan PTR’nin düşünceleri arasında fark olduğu anlaşılmıştır. Sıra ortalamaları incelendiğinde, 2-5 acenta ( $\bar{x}$ =134,28) ile çalışan PTR, tek acenteye çalışan PTR’ye göre ( $\bar{x}$ =111,26) acentenin deneyimlerden daha fazla yararlandığını düşünmektedirler. Ayrıca, yine sıra ortalamaları dikkate alındığında; 6’dan fazla acenta ( $\bar{x}$ =136,06) ile çalışan PTR’nin tek acenteye çalışan PTR’ye göre ( $\bar{x}$ =111,26) bu ifadeye daha fazla katıldıkları söylenebilir. Sonuç olarak birden fazla acente ile çalışan PTR’nin, acentenin deneyimlerden yararlanması konusuna daha fazla destek verdikleri söylenebilir.

PTR’nin kendilerine yöneltilen ifadelere verdikleri cevaplar ile, tur başına PTR taban yevmiyelerini alabilme durumları arasında anlamlı fark olup olmadığını belirleyebilmek için

yine Kruskal Wallis Testi kullanılmış ve fark gösteren beş ifade bulunmuştur. Analiz sonuçları Tablo 3.10’da verilmiştir.

**Tablo 3.10. PTR’nin Düşüncelerinin Taban Yevmiyeleri Alıp Alama Durumuna Göre Farklılaşması**

Fark Gösteren İfadeler	Yevmiye Alabilme	N	Sıra ort.	$\chi^2$	sd	p	Anlamlı Fark
Bakanlık politika oluşturma sürecinde sadece PTR oda ve dernek başkanlarının görüşünü almaktadır.	A.Evet	67	216,12	8,677	2	,017*	A-B
	B.Hayır	205	175,26				
	C.Bazen	102	193,30				
Acentalar PTR’nin önerilerini dikkate alır.	A.Evet	67	220,43	9,566	2	,008**	A-B
	B.Hayır	205	175,12				
	C.Bazen	102	190,75				
Bugüne kadar oluşturulan politikalarda PTR’nin görüşleri alınmıştır.	A.Evet	67	217,23	7,670	2	,022*	A-B
	B.Hayır	205	177,99				
	C.Bazen	102	187,09				
Toplumun PTR’ye bakış açısı olumludur.	A.Evet	67	214,85	6,375	2	,041*	A-C
	B.Hayır	205	185,12				
	C.Bazen	102	174,32				
Turizm sektörü içerisinde PTR’ye hak ettiği değer verilmektedir.	A.Evet	67	200,96	8,011	2	,018*	B-C
	B.Hayır	205	174,11				
	C.Bazen	102	205,57				

\*p < 0,05

\*\*p < 0,01

Tablo 3.10 incelendiğinde, anlamlı düzeyde fark gösteren ilk ifadenin “Bakanlık politika oluşturma sürecinde sadece PTR oda ve dernek başkanlarının görüşünü almaktadır” olduğu görülmektedir ( $\chi^2=8,677$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Farkın kaynağını bulmak için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda, farkın taban yevmiyeleri alanlar ve alamayanlar arasında olduğu belirlenmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde taban yevmiyeleri alan PTR’nin ( $\bar{x}=216,12$ ) alamayanlara oranla ( $\bar{x}=175,26$ ) bakanlığın daha çok PTR görüşü aldığını düşündükleri söylenebilir. Anlamlı düzeyde farklılaşan bir diğer ifade de “Acentalar PTR’nin önerilerini dikkate alır” ifadesidir ( $\chi^2=9,566$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,01$ ). Mann Whitney U testi sonucunda farklılık



gösteren grupların yine taban yevmiyeleri alan ve alamayan PTR oldukları belirlenmiştir. Taban yevmiyeleri alan PTR ( $\bar{x}=220,43$ ), alamayan PTR'ye göre ( $\bar{x}=175,12$ ) acentelerin önerilerini dikkate aldığına daha fazla katılım göstermişlerdir. “Bugüne kadar oluşturulan politikalarda PTR'nin görüşleri alınmıştır.” anlamlı düzeyde fark bulunan bir diğer ifadedir ( $\chi^2=7,620$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Mann Whitney U test sonuçlarına göre farkın taban yevmiyeleri alan ve alamayan PTR ve taban yevmiyeleri alan ve bazen alabildiğinin belirten PTR arasında olduğu görülmüştür. Sıra ortalamaları incelendiğinde yevmiyeleri alabilenlerin ( $\bar{x}=220,43$ ), alamayanlara oranla ( $\bar{x}=177,99$ ), bu güne kadar oluşturulmuş politikalarda kendi görüşlerinin alındığını daha fazla düşündükleri söylenebilir. Benzer şekilde, taban yevmiyeleri alabilen PTR'nin ( $\bar{x}=220,43$ ), bazen alabilen PTR'ye göre ( $\bar{x}=187,09$ ), ifadeye daha fazla katılım gösterdiği söylenebilir. Anlamlı düzeyde fark gösteren diğer ifade “Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur” ifadesi olmuştur ( $\chi^2=6,375$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Mann Whitney U test sonuçlarına göre farkın taban yevmiyeleri alan ve bazen alabildiğinin belirten PTR arasında olduğu görülmüştür. Sıra ortalamaları dikkate alındığında, taban yevmiyeleri alan PTR'nin ( $\bar{x}=214,85$ ) bazen alabilen PTR'ye göre toplumun kendilerine bakış açısını daha olumlu buldukları söylenebilir. Anlamlı düzeyde fark gösteren son ifade de “Turizm sektörü içerisinde PTR'ye hak ettiği değer verilmektedir” ifadesidir ( $\chi^2=6,375$ ;  $sd=2$ ;  $p<0,05$ ). Mann Whitney U testi sonucunda farkın yevmiyeleri bazen alabilen ve alamayan PTR arasında olduğu ortaya çıkmıştır. Sıra ortalamaları incelendiğinde yevmiyeleri bazen alabilen PTR ( $\bar{x}=205,57$ ); yevmiyeleri alamayan PTR'ye ( $\bar{x}=187,09$ ) oranla PTR'nin sektörde hak ettiği değeri daha çok gördüğünü düşünmektedir. Sonuç olarak, taban yevmiyeleri alamadığını belirten PTR'nin, yevmiyeleri alan ve bazen aldıklarını belirten meslektaşlarına oranla ifadelere daha olumsuz yaklaşmakta oldukları söylenebilir.

**Tablo 3.11. PTR'nin Düşüncelerinin Sosyal Güvencelerine Göre Farklılaşması**

Fark Gösteren İfade	Sosyal Güvence	N	Sıra ort.	$\chi^2$	sd	p	Anlamlı Fark
Yabancı ülkelerde politika	A.SSK	196	187,90	10,314	4	,035	B-E
oluşturma sürecinde PTR'den	B.Bağkur	45	149,49				
daha çok yararlanılmaktadır.	C.Emekli sn.	25	175,22				
	D.Özel Sig.	30	194,18				
	E.Yok	78	209,80				

$p < 0,05$

Anketin son bölümünde, Türkiye’deki PTR’nin sorunları belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar Tablo 3.12’de verilmiştir. Tablo 3.12 incelendiğinde PTR en büyük sorunlarını “rehberlik meslek yasalarının olmayışı” olarak görmektedirler (%79,9). Bunu rehberlik mesleğinin “sosyal güvencesinin olmaması” (%65,5) izlemektedir. Daha sonra gelen sorunlar ise sırası ile; “kaçak rehberlik” (%64,2), “denetimlerin yetersizliği” (%56,4), PTR arasındaki “birlik ve dayanışma eksikliği” (%49,2), “rehberlik örgütlenmesindeki parçalı yapı” (%44,9), “hanutçuluk” (%39,8), “rehberlik eğitiminde standardın olmaması” ve diğer sorunlar (%3,7) olarak çıkmaktadır (%36,4). PTR’nin belirttiği diğer sorunlar ise PTR’nin komisyoncu olarak görülmesi ve komisyonculuğa zorlanmaları, sezonluk çalışma, acentelerin taban yevmiyeleri ödememesi ve kaçak rehber (yasadışı rehberlik) çalıştırmaları gibi sorunlardır.

**Tablo 3.12. Türkiye’deki PTR’nin Sorunları**

Sorun	N	%
Meslek yasasının eksikliği	299	79,9
Sosyal güvencesinin olmaması	245	65,5
Kaçak (yasadışı) rehberlik	240	64,2
Denetimlerin yetersizliği	211	56,4
PTR arasında birlik ve dayanışma eksikliği	184	49,2
Rehberlik örgütlenmesindeki parçalı yapı	168	44,9
Hanutçuluk	149	39,8
Rehberlik eğitiminde standardın olmaması	136	36,4
Diğer	14	3,7

*Not: Katılımcılar birden fazla seçenek işaretlemişlerdir.*

### 3.7 Mülakat Sonucu Elde Edilen Bulgular

Sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda kullanılan nitel araştırma yöntemlerinden mülakat metodu bu araştırmada kullanılan araştırma yöntemlerindedir. Mülakatlar yürütülüşüne göre üçe ayrılır: Yapılandırılmış mülakat; ne tür soruların ne şekilde sorulup, hangi verilerin toplanacağını en ayrıntılı biçimde saptayan ve bu amaç için yapılmış olan bir mülakat planını süreç içerisinde herhangi bir değişime uğratmadan aynen uygulamaktır. Yarı yapılandırılmış mülakatta ise mülakat soruları mülakata başlanmadan önce hazırlanır fakat bireylere ve koşullara bakılarak bazı esneklikler sağlanabilir. Yapılandırılmamış mülakat da, açık uçlu soruların sorulduğu, tartışma ve keşfe yönelik bir mülakat türüdür (<http://www.cebirsnel.com/egitim/kadki/kadki2.htm>). Bu araştırmada kullanılan mülakat

yöntemi, yarı yapılandırılmış mülakat yöntemidir. Görüşmeler genel anlamda bu yönteme bağlı kalınarak gerçekleştirilmişse de, PTR'nin ortaya koydukları farklı fikirler ve yorumlar doğrultusunda anlık sorularla zenginleştirilmiş ve elde edilen bulgular incelenmiştir. Mülakatlar sırasında alınan yanıtlar not alınmıştır.

Çeşitli PTR dernek ve odalarına üye, 7 İngilizce, 2 Almanca, 3 Fransızca ve 3 İtalyanca-İspanyolca dillerinden kokartlı PTR ile görüşülmüştür. Mülakatların bir kısmı, Antalya'da düzenlenen hizmet içi eğitim seminerlerinde, bir kısmı da daha önce gerçekleştirilmiştir.

Mülakatlar sonucunda PTR'nin sorulara verdiği cevaplar aşağıda incelenmiştir. İlk olarak, "Turizm politikaları oluşturulurken PTR'nin de görüşleri alınıyor mu?" ve "Bakanlık PTR'nin görüşlerini dikkate alıp uyguluyor mu? Bu güne kadar oluşturulan politikalarda PTR'nin görüşleri alındı mı?" şeklinde sorulan sorulara PTR'nin cevap ve yorumlarından çarpıcı bulunan noktalar ayrıntılı olarak şöyle sıralanabilir:

- "Turizm politikalarımızı Kültür ve Turizm Bakanlığı belirliyor. Bakanlık, hernekadar her konuda sektöre görüş sorsa da, sonunda kendi bürokratlarının dediği şekilde geliyor işler. Benim altı yıldır katıldığım toplantılarda gözlemlediğim şu oldu: Bakanlık yetkilileri sektörel toplantı düzenliyor, "Önerilerinizi alalım" diyorlar, ondan sonra da kim ne önerirse önersin "Biz onu biliyoruz, biz bunu biliyoruz" tavrı başlıyor. Dolayısı ile benim kanaatim şudur. "Bakanlık herşeyi biliyor!" dolayısıyla o toplantılar tamamen göstermeliktir. "Sektörün görüşünü de almak için toplantılar düzenledik" kılıfının arkasına sığınma toplantılarıdır."
- "Açık konuşmak gerekirse, çoğu PTR bu konudaki fikirlerini beyan etmek istese de bize bu konuda danışılmıyor veya danışılmaya gerek duyulmuyor. Çoğumuz belli bir dernek çatısı altında toplanamadığımız için kendi görüşlerimizi gerekli mercilere iletmek konusunda çok büyük sıkıntılar çekiyoruz kaldı ki, Bursa'da bir derneğimiz olmasına rağmen, bu konulardaki görüşlerimizi iletmek istediğimizde veya yönetim kurulu olarak çağırıldığımız toplantılarda da ilettiğimiz sorunlara gerekli ilgi ve alakayı bulamamaktayız."
- "Bakanlık zaman zaman PTR odalarını çağırıyor yada onlara görüş almak üzere yazı yazıyor. Ancak onların görüşlerinin tam olarak uygulandığına inanmıyorum."
- "Kerhen almıyor. Tüm bu politikalar turizm erkinin çıkarlarına göre oluşturuluyor. Karşı çıksak bile, daha hoş öneriler getirsek bile bunlar bahsi geçen çevrelerin işine gelmiyorsa hesaba katılmıyor hiç bir zaman."

- “Sanmıyorum, bazen oda ve dernek başkanlarına dahi sorulmadan emri vaki yapılıyor. Mesela geçenlerde açılan Kültür ve Turizm Bakanlığının PTR sınavlarında, açılacak diller ve nerelerde açılacağı konusunda hiç danışma olmadı. Rehberlik kursları hangi ilde ve dilde ihtiyaç varsa ona göre belirlenebilirdi.”
- “Hayır, almıyor. Şuana kadar herhangi fikir alışverişinde bulunulmadı ve sorulmadı. PTR’nin katkısı mutlaka olur ama henüz bir çalışma yok. Mesela Bakanlık geçenlerde yine PTR kursu açtı. Bunu açarken hiç PTR dernek ve odalarından görüş aldı mı acaba?”
- “Turizmin öncü ve önemli aktörlerinin başında gelen PTR’nin görüş ve önerileri yeterince dikkate alınmıyor. Turizm sektörünün her alanında PTR’den görüş alınmalıdır, zira bu sektörde onlardan daha aktif rol alan kimse yoktur.”
- “Bu konuda PTR oda ve dernek başkanları davet ediliyor. Onlar gitmeden önce tüm PTR’den görüş talep ediyorlar herkes görüşünü oda yada dernek başkanına bildiriyor. Onlarda tüm PTR adına toplantılara katılıyor. Ancak orada söylenenler hep orada kalıyor, uygulamaya bir türlü geçmiyor.”

PTR’nin yorumları incelendiğinde, yorumların anket çalışmasından çıkan sonuçlarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Genel olarak PTR turizm politikalarına katkı konusunda görüşlerinin alınmasının faydalı olacağına inanmaktadır. Fakat ilgili kesimlerin bu konu ile ilgili bir uygulama içerisinde olmamasından şikayetçilerdir. PTR, düşüncelerine danışılrsa dahi uygulamaya geçmemesinden rahatsızlardır ve ihmal edildiklerini düşünmektedirler.

“PTR’nin hangi konularda katkılar yapabileceğini ve yapması gerektiğini düşünüyorsunuz” sorusuna PTR’nin yorumları şu şekilde olmuştur:

- “Tanıtım, imaj ve pazarlama konuları ile doğrudan ilişkilimiz, bunun yanında, sürdürülebilir turizm ve turistik çeşitlendirme konularında da fikrimiz sorulmalı diye düşünüyorum.”
- “Seminerler olsun mu olmasın mı, ya da örneğin daha fazla Amerikalı ziyaretçi nasıl getirilebilir gibi konularda bize danışılabilir. Yurtdışında düzenlenen fuarlarda da PTR’den faydalanılabileceği görüşümdedir.”
- “PTR her konuda dışarıdan gelen veya yurt içi turlardaki konukların turizmin gelişimi hakkındaki fikirlerini bakanlığa ileterek daha olumlu turizm politikaları oluşmasına katkıda bulunabiliirler.”

- “Her konuda... Tanıtım anlamında zaten en büyük katkı direkt olarak PTR’nin. Turistik tesisleri denetleme konusunda faydalı olabilirler. Çünkü hayatımız bu tip yerlerde geçiyor.”
- “PTR ziyaretçilerin ilk temasa geçtiği kişi olarak ülke tanıtımında çok önemli bir yere sahiptir. Kendini devamlı yenileyen ve sorumluluğuna hakim bir PTR bir ülkenin her konudaki son durumunu bildiği için; politikadan, yatırıma veya tanıtıma, yol göstermeye vb. tüm konulara katkı sağlayabilir.”
- “Turizm politikalarında elbette PTR’nin katkısı bulunabilir. İstatistik konusunda, ilanların çeşitlendirilmesi gibi.”
- “PTR, destinasyon pazarlaması, reklam ve tanıtım, sürdürülebilirlik, personel yönetimi, halkla ilişkiler gibi konularda katkı yapmalı.”
- “Etkili konuşma sanatı, ilköğretim okullarında anlatım dersleri verebilirler.”
- “Farklı tur destinasyon ve programlarına katkıda bulunabilirler.”
- “Havayolu taşımacılığında yeni destinasyonların açılmasında PTR’nin de önerilerine dikkat verilmesi düşüncesindeyim, deniz yolu ve tren yolu bağlantılarının turistik yörelerde daha aktif kullanılmasının sağlanması, buralardaki servis ve kaliteli personel düzeyinin artırılması, polis kuvvetlerinde yabancı dil eğitimine daha fazla önem verilmesi bunun için gerekirse PTR’den yardım alınması gerekir.”
- “Koordinasyon açısından PTR’nin fikirleri alınabilir. Örneğin bilet sıraları nasıl azaltılır gibi.”
- “Sosyal, kültürel ve doğa mirasının korunmasında katkısı vazgeçilmez yararlı önermelerde bulunabilirler.”
- “Turizm politikası belirlenirken ve özellikle tur programları yapılırken uygulanabilirlik konusunda kesinlikle PTR’nin görüşleri alınmalı.”

Bu soruya verilen cevaplar incelendiğinde, PTR’nin en çok tanıtım ve imaj konusunda katkı yapabileceklerini ve yapması gerektiğini düşündükleri ortaya çıkmaktadır. Çünkü PTR, ziyaretçinin ülkeye geldiği andan ayrılmasına kadar en çok kendileri ile temas halinde olduğunun, ve kendilerinin ülkenin resmi ağız olduklarının, bütün bir ülke imajının o anda kendi şahıslarında ziyaretçilere yansıdığı farkındadırlar. Dolayısıyla hem ziyaretçiden gelebilecek sorunların çözülmesinde, hemde bölgelerdeki sorunların iletilmesi ve çözüm önerileri sunulmasında yararlı olabileceklerini düşünmektedirler.

PTR’nin önemli bulduğu bir diğer konu da, sürdürülebilir turizm ve doğal, tarihi mirasın korunması konusudur. PTR yeri geldiğinde grubunun lideri, yeri geldiğinde öğretmenidir.

Etkili anlatım ve yorumlama gücüyle anlatım yaptıkları bölgelerde ziyaretçilere sorumlu davranışlar aşılayabilir ve o bölgelerin korunmasına katkı sağlayabilir. Sonuç olarak PTR, turizm sektörü içindeki diğer çalışanlara oranla, ziyaretçilerle ve farklı alanlarda faaliyet gösteren birçok kişi, kurum ve kuruluş ile daha fazla içiçedir. PTR, mesleğin özelliği gereği kültürlerarası iletişim, doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunması, sürdürülebilirlik, yöresel kalkınma, dünya barışına katkı konularında çok önemli bir rol oynadıklarını düşünmektedirler.

“PTR’nin turizm politikalarına daha etkin katılımlarının sağlanması için neler yapılabilir sizce?” sorusuna yapılan yorumlardan dikkat çekenler aşağıda sunulmuştur:

- “PTR’nin yurtdışı ve yurtiçi turizm fuarlarında kesinlikle görevlendirilmesi gerekir. Buralarda ülkeyi karış karış bilen yabancı dili mükemmel konuşan PTR’den daha iyi bir tanıtım elemanı olabilir mi? PTR’yi ihmal etmek turizm sektörünün intiharı anlamına gelir.”
- “Bakanlık PTR’den yazılı rapor isteyebilir, mesela her altı ayda bir veya yılda bir PTR bakanlığa o dönem gördükleri aksaklıkları bildirmiş olurlar hem bakanlık ilk elden bilgilenmiş olur.”
- “PTR’nin görüşlerini paylaşabildikleri yerler PTR’nin tartışma platformlarıdır. Orada da PTR birbirlerinden faydalanabiliyorlar. Ama yetkililerinde pek aktif katılmasalarda faydalandıklarını düşünüyorum, halbuki bu işin tozunu yutan bizleriz, sorunları yerinde gören bizleriz en azından söz konusu guruplarda PTR’nin önemli konularda görüşleri kısa anket yöntemi ile sorulabilir.”
- “PTR belli bir deneyim süresi sonunda fahri turizm müfettişi olarak yetkilendirilebilir. Ayrıca, yurtdışı tanıtım faaliyetlerinde görev alabilirler.”
- “Bakanlık ve belediye temsilcilerinin PTR ile özellikle sezon dışında, PTR’nin çalışmadığı zamanlarda biraraya gelmeleri ve birlikte politika üretip çevre gezileri yapmaları, bunun sonucunda değerlendirme yapmaları sağlanabilir.”
- “PTR odaları, PTR’den gelen yazılı şikayetleri değerlendirerek ilgili kurumlara ihtar verebilmeli. Bu ihtarlar İl Turizm Müdürlüklerine de bildirilmeli ve bir yıl içinde belli sayıda ihtar alan kurum, belirli bir yaptırıma tabi tutulabilmeli.”
- “Bizlerin yanısıra bu mesleğe yıllarını vermiş PTR büyüklerimizin bilgi birikiminden mahrum kalmamaları gerektiğini düşünüyorum.”
- “Dernek ve odalar birbirleri ile daha sık bilgi alışverişi içerisinde olmalı ve meslek yaşamız için birlik ve beraber olunmalı.”

- “PTR seminerlerinde “Roma hamamları” veya “Türk Mutfağı” gibi konuların tekrarı yerine PTR’nin, ziyaretçilerin istek ve rahatsızlıkları, ören yerlerindeki sorunlar, organizasyon sorunları gibi konularda deneyimlerinden faydalanılıp hizmet kalitesini yükseltmek gerekir. Çünkü tanıtıcı olan ve sorunları yerinde gören kişi PTR’dir.”
- “Meslek yasası olmadan bu sürecin hiçbir alanında kabul göremeyiz. Meslek yasası olmalı ve tabanın düşünce ve önermelerini dikkate alacak şekilde bir PTR örgütlenmesi şart.”
- “Oda ve dernekler yeni yasalarla güçlendirilmeli ve yetkilendirilmelidir, PTR daha sık kontrol edilmeli ve bu denetimler dışı yansıtılmamalı, bilgilendirilmelidir.”

PTR’nin kendilerine yöneltilen bu soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde, ilk olarak hala çıkarılamamış olan rehberlik meslek yasasının eksikliği gelmektedir. Çünkü turist rehberliği, şu anda, Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliğinde, bir meslek değil, faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla PTR önce meslek statüsünü kazanmak istemektedirler. Bu statü elde edildikten sonra, daha fazla etkili olacaklarını düşünmektedirler.

Buna ek olarak, PTR yurtdışında düzenlenen fuarlarda yeterince görev alamadıklarını düşünmekte, oysa ki, Türkiye’nin tanıtımı açısından bu işi PTR’nin yapmasının yararlı olacağına inanmaktadırlar. Acente ve konaklama sektöründen temsilcilere ek olarak, PTR bu tür fuar ve organizasyonlarda daha çok yer almaları gerektiğini düşünmektedirler.

PTR, oda ve derneklerin, ve TUREB’in yasalarla güçlendirilmesini, ve güçlü bir örgüt yapısına sahip olmak istemektedirler. PTR turizmin her alanında ilk elden bilgi ve deneyim sahibi olmaları nedeniyle, alınacak tüm kararlarda kendilerinin dışlanmaması gerektiğini düşünmektedir.

PTR’ye yöneltilen bir diğer soru da acentelerle ilgilidir. “Acenteler PTR’nin fikirlerini alıp, deneyimlerinden yararlanırlar mı?” Bu soruya verilen cevaplardan önemli bulunanlar aşağıda sıralanmıştır:

- “Bazen. Konaklama ve yeme içme tesislerinin seçiminde görüşler alınıyor.”
- “İnanın acenteler bu konuda hiçbirşeyi umursamıyorlar tek düşündükleri nasıl daha fazla gelir elde edebilecekleri. Çoğu acente PTR’nin yevmiyesinden ne kadar kesebilirsem o kadar kar ederim mantığında. Yeni mezun olmana veya hiçbir rehberlik deneyimin olup olmasına bakmazsınız para kazanmak uğruna seni acımasızca kullanabiliyorlar. Ek gelir elde etmek için grupların memnun olup olmamasına bakmaksızın, düşük ücretle çalışan PTR’yi veya belgesiz kişileri çalıştırmaktan çekinmiyorlar.”

- “Genel olarak turizm sektörünün can damarı, yada lokomotifi seyahat acenteleridir. O lokomotif hareket etmezse sektör yürüyemez . Aynı şekilde acentelerinde lokomotifi PTR’dir. Çoğu acente tur programı yaparken deneyimli PTR’den yararlanır. Gerek güzergah yönünden gerek en cazibe yerler hakkında gerek yeme-içme tesisleri ve gerekse de konaklama tesisleri hakkında, hatta tur maliyetleri yönünden bile PTR’den yararlanır. Yararlanmak zorundadır çünkü gezen o, bilen odur. PTR acenteyi isterse rezil eder, isterse de vezir eder.”
- “Bazıları. Paradan başka bir şeyi gözü görmeyen acenteler da var. Müşteri memnuniyeti en arka planda.”
- “Acentecilerin PTR’yi sadece ticari olarak görmemesi gerekir. PTR’yi müşteriye memnun eden tekrar tekrar bu ülkeye, bu acenteye gelmesini sağlayan birisi olarak görmeli. Bu, acenteye PTR arasındaki ilişkiye de bağlı. Acente yeni şeylere açıktır. Hatta acenteci yeni fikirler bul diye teşvik eder bazen. Tabiki bu karşılıklı ilişkiye de bağlı.”
- “Sigorta zorunluluğu ve PTR’nin, her turun ücretini alması için tur öncesi sözleşme zorunluluğu getirildiği takdirde acentelere PTR’nin her konuda yardımcı ve özverili olacağını düşünüyorum.”

PTR’nin yorumlarına bakıldığında, acenteler ile işbirliklerinin zayıf kaldığı görülmektedir. PTR’nin birçoğu acentelerin PTR’yi sadece ticari bir unsur olarak görmesinden şikayetçidir. Acenteler ile yaşadıkları problemler de eklenince (taban yevmiyeler altında çalıştırılmaları, PTR’nin alacaklarını alamaması, bazı acentelerin belgesiz rehber çalıştırmaları gibi), PTR ve acente birbirinden uzaklaşmaktadır.

Genellikle PTR, acentelerin tur programlarını yaparken ve konaklama, yiyecek içecek işletmelerinin seçimi gibi konularda görüşlerini aldıklarını ama yinede işbirliğinin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Acentelerle sözleşmeli olarak çalışanlar ise, bağımsız olarak çalışan PTR’ye oranla bu konuda daha etkin olduklarını, sürecin daha çok içinde bulduklarını ve acentenin görüşlerini aldıklarını, hatta yeni fikirler üretmelerini istediğini söylemişlerdir. Sonuç olarak PTR bu problemlerin çözülmesiyle, acenteye daha çok istekle katkıda bulunacaklarını belirtmişlerdir.

“Türkiye’de PTR’nin en önemli gördüğünüz sorunu nedir?” şeklinde yöneltilen soruya, verilen yanıtlardan önemli bulunanlar şu şekilde sıralanabilir:

- “Şu anda en önemli sorunlardan biri, AB üyesi ülkelerin PTR’nin, Türkiye’de rehberlik yapmalarının önünü açacak düzenlemelerin AB gündeminde olmasıdır.



Öncelikle örgütler arasında birlik sağlanmalıdır. Örgütler "tek ses, tek nefes" olmalıdırlar ki bakanlık nezdinde güç odağı oluştursunlar.”

- “Türkiye’de yerine oturmayan o kadar sorun varki bakanlık denetim görevini yapmıyor, denetimler göstermelik oluyor. Acentelerin çalışma koşullarını denetlemiyor. Böylece ortaya birçok tatsızlık çıkmış oluyor, kaçak rehberlik ve belgesiz tur yapma, rehbersiz tur düzenleme gibi.”
- “Meslek yasası olmaması, çalışma saatlerinin belirsizliği, her dilde farklılıklar göstermekle birlikte sürekli bir işin olmaması. Sigorta sorunu. Kokartlı PTR’ye denetim sonucu kurallara uymadığı için ceza verilebiliyorken, kokartsıza bir yaptırım olmaması.”
- “Her PTR dili gereği on iki aya yayılmış bir dönemde iş olanağına sahip değil. Bu süreler nedeniyle sezonluk çalışan meslektaşlara çalışmadığı dönemler için devlet sigorta primi yatırmalı. Ben çalışmadığım zamanlar nedeniyle 35 yılda emekli olabildim.”
- “Şu anda en büyük sorunumuz, PTR’nin hak ettikleri ücreti almamasıdır. Tam teşekküllü bir rehberlik yasası öncelikle ücret konusundaki adeletsizliği ve kaçak rehberlik konusunda gündeme gelecek cezaları uygulama konusunda çok büyük yarar sağlayacaktır.”
- “En büyük sorun bence denetimlerin yapılmıyor oluşu. PTR yasası da çıksa eğer o yasanın uygulanıp uygulanmadığı konularda denetim yapılmıyorsa yasa da çıksa boşunadır. Bence birinci konu önce denetimin sıklıkla yapılması, denetimi yapan merciilerin ise kendi mevzuatını çok iyi bilmesi gerekiyor. Gördüğüm kadarıyla ülkemizin bir çok yerinde, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne atanan kişiler kendi mevzuatlarını bilmiyor.”
- “PTR taban ücretlerini tam olarak alamıyorlar. Acenteler birden fazla PTR ile konuşuyor kim uygun fiyat veriyorsa acente onu istiyor. Eğer bütün PTR turu kaybetmek adına da olsa taban ücretlerin altında yevmiyeyi kabul etmese, bu yevmiyeler gelenek haline gelir dolayısıyla acenteler paket turu hazırlarken fiyatlandırmada taban ücreti baz alacaktır. Esasında PTR’nin taban altında bir fiyat ile çalışması seyahat acenteleri arasında haksız rekabetide beraberinde getirmektedir.”
- “Kokartsız hanutçuların kulaktan dolma yalan yanlış bilgilerle bizim yerimize rehberlik etmeleri ve bakanlık yetkililerinin bu konuda yaraya tam anlamıyla neşter

vurarak enfeksiyonlu yeri kesip atacak kararlılıkta müdahale etmemeleri en büyük sorun bence.”

- “PTR’nin geleceğe yönelik hiçbir cazibesi kalmıyor, bu gidişat iyi değil. Bireysel çabalar olmasa kimse iş bulamaz. İlişkiler dünyası, rehberi rehberine düşman ettiren bir sistem var!”

Bu konu hakkındaki yorumlar incelendiğinde, Türkiye’deki PTR’nin birçok sorunu olduğu ortaya çıkmaktadır. Öne çıkan sorunlardan ilki, rehberlik meslek yasasının hala çıkarılmamış olması ve turist rehberliğinin hukuksal anlamda henüz meslek statüsünü kazanamamış olmasıdır. PTR’nin önemli bulduğu bir diğer sorun da kaçak rehberliğin engellenebilmesi yönündeki çalışmaların yeterli boyutta olmamasıdır. PTR, yetkililer tarafından duruma zamanında müdahale edilemediği gibi, hukuki boşluklardan da yararlanarak kaçak faaliyetlerin sürdürülmesinden şikayetçidir. Kaçak çalışan rehberler ülke hakkında olumsuz propaganda yapabilmekte, ülke kültürü ve değerleri çarpıtılabilmekte, dolayısıyla ülke imajı zedelenebilmektedir. Dolayısıyla PTR’nin talepleri, denetimlerin sıklaştırılması, mevzuatın yeniden düzenlenmesi, ve caydırıcı cezaların olması gerektiğidir.

Bir diğer önemli sorun PTR’nin taban yevmiyelerin altında çalışmak durumunda kalmalarıdır. Özellikle ”yaygın diller” şeklinde tabir edilen dillerde (İngilizce, Almanca gibi) PTR sayısının yoğunlaşması nedeniyle, PTR turu kaybetmemek adına düşük ücretlerle tura çıkmak durumunda kalmaktadır. Bazen de alacaklarını tahsil edemediklerinden şikayetçidirler. Bunun yanında, bazı PTR’nin sosyal güvencelerinin bulunmadığı görülmüştür, ve emekli olma sürecinde de sorunlar yaşadıklarını, bu sürecin çok uzadığını belirtmişlerdir. Bu nedenle mevsimlik çalışma koşulları, her PTR’nin sosyal güvenceye sahip olmaması hala çözüme kavuşmayı bekleyen konular arasındadır.

Önemli görülen bir diğer problem de, PTR’nin kendi aralarında birlik ve beraberliği sağlayamamalarıdır. Odalar ve dernekler içinde dahi bir takım sorunların olduğu, bazen dil gruplarına göre ayrışmalar yaşandığı görülmektedir. Bu nedenle PTR, öncelikle kendi aralarında birlik ve dayanışma sağlamaları gerektiğini düşünmektedirler, ayrıca tüm PTR dernek ve odalarını toplayacak bütünleştirici, bir meslek yasası talep etmektedirler.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

PTR'nin turizm strateji ve politikalarına olabilecek katkılarının ortaya çıkarılmasını ve halihazırda PTR'nin turizm politikalarına katkıda bulunup bulunmadıklarını araştıran çalışmanın bu bölümünde anket ve mülakat yöntemi ile elde edinilen araştırma sonuçlarına ve önerilere değinilecektir.

Ankete katılan PTR'nin büyük bir kısmı erkeklerden oluşmaktadır (%73). Bu rakam daha önce yapılmış pek çok çalışma ile de paralellik göstermektedir (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006; Yazıcıoğlu ve diğerleri, 2008; Temizkan, 2010; Doğan ve diğerleri, 2010; Köroğlu, 2011). Rehberliğin çalışma saatlerinin çok uzun olabilmesi, ve yüksek fiziksel dayanıklılık gerektiren bir iş olması ve bunlara ek olarak, kadın PTR'nin çocukları ve aileleri ile ilgili sorumluluklarının olması nedeniyle rehberlik kadınlar tarafından daha az tercih edilebilmektedir.

Ankete katılan PTR'nin yaşları incelendiğinde, büyük çoğunluğu genç ve orta yaşlı PTR'nin oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların %66' sı 40 yaşın altındadır. Daha önce yapılmış araştırmalarda da katılımcıların çoğu genç ve orta yaşta PTR'dir (Yazıcıoğlu ve diğerleri, 2008; Karamustafa ve Çeşmeci, 2006; Temizkan, 2010; Köroğlu, 2011). Rehberlik mesleğinin yorucu ve yıpratıcı özelliklerinden dolayı, PTR ilerleyen yaşlarında sağlık sorunları nedeniyle de bu mesleği bırakıp sabit işler yapma eğilimi göstermektedir. Rehberliğin çok uzun çalışma saatlerine sahip olması, her mevsim iş garantisinin bulunmaması, PTR'nin iş güvencesi ve sosyal haklarının bulunmaması gibi nedenlerden ötürü, rehberlik genç yaşlarda daha fazla tercih edilen bir meslek olabilmektedir.

Ankete katılan PTR'nin çoğu üniversitelerin lisans bölümü mezunlarıdır (%61). Daha sonra sırası ile önlisans, yüksek lisans, lise ve doktora mezunu olan PTR gelmektedir. Bu sonuç da Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008), Karamustafa ve Çeşmeci (2006), Doğan ve diğerleri (2010), Temizkan (2010), Köroğlu (2011) tarafından yapılmış araştırmaların sonuçları benzerlik göstermektedir. Bu sonuç da ülkemizdeki PTR'nin eğitim seviyesinin oldukça yüksek olduğunu kanıtlamaktadır. Araştırmadan çıkan bir diğer sonuç da, PTR'nin çoğunun (%56) rehberlik kokartlarını Bakanlık tarafından düzenlenen rehberlik kurslarını tamamlayarak almış olmalarıdır. Diğer PTR ise kokartlarını sırası ile, üniversitelerin iki yıllık ve dört yıllık eğitim veren turist rehberliği bölümlerini bitirerek elde etmişlerdir. Bu sonuçlar da yine daha önce yapılan sonuçlar ile paralellik göstermektedir (Aktaş, 2009; Temizkan, 2010; Köroğlu, 2011). Bu sonuçlarla, Türkiye'de rehberlik eğitiminde belli bir standardın olmadığı görülmektedir. Dört yıllık lisans eğitimini, iki yıllık önlisans eğitimini yada altı aylık

bakanlık kurslarını tamamlayarak PTR olan kişilere aynı haklar verilmekte, bu da haksız rekabet ortaya çıkarmakta ve fırsat eşitsizliği yaratmaktadır. Bu yüzden ülkemizde rehberlik eğitiminin gözden geçirilmesi ve bir standart getirilmesi gerekmektedir. Rehberlik eğitiminin tamamen üniversitelere devredilmesi ve sadece lisans düzeyinde eğitim verilmesi sağlanmalıdır. Bu şekilde farklı şekillerde kokart sahibi olmuş PTR'nin vermiş olduğu hizmet kalitesindeki farklılıkların da ortadan kalkması sağlanabilir.

Ankete katılan PTR'nin medeni durumları incelendiğinde bekar PTR (%52) ile evli PTR'nin (%48) sayılarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Bu sonuç, Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008), Aktaş (2009), Doğan ve diğerleri (2010), Köroğlu (2011), tarafından yapılan araştırma sonuçlarını da destekler niteliktedir. Yine yukarıda da bahsedildiği gibi, rehberlik mesleğinin yorucu ve yıpratıcı olması, sezonluk çalışma gerektirdiği, uzun ve belirsiz mesai saatleri olması, aileden uzak uzun seyahatler gerektirdiği gibi nedenlerden ötürü PTR bekar kalmayı tercih edebilmektedirler. Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008) tarafından yapılan daha önceki araştırmalarda da rehberlik mesleğinin en olumsuz yanının özel hayatı sınırlaması ve ailevi ilişkileri olumsuz yönde etkilemesi şeklinde bir sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, PTR'nin bir bölümünün bekar olma nedenlerini açıklayabilmektedir.

Ankete katılan PTR'nin rehberlik lisans dilleri incelendiğinde, büyük bir bölümünün İngilizce dilinden kokartlı PTR oldukları görülmüştür. Bunu Almanca ve Fransızca dillerinden kokartlı PTR'nin izlediği görülmektedir. Ülkemizde geçmiş yıllarda ağırlıklı olarak Alman ve günümüzde Rus ziyaretçi ağırlığı olduğu düşünüldüğünde, bu ziyaretçilere rehberlik hizmeti sağlanmasında sorunlar yaşandığı düşünülmektedir. Yakın gelecekte de Çinli ve Hintli turistlerin gelmesi beklenirken, bu dillerde PTR ihtiyacının karşılanması bir problem olarak ortaya çıkmaktadır. Araştırmada, nadir diller olarak adlandırılan dillerin (Japonca, Flemekçe, Bulgarca, Yunanca, vb.) oranının az olması dikkat çekicidir. Bu sonuçlar da Aktaş, (2009), Karamustafa ve Çeşmeci (2006) ve Köroğlu (2011) tarafından yapılmış araştırmaları desteklemektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2011 verilerine göre de (Bakınız EK-1) PTR'nin yaygın bilinen dillerde (İngilizce, Almanca, Fransızca İtalyanca) yoğunlaştığı görülmektedir. Bu sonucun arkasında yatan neden ise, hem Bakanlığın düzenlediği rehberlik kurslarında hemde üniversitelerde rehberlik eğitimi veren okullarda İngilizcenin yaygın kullanılmasıdır. Belli dillerde PTR yoğunlaşması olması gelirlerin düşmesine neden olabilmekte ve PTR farklı alanlara yönelebilmektedirler. Bu nedenle üniversitelerin PTR eğitimi veren bölümlerinde yaygın dillerin dışındaki dillerin de öğretimine ağırlık verilmesiyle ve ziyaretçi profiline uygun dillerde PTR yetiştirilmesiyle belli dillerdeki PTR enflasyonunun da önüne geçilebileceği düşünülebilir.

Ankete katılan PTR'nin rehberlik mesleğindeki deneyimleri incelendiğinde, 1-5 yıl arasında deneyime sahip PTR çoğunluğu oluşturmaktadır. Bunu sırası ile 6-10 yıl deneyime sahip olanlar, 21 yıl ve üzeri deneyim sahibi olanlar, 11-15 yıl arasında deneyime sahip olanlar ve 16-20 yıl arasında deneyime sahip olan PTR takip etmektedir. Çalışmaya katılan PTR'nin dernek ve odalara üyelik durumları incelendiğinde, %34'ünün herhangi bir dernek veya odaya üye olmadıkları görülmektedir. Bunu sırası ile, İRO, ARO, Diğer Rehber Dernekleri ve İZRO'ya üye PTR takip etmektedir.

Araştırmaya katılan PTR'nin çoğunluğunun rehberlik dışında herhangi bir ek iş yapmadığı görülmektedir (%78). Bu sonuç, Karamustafa ve Çeşmeci (2006), Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008) ve Köroğlu (2011) tarafından yapılan araştırmaların sonuçlarıyla örtüşmekte, buna karşılık, Özbay'ın (2008) PTR'nin çoğunluğunun turizmle ilişkili olmayan ikinci bir iş yaptığını saptadığı araştırma sonuçlarıyla çelişmektedir. Bunda rehberlik mesleğinin sezonluk olma özelliğinin önemli payı olmalıdır. Katılımcıların sosyal güvence durumları incelendiğinde, %21'inin herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmadıkları anlaşılmaktadır. PTR'nin %71'i bir sosyal güvenlik kurumuna bağlıdır ve %8' i de özel sigorta yaptırmıştır. Bu sonuç Yazıcıoğlu ve diğerlerinin (2008) çalışma sonuçlarına benzerlik göstermektedir.

Araştırmadan çıkan bir diğer sonuca göre, çalışmaya katılan PTR'nin %80' i, acentelerle bağımsız (yevmiyeli) olarak, geri kalan kısım da sözleşmeli olarak çalışmaktadır. Bir diğer sonuca göre, PTR'nin yarısı bir yılda ortalama 2-5 acente ile çalışmakta, %25'i 6'dan fazla acente ile çalışırken, %25'i de tek bir acente ile çalışmaktadır. Yazıcıoğlu ve diğerlerinin yaptığı (2008) araştırma sonuçlarına göre, PTR'nin acentelerle yaşadıkları en önemli sorunlar arasında parasal sorunlar, düşük ücretler, mesleğin acentelar tarafından ciddiye alınmaması, PTR'nin komisyonculuk yaptırılmaya zorlanmaları, sosyal hakların yetersizliği gibi sorunlar gelmektedir. Bu nedenle PTR, sık acente değiştirebilmekte ve aynı acentede çalışılan yıl sayısı kısılabilmektedir. Çalışmaya katılan PTR'nin yarıdan fazlasının (%55) Bakanlık tarafından belirlenen taban ücretinin altındaki ücretler karşılığında çalıştıklarını belirtmiş olmaları manidardır. Bu bir yandan sektörün bakanlık kararlarını ciddiye almadığını belgelerken diğer yandan da turizm gelirlerinin düşüklüğüne gönderme yapmaktadır. Bakanlık tarafından belirlenen taban ücreti alabilenlerin oranı sadece %17 iken bu ücreti bazen alabilenlerin oranı %28 dir. Bu sonuç PTR açısından önemli bir problem olarak görülmektedir.

Anket çalışmasına ek olarak, çeşitli PTR dernek ve odalarına üye, 7 İngilizce, 2 Almanca, 3 Fransızca ve 3 İtalyanca-İspanyolca dillerinden kokartlı PTR ile görüşülmüştür. Bu görüşmelerden ve anket çalışmasından çıkan diğer sonuçlar ise şöyle özetlenebilir:

Anket çalışmasına katılan PTR'nin %77'si turizm sektörü içerisinde kendilerine hak ettikleri değerin verilmediğini düşünmektedir. Öyle ki, PTR'nin yaklaşık %38'i turizm sektörünün kendilerine olumsuz baktığını düşünmektedir. Toplumun PTR hakkındaki algısının olumlu olduğunu düşünen PTR oranı ise %33 civarındadır.

PTR'nin büyük çoğunluğu (%67), önemli katkılar yapabileceklerine inanmalarına karşın, turizm politikaları oluşturulurken görüşlerinin alınmadığını düşünmektedirler.

Ankete katılan her üç PTR'den biri (%33), Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm politikalarının oluşturulma sürecinde görüş ve fikirlerinin alınmadığını düşünmektedir. Yine PTR'nin önemli bir bölümü (%35), sadece PTR oda ve dernek başkanlarının görüşlerinin alındığı fikrine de katılmadıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca PTR'nin neredeyse yarısı (%46) bugüne kadar oluşturulmuş ve uygulanmış turizm politikalarında PTR'nin görüşlerinin alınmadığını düşünmektedir. Yine araştırmaya katılmış PTR'nin yarıya yakın bir kısmı da (%47), Bakanlığın kendilerinden aldığı görüşleri uygulamaya koymadığı iddiasındadır. Bu iddia mülakat sonuçlarıyla desteklenmiştir. Görüşme yapılan PTR de görüşlerinin değerlendirilmediğini düşünmekte, bazen düşünce ve görüşlerini üst makamlara iletmede sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir. Oda ve dernek başkanlarına dahi danışılmayan durumlar olduğu da belirtilmiştir. Örneğin, son dönemde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından açılan rehberlik kursu konusunda görüş alışverişinde bulunulmadığı düşünülmekte, en azından kursların açılacağı bölgeler ve diller konusunda danışılabilceği vurgulanmıştır. PTR'nin bazıları tarafından da görüş ve fikirlerin paylaşılsa dahi toplantılarda kalması, çoğu zaman uygulamaya geçmemesi eleştirilmiştir. Dolayısıyla bu şekilde düzenlenen toplantıları bazı PTR göstermelik bulmakta, ve düşüncelerine değer verilmesini istemektedir.

PTR'nin %38'i, Bakanlığın PTR'nin sahip oldukları deneyimlerinden yararlanmadığını düşünmektedir. Buna ek olarak %51'lik bir kısım da, Bakanlığın ve sektördeki diğer kurum ve kuruluşların PTR'nin deneyimlerinden ve fikirlerinden daha fazla yararlanması gerektiğini düşünmektedir. Mülakat sonucu elde edilen bilgiler de bu sonuca paraleldir. PTR turizm sektörü içerisindeki stratejik önemleri dolayısıyla deneyim ve görüşlerinin önemli olduğunu vurgulamışlardır. Dolayısıyla oluşturulacak strateji ve planlarda ve bunların uygulanabilirliğinde düşünce ve görüşlerinin değerlendirilmesinin faydaları olacağı düşünülmektedir. Sonuç olarak PTR deneyimlerinden yeterince faydalanılmadığını ve işbirliğinin artması gerektiğini düşünmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre, PTR, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri ile TUREB arasındaki işbirliğinin yetersiz olduğunu düşünmekte ve ayrıca PTR'nin %55'i bu kurumlar arasında daha sıkı işbirliği gerektiğini düşünmektedir.

TURSAB'ın PTR dernek ve odalarının görüşlerine başvurmadığını düşünen PTR oranı %31 civarındadır.

PTR'nin %40'ı, acentelerin kendilerinin deneyimlerinden yararlandığını düşünürken, %39'u da önerilerini dikkate almadığını belirtmiştir. Yani PTR'nin çoğu acentenin PTR'nin deneyiminden yararlandığını fakat PTR'nin önerisini göz önünde bulundurmadığını düşünmektedir. PTR'nin acentelerle yaşadıkları problemler de (taban yevmiyeleri ödememe, kaçak rehber çalıştırma, mesleğe saygı duymama, sigorta sorunları vs.), bu sonucu açıklayabilir.

Mülakat sonucu elde edilen bulgulara göre ise, PTR acentaların konaklama tesisleri, yiyecek-içecek tesisleri, tur programının oluşturulması gibi konularda daha fazla danıştığını belirtmişlerdir. Ayrıca PTR, acentelerle yaşadıkları problemlerin çözüme kavuşturulmasıyla acenta - PTR arasında bilgi paylaşımının artacağını da düşünmektedirler.

PTR'nin büyük bölümü (%38), rehberlik meslek yasası çıkarılırsa, turizm politikalarına daha etkin katılım sağlayacaklarını düşünmektedir. Bununla beraber PTR'nin neredeyse yarısı turizm konseylerinin oluşturulması ile de politika oluşturma sürecinde daha etkin olabileceklerini düşünmektedirler. Tarafsız, turizmin her alanının temsil edilebileceği konseyler oluşturulduğu takdirde, kendi etkinliklerinin bu süreçte artacağını düşünmektedirler. Türkiye'de rehberlik, hala Profeyonel Turist Yönetmeliğinde belirtilen biçimiyle bir faaliyettir. Yani bir rehberlik meslek yasası bulunmamaktadır ve rehberlik meslek statüsünü henüz kazanamamıştır. Mülakat sonuçları da, bu bilgiyi desteklemektedir. Etkin bir meslek yasasının PTR'nin bugünkü sorunlarına çözüm getirebileceği düşünülmektedir. PTR'nin çoğu, oluşturulacak politika ve planlarda söz sahibi olabilmek için öncelikle meslek yasasına sahip olunması gerektiğinin altını çizmişlerdir.

Anket sonuçlarından çıkan bir diğer sonuca göre, PTR en çok kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda, daha sonra sırası ile imaj ve tanıtım politikalarında, sürdürülebilir turizm politikalarında, yeni destinasyon önerileri, markalaşma politikalarında ve pazarlama politikalarında katkı sağlayabileceklerini düşünmektedirler. Mülakatlarla elde edilen bilgiler incelendiğinde, imaj ve tanıtım konusu öne çıkmaktadır. PTR ülkenin tanıtım yüzleri olduklarını vurgulamışlar ve bu konu ile doğrudan ilişkili olduklarını düşünmektedirler. İkinci olarak da sürdürülebilir turizm konusunda katkı sağlayacaklarını düşünmektedirler. Özellikle bu alanlardaki projelerin sahada uygulanması konusunda etkili olduklarını düşünmektedirler. Ziyaretçileri yönlendirme güçleri sayesinde, sürdürülebilir turizm bölgelerinde korumayı ve sorumlu turizm davranışının gelişmesini sağlayabilecekleri düşünülmektedir. Ayrıca, hem ziyaretçilerden gelebilecek sorunların çözülmesinde, hem de bölgelerdeki sorunların iletilmesi

ve çözüm önerileri sunulmasında yararlı olabileceklerini düşünmektedirler. PTR turizm tüketicisi ile yakın ilişkileri nedeniyle pazarlama politikalarına, ülkenin tanıtımı, tanıtım için kullanılacak araçlar, tanıtımda hangi öğelerin ön plana çıkarılması gerektiği, ulaşım, konaklama, hizmet sektöründe sunulan hizmetin kalitesi, dikkat edilmesi gereken konular, farklı tur ve destinasyon programları oluşturulması, turizm çeşitlendirmesi, personelin nitelikleri, yöresel kalkınma, dünya barışına katkı, yiyecek-içeceklerin kalitesi, fiyatlandırma, müze ve ören yerlerinin taşıma kapasitesinin belirlenmesi, ziyaret usulleri vb. gibi konularda yapıcı önerileri ile katkıda bulunabileceklerini belirtmişlerdir.

Mülakat sonucunda elde edilen bulgulara göre, PTR, kendilerinin turizm politikalarına daha etkin katılımlarının sağlanması için öncelikle meslek yasasının gerekli olduğunu düşünmektedir. Bütün dernek ve odaları birleştirici bir yasanın gerekliliği vurgulanmış, dernek ve odaların bu süreçte çok daha sıkı ilişki içinde olmaları gerektiği söylenmiştir. PTR, oda ve derneklerin, ve TUREB'in yasalarla güçlendirilmesini, ve güçlü bir örgüt yapısına sahip olmak istemektedirler. Alınacak tüm kararlarda kendilerinin dışlanmaması gerektiğini düşünmektedir. Bu nedenle PTR örgütlenmesinin TURSAB kadar güçlü olması gerektiğini vurgulamaktadırlar.

Yurtdışında ve yurtiçinde düzenlenen fuar ve organizasyonlarda ülke tanıtımı açısından bu kadar önemli yerde bulunan PTR'nin yeterince değerlendirilmediği; PTR'ye daha fazla görev verilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Bir diğer önemli nokta da, PTR her yıl zorunlu hizmet içi seminerlerinde tekrar eden konuların değil, daha çok ziyaretçilerin istek ve düşünceleri, ören yerleri ve diğer yerlerde sunulan hizmet kalitesinin artırılması gibi konularda eğitim verilmesi ve tartışmaların yapılmasının bu sürece önemli fayda sağlayacağını düşünmektedirler.

PTR'nin anket çalışmasında kendilerine yöneltilen ifadelere verdikleri yanıtların cinsiyet, kokart alma biçimi, deneyim, çalışma şekli, yılda ortalama çalışılan acente sayısı, taban yevmiyeleri alıp alamama durumu ve sosyal güvenceye sahip olma durumuna göre anlamlı fark gösterdiği görülmüştür. Bayan PTR Kültür ve Turizm Bakanlığı, TURSAB gibi turizm örgütlerinin TUREB ile işbirliği içinde olduğuna daha fazla katılmaktadır. Bay PTR de sürdürülebilir turizm politikalarının oluşturulmasında katkı verme konusuna daha kararlılırlar. Bayan PTR toplumun mesleklerine bakış açısını bay PTR'ye göre daha az olumlu bulmuştur. Mesleğin bayanlar açısından daha zorlayıcı bir meslek olmasının bunda etken olabileceği düşünülmektedir.

Kokart alma şekline göre, PTR'nin sürdürülebilir turizm politikalarına katkı konusundaki fikirleri fark göstermektedir. Bakanlık kurslarını tamamlayarak rehberlik kokartına sahip olan



PTR'nin, lisans eğitimi yoluyla rehberlik eğitimi almış PTR'ye göre sürdürülebilir turizm politikalarına katkı konusuna daha olumlu yaklaşmakta oldukları görülmüştür. Bir başka ifade ile lisans mezunu bay PTR, sürdürülebilir turizm politikalarına katkı verme konusunda daha karardır. Lisans eğitimi yoluyla rehberlik eğitimi alanlar ise, bakanlık kursları yoluyla eğitim alanlara göre, rehberlik meslek yasası çıkınca PTR'nin turizm politikalarına daha etkin katılım sağlayacaklarını düşünmektedir. Yine aynı şekilde kokartını rehberlik lisans eğitimi sonucu elde edenler, Bakanlığın PTR'nin deneyimlerinden faydalanma konusuna daha fazla katılmaktadırlar.

Araştırmada ortaya çıkan bir diğer sonuca göre, PTR'nin meslekteki deneyim yılları arttıkça, PTR toplumun kendilerine bakış açılarını daha az olumlu bulmaktadırlar. Rehberliği ek iş olarak yapan PTR, kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda katkıda bulunma konusuna daha çok katılmışlardır. Yaşamlarını PTR olarak idame ettiren kişilerin, bu konuda mesleği ek iş olarak yapanların gerisinde kalmaları üzerinde düşünülmesi gereken bir konu olarak ortaya çıkmıştır. Rehberlik mesleğini ek iş olarak yapanlar, asıl iş olarak yapanlara göre, TURSAB'ın rehberlik meslek oda ve derneklerine görüş için başvurduğuna daha çok katılım göstermişlerdir.

Yılda ortalama 2-5 acente yada 6'dana fazla acente ile çalışan PTR, tek acente ile çalışan PTR'ye oranla, acentelerin PTR'nin deneyimlerinden yararlandıklarını daha fazla düşünmektedir.

Anket sonucu ortaya çıkan sonuçlardan biri de, PTR'nin, tur başına rehberlik taban yevmiyelerini alıp almama durumuna göre düşüncelerinin farklılık göstermesidir. Örneğin; taban yevmiyeleri alabildiğini belirten PTR, alamayanlara göre, Bakanlığın turizm politikalarının oluşturma sürecinde sadece PTR dernek ve oda başkanlarının fikirlerinin alındığını daha fazla düşünmektedirler. Yine bu ücretleri alanlar, alamayanlara oranla acentelerin PTR'nin önerilerini daha fazla dikkate aldıkları, toplumun PTR'ye bakış açısını daha olumlu buldukları, sektörde kendilerine hak edilen değerin verildiği ve bugüne kadar oluşturulmuş politikalarda kendilerinin görüşlerinin alındığına daha çok katıldıkları ortaya çıkmıştır. Bir diğer ifade ile, yılda 2-5 veya 6'dan fazla acente ile çalışan ve taban ücretleri alan PTR, acentelerin öneri ve deneyimlerinden yararlandığını daha fazla düşünmektedirler. Ayrıca, taban ücretleri alabilen ve 1-5 yıl arasında deneyimi bulunan PTR, toplumun PTR'ye bakışını en olumlu bulan gruptur.

Herhangi bir sosyal güvencesi olmayan PTR'nin, Bağkur'a bağlı bulunan PTR'ye oranla yabancı ülkelerde politika oluşturma süreçlerinde PTR'den daha çok yararlandığını düşündüğü araştırmada ortaya çıkan sonuçlardan bir diğeridir.

Anketten çıkan sonuçlara göre; PTR en büyük sorunlarını “rehberlik meslek yasalarının olmayışı” olarak görmekteyiz. Bunu; rehberlik mesleğinin “sosyal güvencesinin olmaması” izlemektedir. Daha sonra gelen sorunlar ise sırası ile; “kaçak rehberlik”, “denetimlerin yetersizliği”, PTR arasındaki “birlik ve dayanışma eksikliği”, “rehberlik örgütlenmesindeki parçalı yapı”, “hanutçuluk”, “PTR eğitiminde standardın olmaması” ve diğer sorunlar olarak çıkmaktadır. PTR’nin belirttiği diğer sorunlar ise PTR’nin komisyoncu olarak görülmesi ve komisyonculuğa zorlanmaları, sezonluk çalışma, acentelerin taban yevmiyeleri ödememesi ve kaçak rehber çalıştırmaları gibi sorunlardır. Mülakat bulguları da bu sonuçları destekler niteliktedir. En önemli sorun meslek yasasının eksikliği olarak görülmekte ve bunu kaçak rehberlik faaliyetleri takip etmektedir. Meslek örgütlerinin bazıları dernek bazıları da oda şeklinde örgütlenmiştir, örgütlenme yapısında bir ortaklık yoktur. Bu sorunları ortadan kaldırmak için Rehberlik Meslek Yasasının çıkarılması önemlidir. Rehberlik mesleğinin kurumsallaşması sağlanamadığı için lisanssız rehberlik sorunu ortaya çıkmaktadır. Kaçak rehberlik yapan kişiler yüzünden işsizlik oluşabilmekte, rehberlik mesleğinin imajı olumsuzlaşabilmektedir. Bu yüzden de rehberlik mesleği toplum tarafından yanlış ve olumsuz algılanabilmektedir. Bu nedenle, mesleğin; sosyal güvenlik kurumları, meslek odaları ve yasal mevzuatı ile eksikliklerini gidererek kurumsallaşması gerçekleştirilmeli, etkin bir denetleme mekanizması oluşturulmalı ve bu mekanizmanın sağlıklı bir şekilde çalışması sağlanmalıdır.

Bu sorunların yanında, PTR’nin acentelerle de bir takım sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Mülakatlar sonucu ulaşılan bulgular, Yazıcıoğlu ve diğerleri (2008) tarafından yapılan çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. PTR ilk olarak rehberlik taban ücretlerini alamaktan şikayetçidirler. Kimileri ise bazı alacaklarını tahsil edemediklerini, acentelerle mahkemelik olduklarını belirtmişlerdir. Rehberlik mesleğine saygı duyulmaması da belirtilen konular arasındadır. PTR mesleklerine ve kendilerine saygı duyulmasını istemektedirler. Bu nedenle acenteler PTR’yi bir maliyet unsuru olarak görmemeli, komisyonculuğa zorlamamalı, saygı göstermeli ve Bakanlığın belirlediği taban ücretlerin altında çalıştırmamalıdır. Bu şekilde ek iş yapan PTR’nin sayısı daha da azaltılabilir ve sadece kendi mesleklerine kanalize olmaları sağlanarak sundukları hizmet kalitesi yükseltilebilir.

Daha sonra sosyal güvence problemleri gelmektedir. PTR’nin çoğu bağımsız olarak çalışmakta, çok az bir kısımda acentelerle sözleşmeli olarak çalışmaktadır. Azımsanamayacak bir kısım (%20) sosyal güvencesiz çalışmaktadır. Ülkeyi temsil eden ve büyük sorumluluklar üstlenen PTR’nin işini başarı ile yapabilmesi ve turizm politikalarına yön verecek katkılar sağlayabilmeleri için, öncelikle çalışma koşullarının iyileştirilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak çıkarılması planlanan Turist Rehberliği Meslek Yasasının, PTR’nin günümüzde

yaşadığı bu tür problemlere çözüm getirebileceği düşünülmektedir. Bu açıdan meslek yasasının ihmal edilmemesi ve bir an önce çıkartılması gerekmektedir.

Çalışmadan çıkan toplu sonuçlar ışığında, şu önerilerin faydalı olabileceği düşünülmektedir:

- Rehberlik bir meslek olarak tanınmalı ve tanımlanmalıdır. En kısa sürede Rehberlik Meslek Yasası çıkarılmalıdır.
- Turizm sektörü içerisinde ve toplum gözünde, PTR imajının olumlu olması için çalışılmalıdır. Mesleğin toplumda önemi ve niteliği artırılmalıdır.
- PTR'nin turizm destinasyonları ve ziyaretçiler ile ilgili ilk elden edindikleri deneyimleri kayıt altına alınmalı, strateji ve plan oluşturma aşamalarında kullanılmalıdır.
- Yapılacak ve uygulanacak plan ve projelerde PTR dışlanmamalı, özellikle uygulanabilirlik konusunda görüşlerine başvurulmalıdır.
- PTR'den alınan fikir ve görüşler masada kalmamalı, uygulamaya geçirilmelidir.
- Özellikle yurtdışında ve yurtiçinde düzenlenen fuar ve organizasyonlarda tanıtım amacıyla PTR'den daha çok faydalanılmalıdır.
- Acenteler rehberlik mesleğine saygı duymalı, kesinlikle taban yevmiye altında PTR çalıştırmamalıdır.
- Acenteler PTR deneyimlerinden daha geniş anlamda faydalanmalı ve hem kendisi hemde ülke turizmi açısından görüş ve fikirlerini almalıdır.
- Kaçak rehberliğin önüne geçilebilmesi için denetlemelerin niteliği yükseltilmeli ve caydırıcı tedbirler alınmalıdır.
- PTR eğitimi tamamen üniversitelere bırakılmalı ve standardizasyon sağlanmalıdır.
- Yaygın dillerde yoğunlaşma nedeniyle, rehberlik eğitiminde nadir dillere de ağırlık verilmelidir.
- Başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere; TURSAB, TUROFED, TUROB gibi turizm örgütleri ile TUREB arasında daha sıkı işbirliği olmalı ve görüş alışverişi artırılmalıdır.
- Türkiye Turizm Stratejisinde (2007) uygulanması planlanan Turizm Konseyleri oluşturulmalıdır. Türkiye turizmi için oluşturulacak plan, proje ve politikalar sadece sınırlı kesimlerin katılımı ile gerçekleşmemeli, PTR de dahil olmak üzere; turizmin tüm taraflarının görüş, ve deneyimlerini paylaşılabilecekleri konseyler oluşturulmalıdır

## KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu, H. S., Turizmde Rehberlik, Detay Yayıncılık, Ankara, 2001.

Ahipaşaoğlu, H. S., Turizmde Rehberlik, Gazi Kitapevi, Ankara, 2006.

Ahipaşaoğlu, S., “Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitiminin Rehber Gereksinimine Uygun Olarak Planlanması”, Turizm Eğitimi Konferansı, 11-13 Aralık, (2003), 221-233.

Akgül, A., Çevik, O., İstatistiksel Analiz Teknikleri: SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları, Emek Ofset, Ankara, 2005.

Aktaş, S., “Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2009.

Alaca, B., A., “Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas, 1997.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E., Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, 3. Baskı, İstanbul, 2004.

Ap, J., Wong, K. F., “Case Study on Tour Guiding: Professionalism, Issues and Problems”, Tourism Management, No. 22, (2001), 551-563.

Aslantaş, H., “Türkiye’nin Tanıtım Stratejisi ve Tanıtım Politikaları”, II. Turizm Şurası Bildirileri, II. Cilt, T.C. Turizm Bakanlığı, Ankara, (2002), s.7-9.

Batman, O., Yıldırğan R., Demirtas, N., Turizm Rehberliği, Değişim Yayınları, Adapazarı, 2000.

Boz, N., Turizm Hukuku, Seçkin Yayınevi, Ankara, 2004.

Cohen, E., "A new Paradigm in guiding: The Madrich as a role model ", Annals of Tourism Research, Vol. 29 No. 4, (2002), 919-932.

Cohen, E., "The tourist guide: The Origins, Structure, And Dynamics Of A Role", Annals of Tourism Research, Vol. 12, No. 1, (1985), 5-29.

Çimrin, H., "Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC'si", Akdeniz Kitabevi, Antalya, 1995.

Dahles, H., "The Politics of Tour Guiding Image Management in Endonesia", Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 3, (2002), 783-800.

Davies, B., "The Role Of Quantitative And Qualitative Research In Industrial Studies Of Tourism", The International Journal Of Tourism Research, No. 5, (2003), 97-111.

Değirmencioglu, A. Ö., "Türkiye'de Turizm Rehberliği Eğitimine Bir Yaklaşım", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1997.

Değirmencioglu, Ö., "Rehberlik Mesleğinin Dünyü, Bugünü ve Meslek Yasası", Rehber Dünyası, Sayı. 34, (2003), 20-23.

Demir, M., Demir, Ş. Ş., "Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. 6, Sayı. 1, (2004), 94-116.

Doğan, H., Üngören, E., Kesgin, D.D., "Meslek ve Aile Yaşamı İlişkisi: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma", Journal of Yaşar Üniversitesi, Cilt. 20, Sayı. 5, (2010), 3430-3442.

Duman, T., Kozak, M., Uysal, M., S., "Turizmde Ürün Çeşitliliği Yoluyla Ürün Değeri Oluşturma: Türkiye' Deki Arz Kaynakları Üzerine Bir İnceleme", Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt. 18, Sayı. 2, (2007), 206-214.

Ekmekçi, N., İ., “Paket Turların Sürdürülebilirliğinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 2005.

Eliot, J., *Politics Of Tourism*, Routledge, London, 1997.

Erdoğan, N., *Çevre ve (Eko) Turizm*, Erk Yayınları, Ankara, 2003.

Fine, E.C., Speer, J.H., “Tour Guide Performances As Sight Sacralization”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, No. 1, (1985), 73-95.

Gartner, W. C., “Rural Tourism Development in the USA”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 6, No. 3, (2004), 151-164.

Geva, A., Goldman, A., “Satisfaction Measurement In Guided Tours”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, No. 2, (1991), 177-185.

Gümüş, H., “Türkiye’ de Ulusal Turizm Örgütlerinin Yapısal Analizi Ve Turizm Pazarlamasına Katkılarına Yönelik Bir Araştırma Çalışması”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2008.

Gündüz, S., “Turist Rehberliği Eğitimi ve Üniversitelerle Turizm Bakanlığı Arasındaki Koordinasyona Yönelik Bir Model Önerisi”, *Turizm Eğitimi Konferansı – Workshop*, Ankara, (2002), 243-255.

Güzel, F.Ö., “Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma)”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2007.

Holloway, J. C., “The Guided Tour: A Sociological Approach”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 8, No. 3, (1981), 377-402.

Howard, J., Rik, T., Smith, B., “Investigating The Roles Of Indigenous Tour Guide”, *The Journal Of Tourism Studies*, Vol. 12, No. 2, (2001), 32-39.

Inskeep, E., *Tourism Planning: An Integrated And Sustainable Development Approach*, John Wiley & Sons, New York, 1991.

Karamustafa, K., Çeşmeci, N., “Paket Tur Operasyonunda Turist Rehberlerinin Karşılaştıkları Yönetmel Sorunlar Üzerine Bir Araştırma”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, (2006), 70-86.

Katz, S., “The Israeli Teacher-Guide: The Emergence And Perpetuation Of A Role”, *Annals Of Tourism Research*, Vol. 12, No. 1, (1985), 49-72.

Kaypak, Ş., “Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği”, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, No. 2, (2010), 93-114.

Kiper, T., Arslan, M., “Anadolu’da Doğa Turizmi Kapsamında Doğa Yürüyüşü Güzergahlarının Belirlenmesinde Örnek Bir Çalışma”, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, Cilt. 4, Sayı. 2, (2007), 165-174.

Korkmaz, S., Temizkan, S.P., Temizkan, R., “Hizmet İçi Eğitim Seminerlerinin Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Pazarlamasındaki Rolüne Etkisi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 3, Sayı. 2, (2011), 17-36.

Kotler, P., Bowen, J., Makens. J., *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice Hall Int., Third Edition, 2003.

*Konaklama ve Seyahat Hizmetleri - Turizmde Rehberlik, Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi*, Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara, 2006.

Koroğlu, Ö., “İş Doyumu ve Motivasyon Düzeylerini Etkileyen Faktörlerin Performansla ilişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma”, *Yayınlanmış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2011.

Leclerc, D., Martin, J. N., "Tour Guide Communication Competence: French, German and American Tourists' Perceptions", *International Journal of Intercultural Relations*, No. 28, (2004), 181-200.

Luzar, E. J., Diagne A., Ecgan, C., Henning, B. R., "Profiling The Nature-Based Tourist: A Multinomial Logit Approach", *Journal Of Travel Research*, Vol. 37, No. 1, (1998), 48-55.

Mackay, K. L., Andereck, K. L., Vogt, C. A., "Understanding Vacationing Motorist Niche Markets", *Journal Of Travel Research*, Vol. 40, No. 4, (2002), 356-363.

Mckercher, B., Chan, A., "How Special Is Special Interest Tourism", *Journal Of Travel Research*, Vol. 44, No. 1, (2005), 21-31.

Nykiel, R., A., *Marketing Your Business: A Guide to Developing a Strategic Marketing Plan*, The Haworth Press Inc., Best Business Books, New York, 2003.

Olalı, H., Timur, A., *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti, İzmir, 1988.

Olalı, H., *Turizm Politikası Ve Planlaması*, İstanbul, 1990.

Öter, Z., "Seyahat Acentelerinde Pazarlama Bilgi Sistemlerine Turist Rehberlerinin Katkısı: Ege Bölgesi Örneği", *Yayınlanmış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.

Özdamar, K., *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 1999.

Periera, E., "How Do Tourist Guides Add Value To An Ecotour? Interpreting Interpretation In The State Of Amazonas, Brazil", *Florida International University Hospitality Review*, Vol. 23, No. 2, (2005), 1-8.

Randall, C., Rollins, R., "Role Of The Tour Guide In National Parks", *Eleventh Canadian Congress on Leisure Research*, May 17-20, Nanaimo, Canada, (2005), <http://lin.ca/Uploads/cclr11/CCLR11-115.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2011



Ryan, C., Dewar, K., "Evaluating The Communication Process Between Interpreter And Visitor ", *Tourism Management*, Vol. 16, No. 4, (1995), 295-303.

Sezgin, M., "Ulusal Tanıtımın Siyasi-Ekonomik Boyutu Ve Turizme Etkisi (Kurumlararası Koordinasyon Ve İşbirliği)", *Birinci Turizm Şurası, Turizm Bakanlığı Yayınları*, (1998), 108-111.

Sarkım, M., "Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri", *2. Ulusal İktisat Kongresi, İzmir*, 2008.

Sönmez, S., Sarıkaya, E., "A Distorted Destination Image? The Case Of Turkey", *Journal Of Travel Research*, No. 41, (2002), 185-196.

Sözen, Ö., M., "1982 Sonrası Dönemde Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikaları Ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri", *Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale*, 2006.

Tangüler, A., "Profesyonel Turist Rehberliği ve Turist Rehberlerinin Seyahat Acentası ve Müşteri İlişkileri (Kapadokya Örneği)", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*, 2002.

Taylı, Ü., "Turist Rehberi Sürdürülebilir Turizm İçin Ne Yapabilir?", *Rehber Dünyası*, Sayı. 33, (2003), 16-17.

Temizkan, R., Temizkan, S. P., "Rehber, Acenta, Mağaza ve Turistler Açısından Türkiye’de Turistlerin Alışveriş Faaliyetleri", *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, I. Çanakkale Turizm Bienali*, (2005), 333-342.

Temizkan, S.P., "Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Pazarlamasındaki Rolüne Etkisi Açısından Hizmetçi Eğitim Seminerleri", *Yayınlanmış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara*, 2010.

Tetik, N., “Türkiye’de Profesyonel Turist Rehberliği Ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2006.

Tosun, C., Temizkan, R., “Türkiye’nin Dış Tanıtım ve Ülke İmajında Turist Rehberlerinin Rolü”, I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, (2004), 345-365.

Tunç, A., “Dünyadaki Türkiye İmajının Turizm Sektörüne Etkisi ve Bir Uygulama”, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı.1, (2003), 38-54.

Turizmi Çeşitlendirmek, TÜRSAB AR-GE Departmanı Raporu, 2003.

Türkiye Turizm Stratejisi - 2023, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara, 2007.

Ulucak, E., M., Yazgı, A., Turizm, Okyay Yayıncılık, İstanbul, 2001.

Usta, Ö., Turizm, Altın Kitaplar Yayınevi, 1993.

V. Beş yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 1984.

VI. Beş yıllık Kalkınma Planı, (1990-1994), Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 1989.

VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 1995.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 2000.

Vizyon- 2023 Ulaştırma ve Turizm Paneli, TÜBİTAK, Ankara, 2003.

Wallace, G. N., Pierce, S. M., “An Evaluation Of Ecotourism In Amazonas, Brazil”, Annals Of Tourism Research, Vol. 23, No. 4, (1996), 843-873.

Wang, K.C., Hsieh, A.T. And Chen, W.Y., “Is The Tour Leader An Effective Endorse For Group Package Tour Brochures?”, Tourism Management, No. 23, (2002), 489-498.

Yarcan, Ş., Peköz, M., Seyahat İşletmeleri, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 3. Basım, İstanbul, 1998.

Yazıcıoğlu, İ., Tokmak, C., Uzun, S., “Turist Rehberlerinin Rehberlik Mesleğine Bakışı”, Üniversite ve Toplum Dergisi, Cilt. 8, Sayı. 2, (2008), 1-19.

Yenen Ş., “Turist Rehberliği Eğitiminde, Niteliksel ve Niceliksel Planlamada Turizm Bakanlığı, Yüksek Öğretim Kurumu ve Meslek Kuruluşları Arasında İşbirliğinin Önemi”, Turizm Eğitimi Konferansı - Workshop, Ankara, (2002), 257-273.

Yenen, Ş., “Avrupa’da Turist Rehberliği Eğitimi”, Rehber Dünyası, Sayı. 36, (2004), 31.

Yıldırım, S., Atay, L., “Turistik Ürün Pazarlama Sürecinde Tur Rehberinin Fonksiyonu” Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberinin Rolü, Hafta Sonu Semineri IV, 05-07 Aralık 1997, Nevşehir.

Yıldız, Z., Kalağan, G., “Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri”, Yerel Siyaset Dergisi, Sayı. 35, (2008), 42-44.

Yu, X., Weiler B., Ham S., “Intercultural Communication and Mediation: A Framework for Analysis the Intercultural Competence of Chinese Tour Guides” Journal of Vacation Marketing, Vol. 8, No. 1, (2001), 75-87.

Zhang, H. Q., Chow, I., “Application of Importance-Performance Model in Tour Guides’ Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong”, Tourism Management, No. 25, (2004), 81-91.

“Rehberliğin Tarihçesi”, <http://www.tureb.net/index.php/turist-rehberligi/rehberligin-tarihcesi>; Erişim tarihi: 20.04.2011

“Uzmanlaşma/Mesleki Eğitim Programları”, <http://www.tureb.net/index.php/uzmanlasma-programlari>; Erişim Tarihi: 15.09.2011

“Turist Rehberinin Sahip Olması Gereken Özellikler ve Görevleri”,  
[http://www.tureb.net/?page\\_id=1286](http://www.tureb.net/?page_id=1286), Erişim Tarihi: 15.03.2011

“What Is A Tourist Guide?”, [http://www.wftga.org/main.php?page=what\\_is\\_a\\_tourist\\_guide](http://www.wftga.org/main.php?page=what_is_a_tourist_guide),  
 Erişim Tarihi: 20.03.2011

“What Is WFTGA?”, [http://wftga.org/main.php?page=what\\_is\\_wftga](http://wftga.org/main.php?page=what_is_wftga), Erişim Tarihi:  
 19.03.2011

Ankara Rehberler Derneği, <http://www.aredankara.net/index.php/hakkimizda>, Erişim Tarihi:  
 12.09.2011

Antalya Rehberler Odası, <http://www.aro.org.tr/hakkimizda.asp>, Erişim Tarihi: 18.03.2011

Avrupa Turist Rehberleri Federasyonu, <http://www.feg-touristguides.com/about-feg.html>,  
 Erişim Tarihi: 19.03.2011

Cengiz, Z. (2010), “Turizm Konseyi ve İzmir Zirvesi”,  
<http://www.turizmguncel.com/?tg=makale&i=365>, Erişim Tarihi: 18.09.2011

Cengiz, Z. (2010), “Turizm Konseyi ve Yerel Örgütlenme”,  
<http://www.turizmguncel.com/?tg=makale&i=67>, Erişim Tarihi: 16.09.2011

Cengiz, Z. (2011), “Turizmde Örgütlenme: Bir Çıkılmaz Sokak”,  
<http://www.turizm gazetesesi.com/article.aspx?id=62110>, Erişim Tarihi: 15.09.2011

Çanakkale Rehberler Derneği,  
[http://www.cared.org.tr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=12&Itemid=27.2](http://www.cared.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=27.2),  
 Erişim Tarihi: 01.03.2011

Çilingiroğlu, Ö. (2004), “Profesyonel Rehber ile Medyatik Türkiye Söyleşisi”  
<http://www.tureb.net/index.php/profesyonel-rehber-ile-medyatik-turkiye-soylesesi>, Erişim  
 Tarihi: 11.09.2011

Değirmencioğlu, Ö. “Turist Rehberliği Nasıl Doğdu”,  
[http://www.aro.org.tr/rehberin\\_rehberi.asp?id=5](http://www.aro.org.tr/rehberin_rehberi.asp?id=5), Erişim Tarihi: 24.03.2011

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu, <http://www.wftga.org/page.asp?id=171>,  
 Erişim Tarihi: 24.05.2011

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu, <http://www.wftga.org>, Erişim Tarihi:  
 24.05.2011

Green Globe, <http://www.greenglobeint.com/>, Erişim Tarihi: 21.10.2011

Güneş, M. (2006), “Türkiye İmajda Sürünüyor”

<http://www.milliyet.com.tr/2006/02/22/son/sonyas04.asp>, Erişim Tarihi: 12.09.2011

İzmir Rehberler Odası,

[http://www.izro.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=79&Itemid=184](http://www.izro.org/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=184),

Erişim Tarihi: 20.03.2011

Kalamboukidou, E. “Greek Educational System For Tourist Guides” <http://wftga.org/tourist-guiding/education-tourist-guides-worldwide/greek-educational-system>, Erişim Tarihi:

24.05.2011

Kapadokya Rehberler Derneği, <http://www.kared.org.tr/kared.html>, Erişim Tarihi: 21.03.2011

Karadeniz Rehberler Derneği, <http://www.karadenizrehberleri.com/karder.html>, Erişim Tarihi: 21.03.2011

Öğretim Programlarını İnceleme Yaklaşımları,

<http://www.cebirsnel.com/egitim/kadki/kadki2.htm>, Erişim Tarihi: 15.01.2012

Özbay, R. (2008) “Turist Rehberliğinde Güncel Mesleki Sorunlar ve Belirsizlikler”,

<http://www.tureb.net>, Erişim Tarihi: 17.05.2011.

Özbuldu, O. (2008) “Turizmin Markalaşmasında Rehberler Yok”

<http://www.osmanozbuldu.com/makaledetay.asp?offset=0&Kimlik=30>, Erişim Tarihi:

15.09.2011

Profesyonel Turist Rehberliği Kursları, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80776/profesyonel-turist-rehberligi-kurslari.html>, Erişim Tarihi: 19.03.2011

Profesyonel Turist Rehberliği Ulusal Meslek Standardı, [aregem.kulturturizm.gov.tr/dosya/1-237460/h/1.pdf](http://aregem.kulturturizm.gov.tr/dosya/1-237460/h/1.pdf), Erişim Tarihi: 15.03.2011

Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği,

<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Asp?MevzuatKod=7.5.9631&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=>, Erişim Tarihi: 12.02.2011

Resmi Gazete, <http://www.resmigazete.gov.tr>, Erişim Tarihi: 22.10.2011

Seyahat Acentaları Ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu,

<http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/495.html>, Erişim tarihi: 12.02.2011

Turist Rehberleri Vakfı, <http://tr-tr.facebook.com/pages/TUREV-Turist-Rehberleri-Vakf%C4%B1/128337430581264?sk=info>, Erişim Tarihi: 17.07.2011

Turist Rehberlerinin Çalışma Esasları, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80780/profesyonel-turist-rehberlerinin-calismaesaslari.html>, Erişim tarihi: 17.03.2011

2011 Yılı I. ve II. Yarıyıl Turist Rehberi Taban Ücretleri, <http://www.tureb.net/index.php/tabana-ucetler>, Erişim Tarihi: 23.12.2011

UNWTO, “Tourism Highlights”, 2011 Edition, <http://www.unwto.org/facts>, Erişim Tarihi: 07.10.2011.

Üniversitelerin Turist Rehberliği Bölümleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-80777/universitelerin-turist-rehberligibolumleri.html>, Erişim Tarihi: 20.03.2011

Yenen, Ş. (2005), “Turizmin Değişen Yüzü”, <http://www.tureb.net/basin/bulten.asp?id=19>, Erişim Tarihi: 15.09.2011.

[http://www.mindwais.com/wftga/main.php?page=news\\_details&sp=true&news\\_id=2](http://www.mindwais.com/wftga/main.php?page=news_details&sp=true&news_id=2), Erişim Tarihi: 16.10.2011.

<http://wftga.org/guidelines/GUIDEL3.htm>, Erişim Tarihi: 15.10.2011.

**EK-1. 2011 Yılı Dillere Göre PTR Sayıları**

Dil Adı	Bay	Bayan	Ülkesel Aktif	Ülkesel Pasif	Bölgesel Aktif	Bölgesel Pasif	Aktif	Pasif	Toplam
İngilizce	4323	2720	4998	1571	105	369	5103	1940	7043
Almanca	1940	593	1553	746	52	182	1605	928	2533
İtalyanca	350	314	470	172	10	12	480	184	664
İspanyolca	376	243	519	85	10	5	529	90	619
Fransızca	1328	425	1004	576	50	123	1054	699	1753
Japonca	398	224	504	104	2	12	506	116	622
Hollandaca	197	72	224	44	0	1	224	45	269
Macarca	13	11	16	7	0	1	16	8	24
Lehçe	27	12	31	8	0	0	31	8	39
Norveççe	20	9	26	3	0	0	26	3	29
İskandinavca	1	1	0	2	0	0	0	2	2
Bulgarca	162	114	214	61	0	1	214	62	276
Sırpça	42	16	42	15	0	1	42	16	58
İsveççe	33	9	28	11	0	3	28	14	42
Çekçe	1	4	5	0	0	0	5	0	5
Korece	22	10	23	9	0	0	23	9	32
Portekizce	69	36	103	2	0	0	103	2	105
Romence	9	7	14	1	0	1	14	2	16
Çince	54	51	87	18	0	0	87	18	105
İbranice	26	6	23	8	0	1	23	9	32
Fince	7	0	4	3	0	0	4	3	7
Rusça	464	192	554	97	2	3	556	100	656
Yunanca	88	65	129	24	0	0	129	24	153
Arapça	206	49	176	77	0	2	176	79	255
Danimarkaca	7	4	9	2	0	0	9	2	11
Hintçe	4	2	1	5	0	0	1	5	6
Farsça	25	12	31	6	0	0	31	6	37
Urduca	4	7	7	4	0	0	7	4	11
Makedonca	3	4	7	0	0	0	7	0	7
Ermenice	3	6	8	1	0	0	8	1	9
Slovençe	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Slovakça	3	1	3	1	0	0	3	1	4
Hırvatça	22	4	19	6	0	1	19	7	26
Arnavutça	1	0	0	1	0	0	0	1	1
İzlandaca	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Malayca	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Gürcüce	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Boşnakça	2	3	4	1	0	0	4	1	5

**EK-2 Anket Formu****PROFESYONEL TURİST REHBERLERİNİN TURİZM POLİTİKALARININ  
OLUŞTURULMALARINA KATKILARI**

Değerli Katılımcı ;

Bu araştırma Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalında, “Profesyonel Turist Rehberlerinin (PTR) Turizm Politikalarının Oluşturulmalarına Katkıları” başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında yürütülmektedir. Araştırma, sonuçları kesinlikle kişi ismi verilerek açıklanmayacak, sadece bilimsel amaçla değerlendirilecektir. Araştırmaya gösterdiğiniz ilgi için şimdiden teşekkür ederim.

Cansu SOLMAZ

Akdeniz Üniversitesi

cansusolmaz@hotmail.com

**Cinsiyetiniz?**

- Bay  Bayan

**Yaşınız?**

- 18-24 yaş  25-30 yaş  
 31-35 yaş  36-40 yaş  
 41 yaş ve üzeri

**Son mezun olduğunuz okul?**

- Lise  Ön Lisans  
 Lisans  Yüksek Lisans  
 Doktora

**Medeni Durumunuz?**

- Evli  Bekar

**Mesleki rehberlik eğitimi (kokartınızı)  
hangi yolla aldınız?**

- Bakanlık Kursu  
 Meslek Yüksek Okulu/ Turist Rehberliği  
Bölümü  
 Lisans/ Turist Rehberliği Bölümü

**Rehberlik lisans diliniz?**

- İngilizce  
 Almanca  
 Fransızca

Diğer.....

**Hangi rehber odasına veya derneğine  
üyesiniz?**

- İRO  
 ARO  
 İZRO  
 Hiçbir dernek veya odaya üye değilim.

Diğer.....

**Rehberlik deneyiminiz?**

- 1-5 yıl  6-10 yıl  
 11-15 yıl  16-20 yıl  
 21 yıl ve üzeri

**Rehberlik mesleğini asıl iş olarak mı ek  
iş olarak mı yapıyorsunuz?**

- Asıl iş  Ek iş

**Bir yılda ortalama kaç acente ile  
çalışıyorsunuz?**

- Tek  2-5  6'dan fazla

**Herhangi bir sosyal güvenceniz var mı?**

- SSK  Bağkur  
 Emekli sandığı  Özel sigorta  
 Yok

**Acentalarla hangi şekilde  
çalışmaktasınız?**

- Sözleşmeli  Bağımsız (yevmiyeli)

**Rehberlik taban ücretlerini yeterli  
buluyor musunuz?**

- Evet  Hayır  Kısmen

**Bakanlığın belirlediği taban ücretleri  
alabiliyor musunuz?**

- Evet  Hayır  Bazen



<i><b>PTR ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelere ne kadar katıldığınızı belirtiniz?</b></i>	<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Kesinlikle katılıyorum</b>
1. Turizm sektörü içerisinde PTR'ye hak ettiği değer verilmektedir.					
2. Turizm politikaları oluşturulurken PTR'nin de görüşlerinin alınması önemlidir.					
3. Bakanlık politika oluşturma sürecinde PTR oda ve derneklerinin görüşünü almaktadır.					
4. Bakanlık politika oluşturma sürecinde sadece PTR oda ve dernek başkanlarının görüşünü almaktadır.					
5. Bugüne kadar oluşturulan politikalarda PTR'nin görüşleri alınmıştır.					
6. Bakanlık PTR'den aldığı görüşleri uygulamaya koymaktadır.					
7. Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile iş birliği içindedir.					
8. Bakanlık ve TURSAB, TUROFED gibi turizm örgütleri TUREB ile daha çok işbirliği içinde olmalıdır.					
9. PTR pazarlama politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.					
10. PTR imaj ve tanıtım politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.					
11. PTR markalaşma politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.					
12. PTR sürdürülebilir turizm politikalarına katkıda bulunmalıdırlar.					
13. PTR kültürel ve doğal mirasın korunması konusunda katkılarda bulunmalıdırlar.					
14. PTR acentaya yeni destinasyon önerisinde bulunabilirler.					
15. Acentalar PTR'nin önerilerini dikkate alır.					
16. Acentalar PTR'nin deneyimlerinden yararlanmaktadır.					
17. Turizm konseylerinin oluşturulması ile PTR'nin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.					
18. Rehberlik meslek yasası çıkınca PTR'nin politikalara daha etkin katkı sağlayacağını düşünüyorum.					
19. Yabancı ülkelerde politika oluşturma sürecinde PTR'den daha çok yararlanılmaktadır.					
20. Bakanlık PTR'nin deneyimlerinden aktif olarak faydalanmaktadır.					
21. TURSAB, Meslek Odalarının, derneklerin ve PTR'nin					

görüşlerine başvurmaktadır.					
22. Bakanlık ve sektör yetkilileri PTR'nin deneyimlerinden ve fikirlerinden daha fazla yararlanmalıdır.					
23. Türkiye de Turizm sektörünün PTR'ye bakış açısı olumludur.					
24. Toplumun PTR'ye bakış açısı olumludur.					

***Yukarıdakilere ek olarak PTR'nin başka konularda katkı sağlayabileceğini düşünüyorsanız lütfen yazınız.***

.....

.....

.....

.....

.....

.....

***Sizce Türkiye'deki PTR'nin en büyük sorunu nedir?***

- Meslek Yasasının Eksikliği
- Sosyal Güvencesinin Olmaması
- Kaçak Rehberlik
- Hanutçuluk
- Denetimlerin Yetersizliği
- Rehberlik Örgütlenmesindeki Parçalı Yapı
- Rehberlik Eğitiminde Standardın Olmaması
- PTR Arasındaki Birlik Ve Dayanışma Eksikliği
- Diğer

***Yorumlarınız***

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Zaman Ayırdığınız İçin Teşekkür Ederiz!**



***Araştırmanın sonuçları hakkında bilgi edinmek istiyorsanız, lütfen iletişim bilgilerinizi yazınız:***

.....

.....

**EK-3 Mülakat Soruları**

1. Turizm politikaları oluşturulurken PTR'nin de görüşleri alınıyor mu, alınmalı mı?
2. Bakanlık PTR'nin görüşlerini ve deneyimlerinin dikkate alıp uyguluyor mu?
3. Bu güne kadar oluşturulmuş turizm politikalarında, PTR'nin görüşlerinin alındığını düşünüyor musunuz?
4. PTR'nin ne tür konularda katkı sağlayabileceğini düşünüyorsunuz?
5. Seyahat acentaları PTR'nin fikirlerini dinleyip deneyimlerinden yararlanıyor mu?
6. PTR'nin turizm politikalarına katılımlarının daha etkin hale getirilmesi için neler yapılmalı?

## Ö Z G E Ç M İ Ş

**Adı ve SOYADI** : Cansu SOLMAZ  
**Doğum Tarihi ve Yeri** : 20/ 04 / 1987 ANTALYA  
**Medeni Durumu** : Bekar

### Eğitim Durumu

**Mezun Olduğu Lise** : Burdur Anadolu Lisesi, 2005  
**Lisans Diploması** : Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu / Turist Rehberliği Bölümü, 2009  
**Yabancı Dil / Diller** :İngilizce

### İş Deneyimi

**Stajlar** : Öger Tours 2007 (Haziran- Ekim) - Antalya Hava Limanı  
**Çalıştığı Kurumlar** : Merrill's Roxy (2009) Burlington/Vermont/ABD  
Majestic Ten (2009) Winoski / Vermont / ABD  
Urart Duty Free (2010) - Antalya Hava Limanı  
Odeon Tours (2012-Halen) - Antalya

**E- mail** : [cansusolmaz@hotmail.com](mailto:cansusolmaz@hotmail.com)  
[cnsmlmz@gmail.com](mailto:cnsmlmz@gmail.com)