TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK İSTENMEYEN TURİST DAVRANIŞLARI

Hilmi AR

(Doktora Tezi)

Eskişehir, 2021

TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK İSTENMEYEN TURİST DAVRANIŞLARI

Hilmi AR

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı

DOKTORA TEZİ

Eskişehir, 2021

T.C.

ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Hilmi AR tarafından hazırlanan Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışları başlıklı bu çalışma 05.07.2021 tarihinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından Anabilim Dalında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan Prof. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ

Üye Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN

(Danışman)

Üye Doç. Dr. Cüneyt TOKMAK

Üye Doç.Dr. Özlem ALTUNÖZ

Üye Doç.Dr. Yasin BİLİM

ONAY

…/ …/ 20…

Prof Dr. Mesut ERŞAN

Enstitü Müdürü

…/06/2021

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Hilmi AR

ÖZET

TURİST REHBERLERİNE YÖNELİK İSTENMEYEN TURİST DAVRANIŞLARI

AR, Hilmi

Doktora-2021

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Rahman TEMİZKAN

Bu araştırmanın temel amacı, turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarını ve söz konusu davranışların rehberler üzerindeki yansımalarını keşfetmektir. Turist rehberlerine karşı sergilenen istenmeyen turist davranışlarının sebeplerini ve davranışlara ilişkin tetikleyici durumları turist rehberlerinin deneyimleri aracılığıyla belirlemek araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak 35 turist rehberiyle görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcı turist rehberlerinin yanıtlamalarından elde edilen verilere MAXQDA2020 Analytics Pro 20.3.0 nitel veri analizi programı yardımıyla içerik analizi uygulanmıştır. Çalışmada, fenomenolojik bir yaklaşım izlenmiş olup kritik olay tekniğinden de yararlanılmıştır.

Araştırmada, turistlerin rehberlerine karşı agresif davranışlar, egolu davranışlar, kaba davranışlar ve rehberin işini zorlaştıran davranışlar olmak üzere dört farklı istenmeyen davranış biçimi sergilediği tespit edilmiştir. Çalışmada, seyahat acentalarının turda sunduğu hizmet unsurlarının turistler tarafından beğenilmemesi, acentaların taahhüt ettiği şekilde hizmet sunmaması ve tur operasyonunda yaşanan acenta kaynaklı aksaklıkların turist rehberine yönelik istenmeyen turist davranışlarına sebep olduğu belirlenmiştir. Turistlerin rehberlerine karşı istenmeyen davranışlar sergilemesini tetikleyen durumların ise tur

organizasyonunda acenta kaynaklı yaşanan problemler, olumsuz hava şartları, tur programında yer alan uzun yolculuklar, kültürel farklılıklar ve turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma sonucunda, turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının turist rehberleri üzerinde anlatımlara konsantre olmakta güçlük çekme, moral bozukluğu, mesleğe ilişkin motivasyon kaybı yaşama, mesleği bırakmayı düşünme gibi yansımaları olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist rehberliği, istenmeyen turist davranışları, turist davranışı

ABSTRACT

TOURIST MISBEHAVIOURS TOWARDS TOURIST GUIDES

AR, Hilmi

PhD-2021

Department of Tourism Management

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN

The main aim of this study is to explore tourist misbehaviours towards tourist guides and these behaviours' reflections on tourist guides. Another aim of the study is to determine the reasons and triggering situations of these misbehaviours by the tourist guides' experiences.

Within the scope of the research, 35 tourist guides were interviewed with using the semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods. Content analysis was applied to the data obtained from the responses of the participating tourist guides with the help of the MAXQDA2020 Analytics Pro 20.3.0 qualitative data analysis program. In the study, a phenomenological approach was followed and critical event technique was also used.

In this study, it was found that tourists present four different misbehaviours consisting of aggressive, ego-centered, impolite behaviours and behaviours which make things difficult for tourist guides. It was also found that because the tourists were not satisfied with the services during the tours by travel agencies, they didn't offer services as they guaranteed and there were problems by travel agencies during tour operation caused tourist misbehaviours towards tourist guides. It was revealed that the triggering situations which affect tourist misbehaviours towards tourist guides were the problems caused by travel agencies during tour operation, bad

weather conditions, long trips in the tour programme, cultural differences and long waits in ruins.

As a result of this study, it was found that tourist misbehaviours have reflections on tourist guides like concentration problems while talking, demoralization, motivation loss for the job and thought of leaving job.

Keywords: Tourist Guiding, Tourist Misbehaviours, Tourist Behaviour

İÇİNDEKİLER

ÖZET……..... v

ABSTRACT…….. vii

TABLOLAR LİSTESİ……. xii

ŞEKİLLER LİSTESİ……... xiii

EKLER LİSTESİ…….. xiv

KISALTMALAR LİSTESİ…….. xv

ÖNSÖZ…….. xvi

GİRİŞ……..... 1

1. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN TANITILMASI

1.1. Araştırma Problemi……..... 3

1.2. Araştırmanın Amacı……. 5

1.3. Araştırmanın Önemi…… 6

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları…… 7

2. BÖLÜM

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ

2.1. Turist Rehberliği Mesleği ve Turizm Sektöründeki Önemi……. 8

2.2. Turist Rehberlerinin Görevleri ve Sorumlulukları……..... 14

2.3. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Nitelikler……. 17

2.4. Rehber-Turist İletişimi ve Etkileşimi……..... 18

2.5. Turist Rehberlerinin Mesleki Engelleri ve Sorunları……..... 22

3. BÖLÜM

TURİST VE DAVRANIŞ

3.1.Turist……... 25

3.1.1. Turist Tipleri……... 25

3.1.2. Turistlere Özgü Davranışlar…….. 30

3.1.3. Turist Deneyimi……..... 33

3.2. Davranış Kavramı……. 36

3.2.1. Davranışları Belirleyen Faktörler…… 42

3.2.2. Tutumlar……... 42

3.2.3. İnançlar…… 45

3.2.4. Değerler……... 45

3.3. İstenmeyen Müşteri Davranışı Kavramı……. 45

3.3.1. İstenmeyen Müşteri Davranışının Öncülleri…… 54

3.3.2. İstenmeyen Müşteri Davranışına İlişkin Alanyazın……. 62

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ ve BULGULAR

4.1. Araştırma Metodolojisi……..…… 65

4.2. Verilerin Toplanması…… 68

4.3. Araştırma Bulguları ve Yorumlar……..……... 69

4.3.1. Turist Rehberlerinin Demografik Özellikleri…….. 69

4.3.2. Turist Rehberlerinin Kendilerine Davranışları Bakımından İstenmeyen Turist Tanımlamaları…… 72

4.3.3. Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışlarının Nedenleri…….. 80

4.3.4. Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışlarına İlişkin Bulgular…… 85

4.3.5. İstenmeyen Turist Davranışlarına Karşı Rehberlerin Tepki ve Tepki Gerekçelerini Yansıtan Bulgular……... 88

4.3.6. Turist Rehberlerine Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışlarını Tetikleyen Olay ve Durumlar……..... 90

4.3.7. Turist Rehberlerinin İstenmeyen Turist Davranışlarıyla Baş Etme Yöntemleri…… 100

4.3.8. Turist Rehberlerine Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışlarının Engellenebilirliği…… 107

4.3.9. Kritik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimlerinin Rehberler Üzerindeki Yansımaları……... 114

4.3.10. Turist Rehberlerinin Turistlere İlişkin Davranış Beklentileri…. 136

SONUÇ ve ÖNERİLER……. 141

KAYNAKÇA……. 148

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Turist Rehberliği Mesleğinin İlgi Alanına Giren Disiplinler…….. 9

Tablo 2: Turist Rehberliği Mesleğinin Avantajları ve Dezavantajları…….. 12

Tablo 3: Turist Rehberlerinin Sorumluluk Taşıdığı Paydaşlar……..... 15

Tablo 4: Turist Rehberlerinin Temel İşlevleri ve Nitelikleri……..... 18

Tablo 5: Turistleri Tanımlayan Bireysel Değişkenler……... 29

Tablo 6: Seyahat Evrelerinde Turist Davranışının Karakteristikleri……. 31

Tablo 7: Davranışların ABC Analizi……. 39

Tablo 8: Müşterilerin Karanlık Yüzünün Farklı İfade Edilişleri……... 47

Tablo 9: Müşteri ve İşgören Perspektifinden Müşteri Davranışı Tipolojisi..... 49

Tablo 10: İstenmeyen Müşteri Türleri ve İstenmeyen Müşteri Davranışları Tanımlamaları…….. 52

Tablo 11: Turist Rehberlerinin Demografik Özellikleri……. 69

Tablo 12: Katılımcı Turist Rehberlerinin Mesleki Profili…….. 70

Tablo 13: Turist Rehberlerinin İstenmeyen Turist Tanımlamalarına İlişkin Bulgular…… 73

Tablo 14: Turist Rehberlerine Yönelik Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışları……. 85

Tablo 15: Turist Rehberlerine Karşı İstenmeyen Turist Davranışlarını Tetikleyen Olay ve Durumlar…… 91

Tablo 16: Rehberlerin Kendilerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimleri……. 114

Tablo 17: Turist Rehberlerinin Kritik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimlerindeki Duygulanımları…….. 115

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Turistlerin Baskı Altında Hissetmesine Yol Açan Etkenler…… 32

Şekil 2: İletişimde Yer Alan Dört Davranış Tipi……..... 39

Şekil 3: İstenmeyen Müşteri Davranışı Çerçevesi…… 57

Şekil 4: İstenmeyen Müşteri Davranışlarının Sonuçları…….. 60

Şekil 5: Genel Müşteriler ve Tur Üyesi Turistler Arasındaki İstenmeyen Davranış Farklılıkları……... 61

Şekil 6: Rehberlerin İstenmeyen Turist Tanımlamalarına İlişkin Kelime Bulutu……..... 74

Şekil 7: Turist Rehberlerine Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışlarının Nedenlerine İlişkin Kelime Bulutu…….. 80

Şekil 8: Rehbere Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışları…….. 85

Şekil 9: Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışlarını Tetikleyen Olay ve Durumlar……. 94

Şekil 10: Rehberlerin Turistlerden Davranış Beklentilerine İlişkin Kelime Bulutu…… 137

EKLER LİSTESİ

EK1: Görüşme Soruları…… 164

EK2: Etik Protokol……... 165

KISALTMALAR LİSTESİ

akt.	**:** Aktaran
bkz.	**:** Bakınız
C.	**:** Cilt
Ed.	**:** Editör
örn.	**:** Örneğin
R	**:** Turist rehberi
s.	**:** Sayfa
ss.	**:** Sayfa Sayısı
TUREB	**:** Turist Rehberleri Birliği
TÜRSAB	**:** Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
vb.	**:** ve benzeri
vs.	**:** vesaire

ÖNSÖZ

Araştırmanın her aşamasında desteğini ve anlayışını esirgemeyen, değerli fikirlerini benimle paylaşarak bana yol gösteren danışman hocam Sayın Doç.Dr. Rahman TEMİZKAN'a sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunarım. Çalışmanın şekillenmesi sürecinde öneriler sunan, yapıcı eleştirileri ve değerli fikirleriyle araştırmaya katkı sağlayan Sayın Prof. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ ve Sayın Doç.Dr. Cüneyt TOKMAK'a katkılarından dolayı teşekkür ederim. Savunma jürisinde yer alan değerli hocalarım Sayın Doç.Dr. Özlem ALTUNÖZ ve Sayın Doç.Dr. Yasin BİLİM'e değerlendirmeleri ve paylaşımları için teşekkür ederim. Araştırmaya zaman ayırarak katılım gösteren, görüşmeler esnasında sorduğum soruları içtenlikle cevaplayan katılımcı turist rehberlerine değerli paylaşımları için teşekkür ederim.

Hilmi AR

ESKİŞEHİR, 2021

GİRİŞ

Turist rehberleri, turizm sektöründe sunulan hizmetlerin önemli bir bölümünü oluşturan tur hizmetlerini tüketiciye ulaştırarak turist deneyimini yaratan kişilerdir. Rehberler, hizmet sunumu sırasında mesleki sorumluluklarının gereği olarak turistik mekânlara ilişkin sahip olduğu bilgilerin aktarımını yapar, turist kafilesine liderlik ederek onları yönlendirir ve yönetir. Bu nedenledir ki, turist rehberliği mesleği turizm sektörünün can damarlarından biri olarak kabul edilmektedir. Rehberlik hizmeti, turist-rehber arasında gerçekleşen iletişim ve etkileşim aracılığıyla mümkün olabilmektedir. Bilindiği üzere, iletişim sürecinde gerçekleşen davranışların önemli bir yeri bulunmaktadır. Davranış genel anlamıyla insanın çevresinde gerçekleşenlere karşı gösterdiği tepkiler olarak ifade edilmektedir. Bu noktada turist rehberlerinin hizmet sunumu esnasında karşılaştığı turist davranışlarının rehberlerin dünyasına yansımaları merak konusudur.

Hizmet ortamında olumsuz algılanan ve gerek işgörene gerekse de diğer tüketicilere negatif yansıyan, tüketim ortamını bozacak nitelikteki davranışlar, istenmeyen tüketici davranışları olarak bilinmektedir. İstenmeyen tüketici davranışı, davranışa maruz kalan tarafın kabullenmekte zorluk çektiği toplumsal normlara aykırı olarak sergilenen davranışlardır. Bu olguya turist-rehber etkileşimi açısından bakmak gerekirse, rehber sahip olduğu mesleki donanımı işini gerçekleştirmek adına turistlere sunarken, işi gereği turistlerin ona saygı duymasına ve itaat etmesine, aslında bir bakıma o topluluk tarafından benimsenmeye ihtiyaç duyar. Bakıldığında, rehber adına bu sağlıklı iş ortamının oluşumu rehber hizmet sunumunu yaparken yani turist tur ürününü tüketim halindeyken, rehber kişisini güç duruma sokacak herhangi bir olumsuz turist davranışıyla karşılaşılmamasına bağlıdır.

Turist rehberi, turda liderlik görevini üstlenerek eşlik ettiği turistleri yönetmekte ve yönlendirmektedir. Bunun yanı sıra, bilindiği üzere rehberler işlerinin temel sorumluluğu gereği ziyaret edilen turistik ören yerleri hakkında turistlere sahada bilgi aktarımında bulunurlar. Rehberlik mesleğinin bu iki önemli iş faktörünün olması gerektiği şekliyle gerçekleşebilmesi için hizmet ortamında herhangi bir çatlak ses ve ters giden bir şey olmamalıdır. Bu bağlamda rehberler, mesleki donanımlarını maksimum düzeyde turistlere yansıtabilmek, işlerini hakkıyla yapabilmek adına turistlerden uysal olmalarını ve hizmet ortamını zora sokacak durum ve davranışlardan kaçınmalarını doğal olarak beklemekte ve istemektedirler.

Alanyazında, konu ekseninde az sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu bakımdan araştırma, konuya yönelik keşfedici bir araştırma olma özelliği taşımaktadır. Araştırma kapsamında turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışları deneyimlerine ilişkin veriler yapılan görüşmeler aracılığıyla edinilmiştir. Rehberlerin karşılaştıkları istenmeyen turist davranışları davranış çeşidine göre kodlanıp sınıflandırılarak incelenmiştir. Ayrıca, bu noktada rehberlerin hangi istenmeyen turist davranışına nasıl tepki gösterdiği ve tepkisini nasıl gerekçelendirdiği, söz konusu davranışların nedenleri, bu davranışları tetikleyen olay ve durumlar, istenmeyen turist davranışlarının engellenebilirliği ile ilgili veriler ilişkisel olarak incelenerek anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Bunun yanı sıra çalışmada, kritik olay tekniği kullanılarak rehberlerin en akılda kalıcı istenmeyen turist davranışı deneyimlerine ilişkin ifadeleri üzerinden söz konusu davranışların rehberler üzerindeki yansımaları incelemeye tabi tutulmuştur.

Turist rehberlerinin hizmet ortamında kendilerine yönelik ne tür istenmeyen turist davranışlarıyla karşılaştığı, istenmeyen turist davranışlarının rehberler üzerine ne şekilde yansıdığı araştırmanın merak konusu olmuştur. Bu araştırma, gelecekte yapılacak istenmeyen turist davranışları ile ilgili çalışmalara zemin hazırlayacak ayrıca konunun farklı olgularla bağdaştırıldığı araştırmaların yapılabilmesinin önünü açacaktır.

1. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN TANITILMASI

1. Araştırma Problemi

Turizmde, seyahat eden her turistin dileği istenen yani ümit edilen deneyimin gerçekleşmesidir. Seyahat etmek bir aktivite olarak turistlerin günlük yaşantısının dışına çıktığı sıra dışı bir olaydır (Rabotic, 2010: 1158). Seyahat olayı süresince turistlere eşlik eden, turistlerle etkileşimde bulunan, tur başlangıcından bitişine kadar seyahat organizasyonunu yöneten, ziyaret edilen mahali tüm detaylarıyla turistlere aktaran, turistlerin destinasyonda hoş vakit geçirmesini mümkün kılan, olağanüstü durumlarda turistlerin sorunlarını çözmede yardımcı olan ve turist haklarını organizasyon süresince koruyan kişi olarak turist rehberleri (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006: 71) tur operatörleri tarafından geliştirilen tur hizmetlerinin ana bileşeni olarak görülmektedir (Huang vd., 2010: 3). Bakıldığında, turizm sektöründe görev yapan tüm mesleki kollara kıyasla turist rehberleri turistlerle en fazla etkileşimde bulunan kişilerdir (Kuo, Cheng, Chang ve Chuang, 2018: 522). Bu nedenledir ki, turist rehberleri görev tanımları göz önünde bulundurulduğunda turizm sektöründe turistle birebir iletişim kurarak temasa giren, ürünü beraber üreten kişiler olarak yeri geldiğinde turistlerin serzenişleri ve yakınmalarına ilişkin davranışlarının da muhatabı olmaktadırlar (Değirmencioğlu, 2013).

Normlar, belirli şartlar içerisinde insanın neler yapıp neler yapamayacağını belirleyen yazılı veya yazısız olan sınırlayıcı-yol gösterici kurallardır (Şimşek ve Eroğlu, 2013: 131-132). İstenmeyen müşteri davranışı, tüketim durumlarında genel olarak kabul edilmiş normların dışına çıkılarak tüketim düzenini bozacak şekilde sergilenen davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Bu tür davranışlar, insanların genel tüketim kültürünün değişen koşullarında tüketiciler olarak oynadıkları rollerin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Fullerton ve Punj, 1998: 394). İstenmeyen müşteri davranışları hem işgörenler hem de örgütler adına büyük ve telafisi zor açmazlar meydana getirmektedir. Öyle ki, günümüzde artık "müşteri her zaman haklıdır" söylemi sorgulanır hale gelmiştir (Akbari, Abdolvand ve Ghaffari, 2016: 147).

Konuklarla direkt iletişim kuran işgörenler daha fazla beklentiyi karşılamakla yükümlü görevler yaptıklarından diğer pozisyonlarda görev yapan işgörenlere kıyasla istenmeyen müşteri davranışlarını daha sık deneyimlerler. Söz konusu davranışlarla sıkça karşılaşmak konuk-temaslı işgörenleri negatif etkilemektedir. Dahası, istenmeyen müşteri davranışları kişilerarası etkileşim süreçlerinde işgörenlerin duygularını kontrol etme çabası harcamasını gerekli kılmaktadır. Bakıldığında böyle davranışlar, işgörenlerin iş koşullarını algılama, işini anlamlı görme, işini değerlendirme açısından işgören üzerinde yıkıcı etkilere sahip olabilir (Kim, 2012). İşgörenler istenmeyen davranışlar ile başa çıkamadığında genellikle demoralize olup kendi statülerini sorgulamaktadırlar. İstenmeyen turist davranışları işgörenlerin moral ve motivasyonunu düşürmektedir. Bu durum, işgörenin iş performansına da olumsuz yansıyabilmektedir. Ayrıca, istenmeyen turist davranışlarında bulunmayan turistlerin dahi tatil deneyimi negatif etkilenmektedir. Ön safhada görev yapan çalışanlar genellikle tüketicilerin kötü davranışlarına tepki göstermekten çekinmektedirler. Kötü tüketici davranışlarına yönelik verilecek tepkinin yöneticiye izah edilmesi gerektiğinin bilincinde olan işgörenler bu davranışlara karşı daha çok kayıtsız kalma eğilimdedirler (Aslan ve Kozak, 2012: 693-694).

Turistik değerler ve çekiciliklerin anlatımı, ülke/bölge/yöre kültürünün tanıtımı gibi çok önemli görevler üstlenen turist rehberlerinin hizmet sunumu sırasında karşılaşacağı olumsuz turist davranışlarının bilgi aktarımı/anlatım sürecini nasıl etkileyeceği, rehberin bu tutum ve davranışlardan ne derece etkileneceği, bunu gruba ne kadar yansıtacağı turun ve dolayısı ile mesleğinin başarısını önemli ölçüde etkileyecektir (Selek, Zorlu ve Kabakulak, 2018: 385-389). Böyle bir durum söz konusu olduğunda rehberin turistler ile olması gerektiği şekilde ilgilenmesi ve nezaket sınırları içerisinde turistlerine güzel yüzle ve içtenlikle işini gerçekleştirmesi pek mümkün değildir (Köroğlu ve Avcıkurt, 2014: 46).

Araştırmanın problemini meydana getiren, çalışmada yanıt aranacak sorular şöyledir:

- Turist rehberlerinin hizmet ortamında yani turlarında görmeyi istemedikleri turist, rehbere karşı nasıl davranışlar sergileyen kişidir?

- Rehberler, turlar esnasında ne gibi istenmeyen turist davranışlarına maruz kalmaktadır? Böyle durumlarda rehberler hangi istenmeyen davranışa ne tür tepkiler göstermektedirler? Rehberlerin gösterdikleri tepkiler kendilerince nasıl gerekçelendirilmektedir?
- Rehberler, kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla nasıl baş etmektedir?
- Turistler, rehberlerine karşı neden istenmeyen davranışlar sergilemektedir?
- Rehbere yönelik söz konusu davranışlar hangi durumlarda ortaya çıkmaktadır?
- Turistlerin rehbere yönelik istenmeyen davranışlarını hangi olay veya durumlar tetiklemektedir?
- Turistlerin rehberlerine karşı istenmeyen davranışlar sergilemesinin önüne nasıl geçilebilir?
- Turist rehberleri yaşadıkları istenmeyen turist davranışı deneyimleri içerisinde en çok etkisinde kaldıkları olayı nasıl ifade etmektedirler? Söz konusu istenmeyen turist davranışı deneyimi turist rehberinin nasıl bir duygulanım yaşamasına sebebiyet vermiştir? Yaşanan olaylar, turist rehberi üzerinde ne gibi yansımalar meydana getirmektedir?
- Turist rehberi, turistlerin kendisine nasıl davranmasını beklemektedir?

1.1.Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, turist rehberlerine karşı sergilenen istenmeyen turist davranışlarını ve bu davranışların rehberlerin üzerindeki yansımalarını keşfetmektir. Turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken karşı karşıya kaldıkları istenmeyen turist davranışlarını kategorize ederek deneyimleri keşfetmek, rehberlerin söz konusu davranışlara tepkilerini gerekçeleriyle belirlemek araştırmanın öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Turist rehberlerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının nedenlerini ve davranışların tetikleyicilerini belirlemenin yanı sıra tüm bunlara ek olarak kritik olay yöntemiyle araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda istenmeyen turist davranışlarının

rehberlerin dünyasına yansımalarını anlamak ve anlamlandırmak araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

1.2.Araştırmanın Önemi

Turist rehberliği mesleği, turistler ile iletişim kurarak ve etkileşim yaşayarak gerçekleştirilebilen bir meslektir. Rehberler, turistler ile direkt iletişim kurduklarından ve turist gruplarını yönetip yönlendirdiklerinden rehberlik mesleği önemli ölçüde rehber-turist ilişkisine bağlıdır. Sektörün ön saha çalışanları olan turist rehberleri, bilindiği üzere turist tatmini meydana getirmekle yükümlü ve bu anlamda etkin bir meslek kolu olduklarından turizm sektörünün başarısı ve devamlılığında anahtar rolde olan ön saha aktörleridir. Turist rehberleri, liderlik ettikleri turlarda turistler ile sıkça etkileşime girmektedirler. Bu etkileşim sürecinde kaçınılmaz olarak turistler rehberlerine karşı olumlu veya olumsuz olarak atfedilebilecek davranışlarda bulunmaktadır. Hizmet sunumu sürecini kötü etkileyen olağan dışı, aşırı, uyumsuz, nezaketsiz olarak nitelendirilebilecek kabullenilmesi güç olumsuz davranışlar istenmeyen müşteri davranışı olarak ifade edilmektedir.

İstenmeyen müşteri davranışları, hizmetin ortamını olumsuz etkilediğinden hizmet sunan personeli ve hatta istenmeyen davranış sergilemeyen diğer müşterileri de olumsuz etkileyebilmektedir. Turizm perspektifinden bakıldığında, turistik deneyimleri istenmeyen davranışlar sebebiyle negatif etkilenen ve beklentilerinin uzağında kalan turistler tur organizasyonu gerçekleştiren örgütler için de önemli sayılabilecek bir tehdit oluşturmaktadır. Öyle ki, istenmeyen turist davranışları seyahat acentalarının müşteri kaybetmesine sebep olabilir. Ayrıca, yaşanan kötü deneyimlerin telafi edilebilmesi için ekstra maddi kaynak ve emek harcanması hem gelir kaybına neden olabilir hem de iş gücünün fazladan çaba sarf etmesine ve yıpranmasına yol açabilir.

Araştırma, turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışlarının keşfedilmesini ve davranış çeşitlerinin sınıflandırılmasını sağlayacaktır. Bunun yanı sıra turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının sebepleri, söz konusu davranışları tetikleyen unsurlar, bu davranışlara karşı rehberlerin tepkileri ve tepkilerinin gerekçeleri anlaşılarak anlamlandırılacaktır. Dahası, turist rehberlerinin mesleklerini icra ederken yaşadıkları istenmeyen davranış

deneyimleri kritik olay kapsamında değerlendirilerek rehberlere olan yansımaları açısından etraflıca incelenecektir. Araştırma, keşfe yönelik bir araştırma olduğundan konuya ilişkin gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalara zemin hazırlayacak ve ileride yapılacak çalışmaların önünü açacaktır.

1.3.Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında elde edilen veriler görüşme yapılan turist rehberlerinin istenmeyen turist davranışları ile ilgili görüş ve deneyimleriyle sınırlıdır.

2. BÖLÜM

TURİST REHBERLİĞİ MESLEĞİ

2. Turist Rehberliği Mesleği

2.1.Turist Rehberliği Mesleği ve Turizm Sektöründeki Önemi

Seyahat olayı süresince turistlere eşlik eden, turistlerle etkileşimde bulunan, tur başlangıcından bitişine kadar seyahat organizasyonunu yöneten, ziyaret edilen mahali tüm detaylarıyla turistlere aktaran, turistlerin destinasyonda hoş vakit geçirmesini mümkün kılan, olağanüstü durumlarda turistlerin sorunlarını çözmede yardımcı olan ve turist haklarını organizasyon süresince koruyan kişi olarak turist rehberleri (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006: 71) tur operatörleri tarafından geliştirilen tur hizmetlerinin ana bileşeni olarak görülmektedir (Huang vd., 2010: 3). Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu, turist rehberini "*ziyaretçilere kendilerinin tercih ettikleri dilde rehberlik eden, onlara bir bölgenin kültürel ve doğal mirasına ilişkin aktarımlar yapan ve genelde bölge özelinde bir otorite tarafından tanınmış mesleki kalifikasyona sahip kişiler*" olarak tanımlamaktadır (wftga.org). Ülkemizde turist rehberliği mesleğini yapabilmek için meslek kanununda belirtilen şartların yerine getirilmesi gereklidir. Bu şartlar; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak, on sekiz yaşını doldurmuş olmak, üniversitelerin turizm rehberliği ön lisans, lisans bölümlerinden veya turizm rehberliği tezsiz yüksek lisans programından mezun olmak, bunun haricinde kalan kişiler içinse turist rehberliği sertifika programını eğitimini tamamlamış olmaktır. Ayrıca, yabancı dil sınavından 75 puan yeterliliğine sahip olmak, ülkesel turist rehberliği için 36 gün, bölgesel rehberlik için ise en az 6 günlük uygulama gezilerini tamamlamış olmak, gezi sonunda yapılacak sınavdan başarılı olmak, rehberlik sertifikasına erişme şartları arasında yer almaktadır. Rehberler, mesleğe başlayabilmeleri için Kültür ve Turizm Bakanlığına başvurularak sağlanabilen ruhsatname belgesini almak durumundadırlar. Buna ek olarak, her rehber bulunduğu yerleşim yerinin yakınında olan bir rehber odasına kayıtlı olmak mecburiyetindedir. Rehberlik mesleği sadece aktif durumdaki "eylemli" olarak tanımlanan turist rehberleri tarafından yapılabilir. Eylemli olarak tanımlanmak isteyen kişi her yıl bir yıl süresince geçerli olacak çalışma kartını temin etmek zorundadır (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014).

Bir rehberin mesleğini hakkıyla yapabilmesi adına hakim olması gereken konular aşağıda yer alan Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1. Turist Rehberliği Mesleğinin İlgi Alanına Giren Disiplinler

Bilgi	Genel Kültür	Sosyal İlişkiler ve Yönetim
Yabancı Dil Tarih Coğrafya Sanat Tarihi Arkeoloji Mitoloji Etnoloji Antropoloji Mimari Dinler Tarihi Folklor	Ülkenin Sosyal Yapısı Ülke Ekonomisi Uluslararası İlişkiler Ülkenin Örf ve Adetleri Felsefe Konukların Kendi Sosyo-Kültürel Özellikleri Aktüalite	İnsan İlişkileri Görgü Kuralları Psikoloji Sosyoloji Protokol Animasyon

Kaynak: (Ahipaşaoğlu, 1997: 36)

İstihdam oluşturmada ve gelir kaynağı meydana getirmede etkin olan bir sektör olarak turizm sektörü birçok ülke ekonomisi için öncelikli sektörler arasında yer almaktadır. Bu denli önemli görülen turizm sektöründeki en eski ve en değerli mesleklerden birisi turist rehberliğidir. Tarihin ilkçağlarından bugüne kadar yapılan turist rehberliği mesleğinin hareket noktası turizm aktivitesine katılan turistlerin seyahatlerini kolaylaştırmaktır. Yıllar içerisinde uluslararası turizm hareketliliği gelişmiş ve bu gelişimle beraber turist rehberinin önemi de artmıştır. Bu durum, turist rehberliği mesleğinin destinasyonların turistik çekiciliklerini değerlendiren ve turist deneyimlerini şekillendiren bir yapıda olmasından kaynaklanmaktadır. Kültür turizminin başı çektiği tur aktivitelerine katılmak amacıyla ülkemize gelen turistlerin, en çok vakit geçirdikleri ve etkisinde kaldıkları kişiler onlara seyahatleri süresince eşlik ederek etkileşim kuran tur hizmetini turistlere ulaştıran aracı olma görevini

üstlenen turist rehberleridir (Güzel ve Köroğlu, 2015). Turist rehberliği tümüyle hizmet odaklı bir meslektir. Profesyonel turist rehberliği, işine bağlı hisseden, mesleki anlamda gelişimine yeterince eğilmiş, rehberliği severek ve bilerek yapan bireyler için keyifli bir uğraştır. Rehberlik, kişilerarası ilişkilerin şekillendirdiği, mesleki getirisi ve iş doyumu bakımından tatmin edici olarak nitelendirilebilecek bir iştir (Yarcan, 2007: 33).

Turizm sektörünü oluşturan sistem içerisinde turist rehberleri önemli bir yere sahiptir. Bu durumun göstergesi olarak düşünülebilecek bir gelişme geçtiğimiz yıllarda yaşanmış ve ülkemizde 2012 yılında resmi gazetede yayınlanan meslek kanunu sayesinde turist rehberliği meslek olarak yasal bir statüye sahip olmuştur (Arslantürk, 2003: 186). Turist rehberlerinin sunduğu turist rehberliği hizmeti 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu'na göre (2012: madde 2) "*seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acenta adına yönetilmesini*" ifade etmektedir. Ülkemizde rehberlik mesleği "profesyonel" sıfatıyla nitelendirilmektedir. Söz konusu profesyonellik ibaresi turist rehberliği mesleğinin disiplin ve ciddiyet unsurlarını barındırmasına vurgu yapmaktadır. Öyle ki, bu şekilde bir nitelendirme ülkemizde turist rehberliği mesleğine yüklenen misyon ve anlamın da ne denli büyük olduğuna bir işaret olarak yorumlanabilir (Arslantürk, 2003: 32).

Turist rehberleri turistler ile birebir iletişim kurarak yakın ilişkide bulunduğundan turizm sektöründe büyük sorumluluk taşımaktadırlar. Rehberlik görevinin sektör açısından hayati önemi bu husustan kaynaklanmaktadır. Turistler her ne kadar tanıtıcı yazılı kaynaklara sahip olabilse de gidilen destinasyonun dilini, gelenek ve göreneklerini tam anlamıyla bilmediklerinden turistler rehberlik hizmetine muhtaç vaziyettedirler. Buna ilavetten, rehberler görevlerini yerine getirme sürecinde ülkelerinin kültürel değerlerini aktarırken ülke insanının da bir temsilcisidirler (Çimrin, 1995: 10).

Heung (2008)'a göre turist rehberlerinin sunduğu hizmet kalitesinin ve profesyonellik düzeyinin beş ana belirleyicisi bulunmaktadır. Bunlar; mizah yeteneği, detaylara verilen önem, yardımcı tavırlar sergileme, problem çözebilme becerisi ve iyi eğitilmiş olmadır. Ap ve Wong (2001: 555) ise gerçekleştirdikleri araştırmalarında turist rehberlerinin profesyonellik tanımlamalarını şöyle belirtmişlerdir:

- Turistleri mutlu etme hissiyatına sahip olma,
- Turistlerin destinasyon hakkında pozitif edinimlere sahip olmasına yardımcı olma,
- Turistlerin destinasyonu yeniden ziyaret etmesini mümkün kılabilmek adına onları teşvik edecek düzeyde turist memnuniyeti sağlama,
- Kaliteli hizmet sunma mecburiyetinin bilincinde olarak misafirlerin beklentilerini karşılama,
- Güncel, gerekli ve doğru bilgiyi sağlama.

Turizm sektörünün merkezini turist oluşturmaktadır. Turist ister yaşadığı ülkenin bir başka bölgesine gitmiş olsun isterse de farklı bir ülkeye seyahat etsin değişmeyen bir durum vardır ki turist her iki ihtimalde de alışkın olduğu, hakimiyetinin bulunduğu çevrenin dışına çıkmaktadır. Dolayısıyla turist aşına olmadığı yabancı ortamda bilgilendirilmeye ve yardıma muhtaçtır (Köroğlu, 2013: 91). Özellikle, yabancı ziyaretçiler rehberli turlara birçok farklı nedenle katılsalar dahi bu güdülenimlerden en ön plana çıkan motivasyon kaynakları yeni kültürlerarası deneyimler edinme arzusu ve kendilerine yabancı bir bölgede karşılaşabilecekleri etkileşim güçlüklerinden rehber hizmetlerine sığınarak kaçınmaktır (Yu, Weiler ve Ham, 2001). Turistlerin kendi başlarına seyahat etmek yerine rehberin eşlik ettiği bir tura katılmasının nedeni deneyimlerinin istenen şekilde gerçekleşebilmesinde "*işleri kolaylaştırıcı*" bir yol göstericiye gereksinim duymalarıdır (Şahin, 2018: 47). Turist rehberleri konuk kabul eden turistik mahal ve ziyaretçileri arasında önemli bir aracıdır. Destinasyonlardan elde edilecek genel turist etkilenimi ve memnuniyetinin temel sorumlusu ve tatminin belirleyicisi olan turist rehberleri sektörün anahtar ön saha çalışanlarındandır (Ap ve Wong, 2001: 551). Ayrıca, turistik etkilenimlerin belirleyicisi olan rehber tarafından misafirlere sunulacak bütün hizmetler turistlerin zihnindeki destinasyona ilişkin önyargıları yıkma, olumsuz imaj algılarını değiştirme

ve eksik bilgilerin tamamlanması noktasında etkindir (Zengin, Eker ve Bayram, 2017: 144). Turist rehberleri, turistlere sundukları hizmet sayesinde ülkenin yeniden ziyaret edilmesini sağlamaktadırlar. Dolayısıyla seyahat acentalarının müşteri devamlılığı yakalamasında da rehberlerin etkin bir işlevi bulunmaktadır. Öyle ki, turist rehberleri meslekleri gereği verdikleri bilgiler doğrultusunda turistlerin gidilen ülkenin insanı, kültürü, yaşam şekli vb. konularında ilk izlenimlerini meydana getirmektedirler. Bu durum turist rehberliğinin sektörel önemini açıklamaktadır (Koçak ve Kabakulak, 2018: 26).

Rehberliği bir meslek olarak avantajlı ve dezavantajlı kılan unsurlara aşağıda yer alan Tablo 2'de değinilmiştir. Tablo 2'de yer alan bilgiler ışığında turist rehberlerinin tanıtım aracı olma, özgür bir yaşam, sosyal ortam, keyifli bir meslek, dolgun kazanç gibi avantajları bulunmaktayken mesleğin dezavantajlarına bakıldığında ise iş garantisinin olmaması, aile düzenini sürdürmede zorlanma, duygusal ve fiziksel olarak yıpranma gibi dezavantajların ön plana çıktığı söylenebilir.

Tablo 2. Turist Rehberliği Mesleğinin Avantajları ve Dezavantajları

Turist Rehberliğinin Avantajları	Turist Rehberliğinin Dezavantajları
Tanıtım elçiliği ve ülkeye hizmet etme onuru	İş güvencesinin olmaması
Özgür bir hayat sürdürme	Fiziksel güç yeterliliği
Sosyallik	Dışsal faktörlerin etkileri
Zevkli bir meslek	Uzun ve düzensiz çalışma saatleri
Doyurucu gelir	Aile yaşamının zorlaşması
	Bireysel zaman sıkıntısı
	Sürekli kendini yenileme gereği
	Sürekli duygu yönetimi
	Duygusal zeka gelişiminin sağlanması
	Fiziksel ve psikolojik şiddete maruz kalma

	Teknoloji uygulamalarının yarattığı etkiler
	Kültür düzeyi düşük turistler
	Serbest dolaşım eksikliği
	Denetim eksikliği, güçlüğü ve işlevsizliği

Kaynak: (Eser, 2018: 37-42)

Turist rehberlerinin turizm sektöründeki önemi şu maddeler kapsamında özetlenebilir (Şenel, 2011: 12-14):

- Ülkelerin tanıtımında etkin kaynak ve araçlardandırlar.
- Rehberin sunduğu bilgilendirme hizmetindeki yeterlilik ve doğruluk turist tatmini oluşumunda belirleyicidir.
- Ülkedeki turistik çekiciliklerin yanı sıra siyasal, sosyal ve etnik yapıyı da turistlere doğru bir şekilde aktarmakla görevlidir.
- Yerel kültüre ilişkin iklimi yorumlayıcısı olarak turistleri yerel kültüre adapte etmekle ve turist yerel halk arasında bağ kurmakla yükümlüdür.
- Turistlerin ziyaret edilen ülkenin insanlarının imajına ilişkin zihninde oluşan fikirler, turist rehberleri örnek birer temsilci olduğundan rehberler tarafından şekillendirilmektedir.
- Turizm sektöründe gerek müşteri kazanımı gerekse de talebin sürdürülebilirliği açısından önemli rol oynamaktadır.
- Rehberin turistleriyle olan iletişimi ve etkileşimi turistik deneyime şekil verdiğinden rehberler bir sonraki turu satan kişiler konumundadırlar.
- Turdaki lider olduklarından turistleri yönlendirme güçleriyle, seyahat acentalarının ve diğer işletmelerin pazarlama aktivitelerine katkıda bulunabilmektedirler.
- Turistik mahalin ehemmiyetini özetlerler bunun yanı sıra mesleklerinin doğası gereği ziyaret yerlerinin, bölgenin ve ülkenin görünen yüzü olma sorumluluğunu üstlenmektedirler.
- Seyahat acentalarına sundukları raporlarla acentaları aydınlatarak ileride gerçekleşecek olan turlara yön verirler.

2.2.Turist Rehberlerinin Görevleri ve Sorumlulukları

Turist rehberliğinin günümüzdeki işlevi, 2.500 yıldır var olan bir mesleğin zaman içerisindeki evriminin bir sonucu olarak düşünülebilir. Oysaki turist rehberliği geçmişte sadece ziyaretçilere bilinmeyen bir bölgede eşlik eden (kılavuzluk yapan) bir formdayken, şimdilerde ise gidilen bölgede ziyaretçilerin temas ettiği çevreyi ve kültürel farklılıkları açıklama işlevine sahip bir kültürel aracı görevi görmektedir. Rehberin özellikle iki görevi tur deneyimlerinin oluşumunda etkindir. Bunlar; sunum (yorumlama) ve grup dinamiklerini yönetmektir. Sunumun kaliteli olabilmesi ancak katılımcıların ilgileri doğrultusunda yorumlanarak şekil verilmiş bilgilerin istekli biçimde sunulması ve içerik bakımından da bilgilendirici ve eğlendiriciliğin beraberliğinin sağlanmasıyla mümkün olabilmektedir. Sunumun kaliteli olması turist-rehber etkileşimini ve turist gurubu arasındaki etkileşimi cesaretlendirmesi açısından gereklidir (Rabotic, 2010: 1157-1160).

Bir ülkeye gelen turist, rehber vazifesi görmesi adına hazırlanmış yazılı kılavuz kaynaklara sahip olsa dahi, ülkenin dilini, kültürel iklimini, geleneklerini bilmediği ve onlara aşina olmadığı takdirde mutlaka ki profesyonel bir turist rehberine gereksinim duyacaktır. Turist kafilesiyle birlikte ülkenin kültürel mirasına ait önemli tarihi yerleri görecek, ziyaret edilen ülkenin farklı yönlerini gözlemlemek ve deneyimlemek isteyen kişilere bilgi aktarımında bulunacak, onları tatmin edecek görevli turist rehberidir. Bilinmelidir ki, turist rehberi kendi vatanının propagandacısı ve reklamcısıdır. Dahası, yanlış söylemlerden, negatif propagandalardan etkilenerek ülkesi hakkında asılsız önyargılara sahip olmuş turistlerin vatanına ilişkin önyargılarını kıracak, olumsuz fikirlerini olumluya evirecek kişi turistlerle tur süresince arkadaşlık bağı kuracak olan rehberlerdir. Rehber, ülkesiyle ilgili turistlerin önyargıları kırmayı başarabildiğinde, temas ettiği insanlar vasıtasıyla ülkesinin olumlu propagandasının yapılmasına aracı olur (Çolakoğlu, Epik ve Efendi 2010: 136).

Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) tarafından yayınlanan el kitabına göre turist rehberlerinin belli başlı görevleri şöyle sıralanmaktadır(Öter ve Sarıbaş, 2018: 102):

- Güçlü liderlik ile gurup ruhu oluşturmak,
- Öğrenme ortamı yaratmak,

- Turu başarılı biçimde yönetmek ve sorunları çözmek,
- Keşif, eğlence, dostluk ruhu yaratmak,
- Grubu getiren seyahat işletmesinin kurallarına uymak,

Rehber, turistlerden yerlerine oturmalarını, sessiz olmalarını, kendisini dinlemesini vb. isteyecek bir pozisyonda değildir. Rehber, böyle istekler gerçekleştirse dahi turistler uyarılara dikkat etmeme, dinlememe, sorular sorma, müdahale etme hatta ve hatta rehberin otoritesini sorgulama hakkına sahip olduklarına inanmaktadırlar. Turistlerin sorularına cevap vermek zorunda olan rehberler anlatımlarının sorularla bölünmesine katlanmak zorunda kalmaktadırlar. Sonuçta, turdan sorumlu olan turda görevli olan kişi rehberdir ve bu gibi durumları turiste izah etmek ustalık ve biraz da kurnazlık gerektirmektedir. Bunun yanı sıra rehberlerin, mesleklerinin bir gereği olarak sundukları hizmetlerin zamanlamasını iyi ayarlamak durumunda olması da oldukça önemli bir husustur. Ayrıca, rehberler turlarda gösterdikleri çabaların turistler tarafından bilgilendirici, tatmin edici ve hatırlanabilir (akılda kalıcı) olarak değerlendirilip değerlendirilmediğine ilişkin de fikir sahibi olmakla yükümlüdürler. Rehberlik mesleği, özellikle turistlerle ve sektörde ön safhada görev yapan personeller ile yakın temasta ve etkileşim halinde olmayı gerektirmektedir (Larsen ve Meged, 2013: 91-92).

Tablo 3. Turist Rehberlerinin Sorumluluk Taşıdığı Paydaşlar

Rehberlerin Sorumlu Olduğu Kişiler	**Rehberlerin İşlevleri**	**Rehberin Taşıdığı Sorumluluklar**
Turistler	Kılavuz Grup Lideri Mentor Animatör	Turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak; nereye gidileceği, ne kadar kalınacağı, nelerin görülmesi gerektiği, nerelerin nasıl ziyaret edileceği, hangi aktivitelerin yapılacağı ve yerel halkla nasıl iletişim kurulacağı vb. konularda turistlere yardımcı olmak
Destinasyon Kaynakları	Çevirmen	Ziyaret edilen çevre ve kültürün anlam değer ve önemini açıklamak
Yerel Halk	Temsilci	Turistlere misafirperverlik göstermek ve onlara karşı anlayışlı olmak

İşverenler	Satış elemanı	Ekonomik getirilerin artmasını sağlamak, belirli bir mesaj vermek ya da imaj oluşturmak
Kamu Otoriteleri	Halkla ilişkiler temsilcisi	
Diğer Turist Rehberleri	Girişimci	Meslekten mümkün olduğunca fazla gelir elde edilmesini sağlamak, rehberin sosyal statüslerini geliştirmek

Kaynak: (Hu ve Wall, 2010: 80'den aktaran Düz, 2016: 21)

Turist rehberleri mesleklerinin doğası gereği sektörde yer alan pek çok paydaşla iş ilişkisi içerisinde bulunduğundan farklı kesimlere karşı sorumluluklara sahiptir. Turist rehberi, özellikle turistler ve seyahat acentalarına karşı büyük sorumluluk taşımaktadır. Seyahat acentalarının perspektifinden bakıldığında, rehberler tur hizmetlerinin başarıya ulaşmasını sağladıklarından acentaların iş başarımında rehberlerin önemli bir sorumluluğu bulunmaktadır. Turistlerin perspektifinden bakıldığında ise, hem turistlerin tüketiciler olarak bireysel beklentilerinin olması hem de seyahat acentaları tarafından satın alma öncesi taahhüt edilen hizmet içeriklerinin kapsam olarak vaad edilenle örtüşmesi ve acentaların bu anlamda verdiği sözleri yerine getirme mecburiyeti noktasında turistler, rehberlerinin mesleki sorumluluklarını olması gerektiği şekilde yerine getirmelerini beklerler. Turist rehberleri, iş ortakları olan oteller, restoranlar, dinlenme tesisleri, müze ve ören yerleri, hediyelik eşya mağazaları ve diğer birçok tarafa karşı da sorumlu olabilmektedirler. Dahası, turist rehberi ülkesine, milletine, devletine, yerel yönetimlere, meslektaşlarına karşı da sorumluluklar üstlenen bir meslek sahibidir. Doğal ve kültürel mirasın korunmasında sorumluluk sahibidir. Turlarla ilgili; planlama, koordinasyon, denetim ve raporlama konularında da sorumluluk turist rehberlerine düşmektedir. Turlar sırasında ortaya çıkabilecek olağandışı durumlara (hastalık, kaza, ölüm, hırsızlık vb.) hazırlıklı olma da bunlara dahildir (Öter ve Sarıbaş, 2018: 108).

Motive olmuş bir turist rehberi, seyahat güzergâhına, tedarikçilere ve müşterilere ilişkin sağlayacağı değerli bilgilerle tur operatörlerinin gelecekte sunacağı hizmetleri geliştirmesinde yararlı olabilir. Ayrıca, alternatif turlar ve diğer hizmetlerin çapraz satışı noktasında turist rehberi turistleri bilgilendirerek tur operatörünün sunduğu ürünlerin duyurulmasına yardımcı olabilmektedir (Çetin ve Yarcan, 2017: 355).

2.3. Turist Rehberlerinin Sahip Olması Gereken Nitelikler

Turizm destinasyonları ve turistler arasında aracı olma ve bağ kurma görevi yapan, turistlerin seyahatleri süresince istenen deneyimlere erişmesini, gittikleri yerden memnuniyetle dönmelerini sağlayan turist rehberliği mesleğini hakkıyla icra etmek elbette ki mesleğe has birtakım bilgi birikimi, beceriler ve kişisel özellikler gerektirmektedir (Albuz, 2018: 18).

"Rehberlik etmek" sözcük anlamı incelendikçe derinliği artan ve daha anlaşılabilir olan bir kavramdır. Rehberlik ünvanının temelinde rehberin omuzlarına yüklenmiş ağır bir sorumluluk yatmaktadır. Mesleğin icra edileceği yerler ile ilgili doğru ve ayrıntılı bilgiye sahip olmak çoğu zaman bu yükü taşıyabilmede kendi başına yeterli olamamaktadır. Sahip olunan bilginin sunum şekli, sunulan bilgilerin turistler tarafından kabul görmesi, turistlerin rehbere itimat etmesi vb. nüanslar rehberin sorumluluklarının ne derece üstesinden gelebileceğinin göstergeleridir (Çolakoğlu, Epik ve Efendi, 2010: 142). Buna ek olarak, bir rehberin kendisini misafirlerine benimsetebilmesi, farklı ve yeterli olduğuna onları ikna edebilmesi ve onların güvenini kazanabilmesi sahip olduğu iş yeterlilikleri, bilgi donanımı, kültürel düzey, mesleki deneyim, kişisel yetenekler, işine gösterdiği özen ile mümkün olabilmektedir (Balta, 2017: 127).

Rehberin performansı değerlendirilirken destinasyon hakkındaki bilgisi, dakikliği ve güvenilirliği, şikayetlerle baş edebilmesi ve problemleri çözebilmesi, iyi niyeti ve yardımseverliği, temiz ve düzenli görünümü, katılımcı olmadaki istekliliği gibi niteliksel faktörlere dikkat edilmektedir (Hansen ve Mossberg, 2017: 262).

Aşağıda bulunan Tablo 4'te turist rehberlerinin sahip olması gereken nitelikler ve rehberlerin temel mesleki işlevlerinin genel bir çerçevesi sunulmaktadır.

Tablo 4. Turist Rehberlerinin Temel İşlevleri ve Nitelikleri

Rehberin Temel İşlevleri	Nitelikler
1. İletişim	• Sözlü ve yazılı iletişim becerisi (kendi dilinde ve en az bir yabancı dilde) • Bireyler arası iletişim becerisi
2. Yönetim	• Planlama • Organizasyon • Koordinasyon • Liderlik • Denetim becerileri
3. Tanıtma ve Bilgilendirme	• Tanıttığı turizm mahallini tüm yönleriyle tanıma, anlama ve sevme
4. Eğlendirme	• İnsanları anlama ve hoş görme • Dışadönük ve sosyal olma • Esprili olma
5. Olağanüstü Durumlarla Başedebilme	• Teknik bilgi ve beceriler • Soğukkanlı ve dayanıklı olma
6. Hakkaniyeti Sağlama	• Hukuk bilgisi • Hakkaniyet ve iş ahlakı duygusu • Dürüst davranma

Kaynak: (Yıldız, Kuşluvan ve Şenyurt, 1997: 11)

2.4. Rehber-Turist İletişimi ve Etkileşimi

İletişim, iletilmek istenenin herkes tarafından anlaşılabilmesi adına yargı, düşünce ve duyguların sözlü ifade yoluyla veya görsel araçlar yardımıyla ifade edilmesini kapsamaktadır (Akman, 2011: 13). İletişim, toplumsal düzenin temelini

meydana getiren bir sistem vazifesi gören, örgütsel ve yönetsel mekanizmanın doğru işleyişini sağlayan bir araç olarak bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen tekniktir (Bal, 2013: 110). İletişim kavramını daha basitçe ifade etmek gerekirse bir amaç doğrultusundaki kaynak kişinin karşısındaki alıcıya amacı ekseninde mesaj göndermesidir. İletişim sürecinde alıcıda istenen etkinin meydana geldiği durumlarda ise etkin iletişim gerçekleşmiş olur (Poussard, 2006: 71).

Gerçekleşme biçimi fark etmeksizin iletişimin belli başlı amaçları bulunmaktadır. İletişimin ana amaçları söyle sıralanmaktadır (Verderber, Verderber ve Sellnow, 2010: 10):

- Benlik bilincinin geliştirilmesi ve sürdürülmesi: İnsanlar oldukları kişinin iyi veya kötü özelliklerine, başka insanların kendi davranışlarına verdikleri tepkiler hakkında fikirlere diğer insanlarla kurdukları iletişim sayesinde erişirler.
- İlişkilerin gelişimi ve sürdürülmesi: İnsanlar arası kurulmuş olumlu ilişkiler iletişim yoluyla meydana gelir ve bunun devamlılığı da ancak iletişim yoluyla mümkün olabilir.
- Sosyal gereksinimlerin karşılanması: İletişim sosyalleşmenin olmazsa olmazıdır. İnsan denen varlık ise sosyalleşmeye muhtaçtır.
- Bilgi edinmek ve dağıtmak: kişilerin gözlem yoluyla bilgi edinmesi mümkün olsa da çoğu bilginin hedef kitleye iletişim yoluyla aktarıldığı gerçektir.
- Diğer insanlarda etki meydana getirmek: iletişimi yalnızca bilgi, duygu ve düşünce alışverişi olarak görmemek gerekir. İnsanlar ve örgütler iletişim vasıtasıyla diğer insanları istedikleri doğrultuda bir davranış sergilemek adına etkilemeye çalışırlar.

Seyahat acentaları ve tur operatörleri tarafından hedef destinasyon seçimi, doğru fiyatlama, ulaşım, konaklama ve yeme içme detaylarının belirlenmesi sürecinde yoğun çaba harcanarak meydana getirilen tur organizasyonları turist rehberlerine emanet edilmektedir. Dolayısıyla, turist rehberlerinin bilgi birikimleri ve deneyimleriyle sergileyecekleri performans doğrultusunda yerel halk, yerel paydaşlar ve elbette ki turistler ile kuracakları ilişki, yoğun mesai sonucunda meydana getirilen

tur ürünlerinin insanlar tarafından nasıl algılanacağının belirleyicisi olacaktır (Çakmak, 2018: 1).

Turist rehberlerinin iletişime yönelik mesleki rollerini sergilemesinde yani turistlerle doğru iletişim kurabilmesi ve beklenen etkileşimi meydana getirebilmesine etki eden en önemli unsurlardan birisi davranışsal boyuttur. Bilindiği üzere, turist rehberleri yerli ya da yabancı gruplarla çalışırken farklı kültürel çeşitliliklere sahip değişik turist tiplemelerinin hakim olduğu ortamlarda görev yapmaktadırlar. Rehberler işte bu noktada kültürel karmaşadan kaçınmak adına yönettiği turistler ve yerel halkın arasında aracılık yaparak bu çok kültürlü, çeşitli ve karmaşık ortamı birbirine kaynaştırmaya çalışmaktadır. Bunu sağlayabilmek adına turist rehberleri, kültürlerarası anlayış geliştirerek aracılık etmede sosyal ve kişiler arası iletişim becerilerinden yararlanırlar (Avcıkurt, 2009: 82).

Turist rehberliği mesleğinin belki de en hassas kısmı iletişime ilişkin olan yükümlülüklerdir (Çimrin, 1995: 45). Turist rehberleri destinasyon, yerel insan ve turist arasındaki kültürel bağ olma görevi taşımaktadır. Kişisel özellikleri doğrultusunda kültürel bağ olma görevini yerine getirirken turistlerle kuracağı iletişim bağının kuvveti turistlerin yaşayacağı memnuniyetin göstergesi olarak kabul edilmektedir (Leclerc ve Martin, 2004: 185).

Kültürel bakımdan katılımcı olmayan, turistlere karşı davranışlarını çok kültürlülüğe göre şekillendiremeyen rehberlerin performansına yönelik turist algıları olumsuz yönde şekil alabilir. Ayrıca, turist-rehber iletişimi ve etkileşiminde rehberin farklı kültürlere davranış bakımından adaptasyonu otantik deneyimler arayan turistlerin edineceği deneyimin genelini nasıl nitelendireceğini belirleyebilmektedir (Avcıkurt, 2009: 82).

Rehber, turistlerine gidecekleri yeri, gezinin süresini, yemek yeme zamanını, verilen mola süresini ve hatta tuvalette ne kadar kalabileceklerini dahi söyler. İşinin bir gereği olarak rehber, turistlerini yönetir, yönlendirir ve aslında bir nevi onları domine eder. Rehber bir bakıma "çocuklarının ne zaman neyi yapıp neyi yapamayacağını söyleyen bir ebeveyn" gibidir (Urry, 2009: 162). Öyle ki, rehberler turistlerin komutlarına uyabilmesini sağlamak adına bazen tatlı-sert bir iletişim yolunu tercih etmek zorunda kalmaktadırlar. Rehberin, turistleriyle kurduğu

iletişimde sertlik dozajını ayarlayabilmesi rehber-turist iletişimin sağlıklı gelişebilmesi adına oldukça önemlidir.

Turist rehberleri profesyonelliklerinin bir parçası olarak problem oluşturan durumlara mümkün olan en doğru şekilde çözüm üreterek müdahale etme çabasındadır. Böyle durumlarda, rehberlerden tur katılımcılarıyla kendileri arasında gerçekleşebilecek çeşitli çatışmaları öngörmesi, tespitlerde bulunması ve çözmesi beklenmektedir. Dahası, tur esnasında oluşabilecek çatışma ortamının mümkün olan en doğru yöntem uygulanarak çözümlenmesi ve kargaşa ortamının yatışmasının sağlanması turist-rehber ilişkisinin sağlıklı bir şekilde devam edebilmesi adına oldukça önemlidir. Bu noktada, rehberler kriz ve çatışma çözümlemede edindikleri mesleki deneyimleriyle zaman içerisinde kendi kişisel yöntemlerini geliştirmelidirler (Caber, Ünal, Cengizci ve Güven, 2019: 89).

Rehber ve turist arasındaki etkileşimin belirlenmesinde güven faktörü büyük önem teşkil etmektedir. Rehbere karşı güven duyan turist, rehberin hizmet performansının da yeterli olabileceğine inanmaktadır (Chang, 2014: 220). Rehberin hizmet kalitesinin algılanan düzeyi turistin rehberine olan güven düzeyinin belirleyicisidir. Rehber performansında hizmet kalitesine ilişkin göstergeler; bilgi sağlama, kültürel ve doğal mirası yorumlama, problem çözme ve turistleri güçlüklerden sakınma vb. olarak sıralanabilir (Zhang ve Chow, 2004' ten aktaran Chang, 2014: 224).

Turist rehberlerinin kişisel yeteneklerinin önem taşımasının temel sebebi rehberlerin meslekleri gereği profesyonel ilişkilerinde etkin kişiler olmasının beklenmesindendir. Rehberin turistlerle kurduğu ilişki iyi niyetlilik, açıklık, dürüstlük ve saygı temelinde şekillenmelidir. Rehber, tur kafilesi arasında ilişkisel anlamda dengeyi kurabilme adına iyimser bir ortam meydana getirmek durumundadır. Bakıldığında, rehberin iletişimsel anlamda turistlere karşı sergileyeceği davranışları temsil ettiği acentayı, kendi mesleki kimliğini bağlayacağından pozitif, yapıcı, çözüm odaklı tutumlar göstermelidir (Balta, 2017: 129).

Rehberler, liderliğini gruba hissettirmek amacıyla turistler üzerinde baskı kurarak onlara müdahale etmemelidirler. Eğer, rehber turistlerine karışırsa turun kontrolünü kaybedebilme tehlikesiyle karşı karşıya gelebilir. Rehber, turistlerine

karşı hakkaniyetli davranmalı, kendisinden istenenlerin farkında olmalı, olumlu turist davranışlarını takdir etmeli, rahatsız edici davranışlarla karşılaştığındaysa sağlam durmalıdır (Tetik, 2006: 27).

2.5.Turist Rehberlerinin Mesleki Engelleri ve Sorunları

Turistlerin rehberlerine karşı olumlu tutum sergilemesi, rehberlerin iş ve yaşam doyumu noktasında memnuniyetinin sağlanması rehberlerin temel mesleki beklentilerindendir. Bilinmelidir ki, mesleğini yapmaktan keyif duyamayacak durumda olan bir rehberin müşteri memnuniyeti sağlayabilmesi pek mümkün değildir. Rehberler mesleklerini icra ederken tur esnasında karşılaştıkları problemlerden sıkça yakınmaktadır(Koçak ve Kabakulak, 2018: 26).

Rehberin inisiyatifleri dahilinde olsun olmasın, turistler tur esnasındaki tüm problemleri rehberin çözmesini beklemektedir. Rehberin bu noktadaki başarısızlığı ise turistler tarafından yetersiz ve kötü bir tur performansı olarak nitelendirilmektedir. Bakıldığında bu durumun böyle olması adaletsizdir ve rehberleri zorlayıcı bir vaziyet oluşturmaktadır (Prakash, Chowhary, Sunayana, 2011: 66).

Turizmde zaman zaman sektörel krizler yaşanmaktadır. Yaşanan krizleri sektörden elde edilen gelirlerin üzerindeki etkileri, turizm çalışanlarına da yansımaktadır. Böyle durumlarda, tur operatörleri, seyahat acentaları, konaklama ve ulaştırma işletmeleri personeli gibi, turizm sektörünün ana aktörlerinden olan turist rehberleri de işsiz kalabilmektedir (Yetgin, Yılmaz ve Çiftçi, 2018: 196). Dolayısıyla, turizm sektörünün krizlere karşı olan, bilinen hassasiyeti turist rehberlerini derinden etkilemektedir. Güzel ve Şahin (2018: 433) Türkiye turizminde son dönemde yaşanan olumsuz güncel gelişmelerin rehberlerin mesleğe bakışlarına etkisini tespit etmeye yönelik gerçekleştirdikleri araştırmalarında turist rehberlerinin on temel mesleki sorununu şöyle belirlemişlerdir:

- Çalışılan gün sayısının azalışı,
- Ekonomik gerileme,
- İşsizlik,
- Var olan yatırımların erimesi,
- Dil değiştirme zorunluluğu,

- Sektör değiştirme,
- İş ahlakı yozlaşması,
- Müşteri tipolojisinde değişim,
- Sosyal sorunlar,
- Psikolojik yıpranma.

Türkiye'de profesyonel turist rehberlerinin yaşadığı mesleki problemler genel hatlarıyla söyle sıralanmaktadır (Hacıoğlu, Saylan ve Sümbül, 2018: 448):

- Turist rehberi sayısı ve yabancı dil sorunu,
- Rehberlik eğitimi sorunu,
- Mesleğin özelliklerinden ve çalışma koşullarından kaynaklanan sorunlar,
- Mesleki denetim ve "kaçak rehberlik" sorunları,
- Mesleğin imaj sorunu,
- Rehberlerin bilgi ve birikim eksikliği,
- Turist rehberlerinin yönettiği turist gruplarıyla karşılaşılan sorunlar,
- Seyahat işletmeleri ile yaşanan sorunlar,
- Konaklama işletmeleri ile yaşanan sorunlar,
- Ulaştırma işletmeleriyle karşılaşılan sorunlar,
- Müze ve ören yerlerinde karşılaşılan sorunlar.

İlhan ve Soybalı (2018) turist rehberliği mesleğinin sorunlarını belirleme amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında yukarıda ifade edilen sorunlara ek olarak rehberlerin turistler ile ilgili karşılaştığı sorunları; yaşanan problemlerde turistleri ikna etmenin zor olması, turistlerin entelektüel bilgilerinin yetersiz olması, turistlerin kültür düzeylerinin düşük olması şeklinde tespit etmişlerdir. Ayrıca, çalışmada seyahat acentalarıyla yaşanan problemler boyutunda acentaların satış odaklı baskıda bulunması ve taban ücretin altında ücret teklif etmesi gibi mesleki sorunlar belirlenmiştir.

Kaçak rehberlik ile ilgili yaptırımların yetersizliği, acentaların sözleşme gereklerine uymaması, taban ücretin altında çalışmaya zorlanma, alan kılavuzluğu ve

bölgesel/ülkesel rehberlik sertifika kurslarının oluşturduğu haksız rekabet, yetersiz denetimler, yıllık çalışma kartı ücretlerinin yüksek olması, vergilendirmedeki problemler, sağlık güvencesi, gölge/gözetmen rehberlik vb. problemler turist rehberliği mesleğinin temel sorunları arasındadır (Taştan ve Genç, 2017: 862:863). Buna ek olarak, tur rotasına hâkim olmayan şoförler ve şoförlerin bahşiş konusunda rehbere baskı yapması, turistlere yönelik olumsuz davranışlar sergilemesi noktasında da rehberlerin zorluklarla karşılaştığı bilinmektedir (Karamustafa ve Çeşmeci, 2006: 78).

3. BÖLÜM

TURİST VE DAVRANIŞ

3.1.Turist

Turizm olgusunun can damarı olan turist, "*oturma yerinde karşılayamadığı gereksinimlerini karşılamak amacıyla oturduğu yerden geçici bir süre ayrılan ve gittiği yerlerde kazanmadığı parayı harcayan kimse*" olarak nitelendirilmektedir. Bu tanımda vurgulanan amaç kıstası, turistin yaşadığı yerde karşılayamadığı ihtiyaçlarını gidermeyi, para kıstasıysa turistin gittiği yerlerde para kazanmayan ancak para harcayan birisi olarak tüketici davranışı sergilemesini ifade etmektedir (Rızaoğlu, 2010: 7).

Zaman içerisinde turistlerin seyahat olgusuna bakışı farklılaşmıştır. Günümüzde, turistler seyahat aktivitesini yaşamlarının bir parçası olarak gördüğünden yaşanmamış tecrübeler yaşamak, kaliteli hizmet deneyimi edinmek ve harcadıkları paranın karşılığını almak istemektedirler. Önceleri, turist kafilesinin davranışsal iklimi doğrultusunda uyumlu tutumlar sergileyen, tur planına tümüyle uyan, seyahat planlaması konusunda daha erkenci olan turistler şimdilerde daha çok anlık kararlar veren, kalabalığın aksi yönde arayışlarda bulunan, daha bireysel hareket eden, kontrolü elinde tutmaya özen gösteren bir yapıya bürünmüştür (Yetiş, 2016: 132).

3.1.1.Turist Tipleri

Turistler ziyaret ettikleri destinasyonları tanırken gittikleri yerlerde onlara sunulacak hizmetleri de oldukça önemsemektedirler. Bu bağlamda, turist rehberi açısından bakıldığında, rehberin turistlere daha iyi hizmet sunabilmesinde turist tiplerini anlamanın avantajları yadsınamaz bir husustur. Bu yararlar, şöyle açıklanabilir (Ekici ve Arslantürk, 2018: 188):

- Turist tiplerinin farklı beklentileri ve istekleri doğrultusunda rehberlik hizmetlerinin düzenlenerek tur yönetiminin sağlanması,
- Turist tipolojilerinin davranış karakteristikleri ekseninde turist rehberliği hizmetlerinin mümkün olan en uygun şekilde sunulması,

- Hitap edeceği, iletişim kuracağı turist tipolojisini bilerek hareket eden rehberin davranış, yetenek ve becerilerini turistleri tatmin edecek şekilde geliştirmesi,
- Seyahat acentalarınca düzenlenen tur programlarının turist tipleri doğrultusunda güncellenmesi, çeşitlendirilmesi ve planlanmasıdır.

Cohen'in (1972) geliştirmiş olduğu dörtlü turist tipolojisi şöyledir:

- **Organize kitle turisti:** Genellikle popüler bir turizm destinasyonunda gerçekleşen paket turları satın alan, kalabalık turist kitlesiyle beraber olmayı tercih eden, önceden belirlenmiş seyahat programının doğrultusunda hareket eden ve onun dışına çıkmayan turistlerdir.
- **Bireysel kitle turisti:** Bu tip turistler, onlara daha çok özgürlük tanıyacak "salaş" paketler satın almayı tercih ederler. Seyahatleri süresince kendi seçimlerini yapabilecekleri durumların oluşmasını isterler. Amaçları genelde organize kitle turistlerin olduğu gibi tuhaf ve alışılmışın dışında deneyimler edinmektir.
- **Kaşif turist:** Kendi seyahat planlamalarını kendileri yaparlar ve bilinçli olarak diğer turistlerle temas kurmaktan kaçınmaktadırlar. Kaşif turistler, destinasyondaki yerel halk ile kaynaşmak istese de bu temas ortamında konfor ve güvenlik konularında bir takım beklentileri bulunmaktadır.
- **Başıboş turist:** Geçici de olsa yerel toplumun bir parçası olarak kabul edilmeyi isterler ve bunu gerçekleştirmenin yollarını ararlar. Başıboş turistler herhangi bir seyahat planlaması yapmadan gidecekleri destinasyon ve orada konaklayacakları yeri hevesleri ve merakları doğrultusunda anlık belirlerler. Onlar, "turizm sektörünün samimiyetsizliğinden" uzak dururlar.

Cohen (1979) daha önce gerçekleştirdiği turist sınıflamasını bu defa turistlerin deneyim arayışına odaklanarak yeniden tanımlamıştır. Cohen (1979) arayışta olduğu deneyime göre turist tiplerini şöyle ifade etmektedir:

- **Rekreasyonel turist:** fiziksel rekreasyonel faaliyetler arayışında olan kişilerdir.

- **Değişiklik arayışında olan turist:** günlük ev yaşantısının dışına çıkma, monotonluktan sıyrılma çabasında olan kişilerdir.
- **Deneyimsel turist:** gittiği destinasyonda otantik deneyimler yaşamaya odaklanan kişilerdir.
- **Deneysel turist:** Ana amacı seyahat ettikleri destinasyondaki yerel insanlarla temas kurmak olan turistlerdir.
- **Varoluşçu turist:** Ziyaret ettikleri yerdeki insanların yaşam biçimleri ve onların kültürleri içerisinde yereli tümüyle deneyimleyerek o kültürel ortamda kaybolmak isteyen turistlerdir.

Dalen (1989) Cohen'in tanımlamalarından farklı olarak turistleri materyalistlik ve idealistlik temelinde dörde ayırmıştır. Bunlar:

- **Modern Materyalistler:** tatil aktivitesini sadece gösteriş aracı olarak gören diğer insanlarla kendisini yarıştıran "hazcı" (hedonik) turistlerdir.
- **Modern İdealistler:** modern materyalistlerden daha kültürlü ve entelektüel olan modern idealist turistler heyecan ve eğlence arayışındadırlar. Ancak, kitle turizmi ve onun standart olan tümüyle planlanmış programlarını istemezler.
- **Gelenekçi İdealistler:** gittiği destinasyonun kültürel mirasına meraklı, özellikle popüler turistik ören yerlerini görmek isteyen, barış ve güven ortamı arayan kalite beklentisi olan turistlerdir.
- **Gelenekçi Materyalistler:** her daim güvenlik ile ilgili büyük kaygılar yaşayan, düşük fiyatlar ve özel indirimler kovalayan bütçesi kısıtlı turistlerdir.

Smith (1989) turistleri yedi farklı sınıfta incelemiştir. Smith'in turist tipleri şöyledir:

- **Kaşifler:** antropolog merakıyla seyahat eden küçük bir turist grubuyla hareket eden turistlerdir.
- **Elit turistler:** özel olarak tasarlanmış lüks seyahatleri tercih eden, sıkça seyahat edebilme imkanına sahip deneyimli turistlerdir.

- **Yabanıl turistler:** diğer turistlerle iletişim kurmak istemeyen onların aksine hareket etmeyi amaç edinmiş turistlerdir.
- **Ender turistler:** organize turların daha küçük çaptaki yan gezi turlarını satın alarak yerel kültürü deneyimleme çabasında olan kişilerdir.
- **Kitle turistleri:** kendi evlerinde alışkın oldukları ortam gibi yabancılık çekmedikleri bir seyahat deneyimi yaşamak isteyen kişilerdir.
- **Charter (anlaşmalı) turistler:** Bu tip turistlere eğer beklentisinde oldukları düzeyde yeme-içme, konaklama ve eğlence imkanları onlara sağlanırsa, gitmiş oldukları destinasyon pek de umurlarında değildir.

Turistlerin kişilik özelliklerini baz alarak Plog (1974) üç çeşit turist sınıflaması yapmıştır. Bunlar; "psychocentric" yani içe dönük turistler, "midcentric" orta merkezliler ve dışa dönükler "allosentric" olarak tanımlanmıştır. Plog (1974) bu turist tipolojilerinin turistik destinasyonların gelişmesiyle ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Söz konusu sınıflamaya dair daha detaylı açıklama yapmak gerekirse (Plog, 1974'den aktaran Tekin, 2018:103-104);

- **İçe dönük Turistler:** Popüler destinasyonlara seyahat etmek isteğinde olan ancak pek macera sevmeyen turistlerdir.
- **Orta Merkezli Turistler:** Riske girmek istemeyen orta düzeyde maceracı, farklı deneyimler edinme arayışında olan turistlerdir.
- **Dışa dönük Turistler:** Risk almayı seven ve aksiyon dolu bir tatil arzulayan turistlerdir.

Cohen (1972), Cohen (1979), Dahlen (1989) ve Smith (1989)'in turist tipolojilerine bakıldığında araştırmacıların turistlerin kişilik özellikleri, seyahat motivasyonları, amaçları, beklentileri ve istekleri doğrultusunda arayışında oldukları deneyimin nitelikleri ekseninde sınıflamalar yaptığı görülmektedir.

Tablo 5. Turistleri Tanımlayan Bireysel Değişkenler

Demografik Faktörler	Seyahat Etme Biçimlerindeki Farklılıklar	Ürün ve Aktivite Sınıflandırması
Yaş Cinsiyet Milliyet Diğer demografik faktörler: • Harcama kapasitesi • Meslek • Eğitim	Konaklama biçimi Destinasyon tercihi Kalış süresi Seyahat amacı Seyahat edilen mesafe Seyahat ve eğlence birlikteliği Mevsimsellik/Seyahatin gerçekleşme zamanı Seyahatin hazırlanmasına göre: • Bağımsız/serbest • Paket • Karışık Ulaşım şekli	Kültür Turistleri: • Kültürel miras turistleri • Etnik turistler Doğa Odaklı Turistler: • Vahşi doğa turistleri • Eko turistler Macera Turistleri Eğitim Odaklı Turistler: • Bilim turistleri • Gönüllüler Tema Parkı Turistleri Kumarhane Turistleri Şehir Turistleri Tarım Turistleri: • Şarap turistleri • Çiftlik turistleri Seks Turistleri: • Romantik turistler • İlişki arayan turistler İş Turistleri: • Konferans turistleri • Etkinlik turistleri

Kaynak: (Pearce, 2005: 30).

Turist kişisini tanımlayan bir takım bireysel değişkenler bulunmaktadır. Bu bireysel değişkenler Tablo 5'te sunulmaktadır. Turistler, demografik faktörleri, seyahat ediş biçimleri, turistik ürün ve aktiviteler bakımından tercihleri özelinde

farklılaşmaktadırlar. Turistlerin maddi, manevi kaynakları ve ilgileri zihinlerinde tasarladıkları, hayalini kurdukları turistik deneyimleri ve deneyimlere yönelik beklentilerini şekillendirmektedir. Dolayısıyla, turistler bu noktada farklılaşmakta ve birbirinden ayrılmaktadır.

3.1.2.Turistlere Özgü Davranışlar

Ürün veya hizmetler her daim sadece işlevsel değerleri için satın alınmazlar. Öyle ki, bazen ürün veya hizmetler yalnızca kişiler için ifade ettikleri toplumsal ve psikolojik anlamlar nedeniyle satın alınabilmektedirler. Örneğin, bir nesne olarak arabanın genel kullanım amacı ulaşımken alınacak arabanın seçilmesi aşamasında sahibine sağlayacağı prestij ve statü de hesaba katılmaktadır (Foxall, 2014: 47).

Tüketici ve turist davranışı arasındaki önemli farklılıklardan biri turizmin sosyal özellikler barındırmasıdır. Bu durum turizm ürünlerinin hem üretim hem de tüketim aşamasında insan faktörünün ön planda olmasından kaynaklanmaktadır (Pearce, 2005: 14). Turist davranışı ile tüketici davranışı arasında kritik boyutsal farklılıklar bulunmaktadır. Turist aktiviteleri bir aşama olarak değerlendirildiğinde daha uzun sürmektedir. Bu aşamalar beş maddede incelenmektedir: a) tahmin/beklenti, ve ön-satın alım b) tatil yerine doğru seyahat etme, c) destinasyondaki deneyim, d) seyahatten dönüş aşaması e) uzun süreli anımsama ve hatırlama aşamasıdır (Clawson ve Knetsch, 1966'dan aktaran Pearce, 2005: 12).

Turistler, bir amaç doğrultusunda gönüllü ve özgür biçimde davranışlar sergileme yoluyla yer değiştirerek turizm hareketliliğine katılmaktadırlar(Rızaoğlu, 2004: 16). Turist olarak tanımlanan kişi günlük yaşamından sıyrılma amacında olan kişidir. Turistin, günlük yaşantısından kaçınabilmesini sağlayan ana etken turistik yaşam alanının yabancı ve farklı olmasıdır. Girdiği turistik ortamda yabancı olarak görüldüğünün farkında olan turist "genel davranış" kalıplarının dışına çıkabilme hakkına eriştiğini düşünerek yabancı kimliğiyle olduğundan farklı bir şekilde kural dışı davranışlarda bulunabilmektedir. Bu durum, turistik ortamın psikolojik arka planını yorumlayabilme noktasında fikir vericidir. Turistin destinasyona varışından turistik mahali terk edişine kadar yaşadığı değişiklik turisti günlük yaşamında olduğundan farklı hissetmeye ve davranmaya itmektedir (Polat ve Polat, 2016: 245-248).

Turizmde müşteri davranışına ilişkin çalışmalar temelde turistin ziyareti öncesi, turist turistik mahaldeyken ve turistin ziyareti sonrası yaşadıklarını içermektedir(Dixit, Lee ve Loo, 2019: 153).

Tablo 6. Seyahat Evrelerinde Turist Davranışının Karakteristikleri

Evreler	Farklılıklar
Beklenti veya satın alma öncesi	Birçok turist aylar, hatta yıllar öncesinden gelecekte yapacağı seyahat ile ilgili plan yapar.
Destinasyona doğru seyahat etme	Ziyaret edilen yeri inceleme, kavrama, hissetme, duyma ve algılama adına bir şans ve soyut deneyimdir.
Destinasyondaki deneyim	Başka bir yerde olmanın sinerjisi vardır. Turistlerin derinlemesine kişisel tepkileri ve kimi zaman turistik mahaldeki davranışlarının sosyo-çevresel sonuçları ayırt edicidir. Gelecekteki deneyimlerin "arıtılması" ve yeniden tasarlanması gerçekleşir. Zamanın, mekanın ve kimliğin anlamındaki netlik kaybolur.
Dönüş seyahati	Seyahat toplam deneyimin ayrılmaz bir parçasıdır.
Uzun süreli anımsama ve hatırlama	Turist deneyimi dayanıklı ve kalıcıdır. Deneyimlenen ürün yıpranmaz veya çürümez. Deneyimler her daim hatırlanırlar veya yenilenirler.

Kaynak: Clawson ve Knetsch, 1966; Pearce 2005: 10-12' den aktaran Ekiz, Au ve Hsu, 2012: 376)

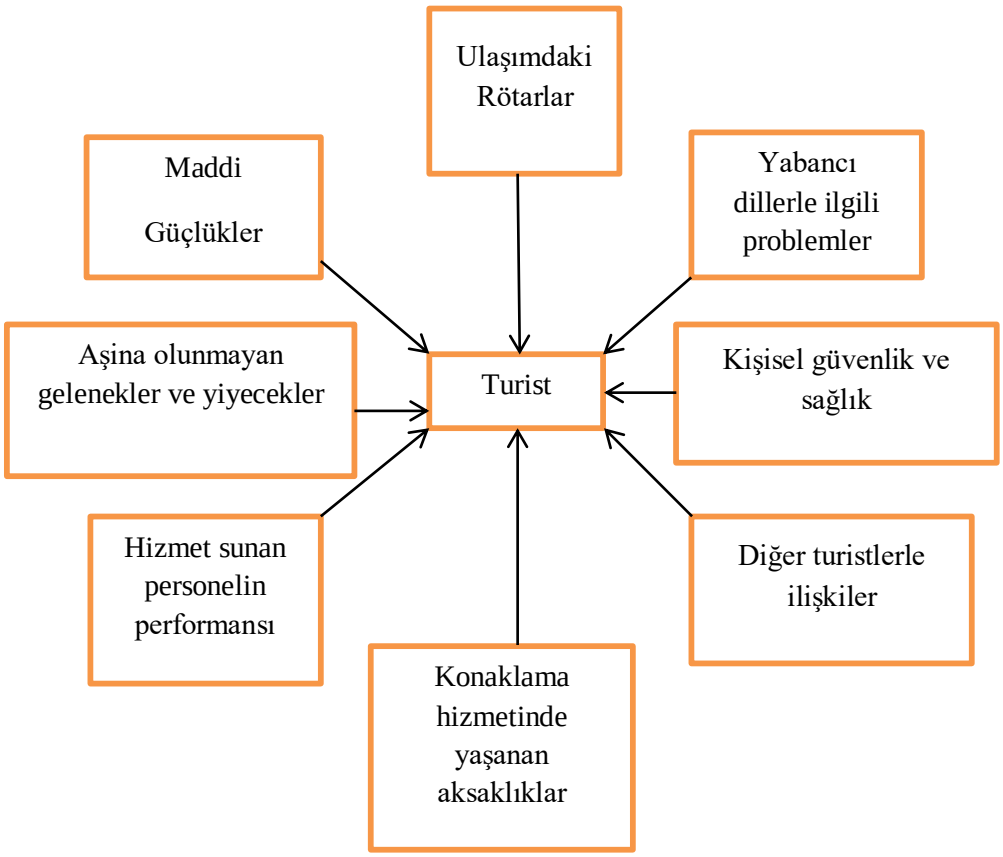
Turizm birçok soyut hizmet öğesinden oluştuğundan bir takım farklılıklara sahiptir. Örneğin, turistin paket bir seyahat satın alması veya bir otel odası için rezervasyon yaptırması somut bir getirisi olmayan bir yatırım olarak düşünülebilir. Bu nedenle seyahatler genellikle dikkatlice üzerinde düşünülerek planlanır ve belirli bir zaman süreci içerisinde tasarruf yapılır (Moutinho, 1987).

Turistik hizmetlerin dayanıksızlık, ayrılamazlık, soyutluk, heterojenlik (farklılık) gibi karakteristiklerinden ötürü turistlerin algıladıkları risk daha yüksektir ve bu nedenle turistler, turistik hizmetlerin seçiminde daha dikkatli olma eğilimindedir. Turistlerin bu denli dikkatli olması, tatillerine harcadıkları paranın

elde edecekleri deneyime değiyor olacak kadar deneyimlerinin hatırlanabilir olması içindir. Satın alma aşamasındaki riski minimize etmek ve tatillerinde edinecekleri hizmet deneyimini maksimize etmek adına turistler seyahat planlaması sürecinde büyük çaba sarf ederler (Dixit, Lee ve Loo, 2019: 154-155).

Turistik yaşam, heyecan arama ve yeni bir çevrede kendini yabancı hissetme olarak ifade edilebilecek iki karşıt hissin işleyişiyle şekillenmektedir. Turist, daha önce tatmadığı yeni yiyecekler tatmak, farklı bir ülkede yeni insanlarla tanışmak, kendisine enteresan gelen yerleri ziyaret etmek isteyebilir. Turistler, hakkında bilgi sahibi olmadığı toplumsal yapılardan çekinen, korkan, ülkenin dilini bilmemesinin getirdiği rahatsızlığı yaşayan ve yerel insanı tanımlayamadığından onlarla beraber vakit geçirmekte isteksiz kişilerdir (Kozak ve Bahçe, 2012: 22).

Şekil 1. Turistlerin Baskı Altında Hissetmesine Yol Açan Etkenler



Kaynak: (Bowie ve Chang, 2005: 304)

Şekil 1'de turistlerin stres altında hissetmesine sebep olan etkenler verilmektedir. Şekil 1' ışığında, turistlerin seyahat deneyimleri esnasında yaşadıkları veya yaşayabileceklerini düşündükleri, seyahat öncesi beklentileriyle örtüşmeyen ve

turistik deneyimlerini olumsuz etkileyebilecek aksaklıkların turistlerin üzerinde baskı yaratmakta olduğu söylenebilir. Bilindiği üzere, seyahat bir aktivite olarak risk barındırmaktadır. Turistler risk alarak, bütçelerinden bir pay ayırarak turizm aktivitelerine katılmak için bir ödeme yaparlar. Turistler, yaptıkları ödeme sonucunda aşina oldukları ortamdan farklı bir ortama girerek akıllarında yer edecek ve uzun süre etkisinde kalarak unutamayacakları gerçek bir seyahat deneyimi yaşamayı hayal ederler. Öyle ki, bu hedeflerinin sapmasına sebebiyet verebilecek her türlü etken turistler için bir baskı unsuru olmaktadır. Çeşitli risk unsurlarının beraberinde yaşanan veya yaşanabilecek aksaklıklar turistler üzerinde baskı meydana getirmektedir. Baskı altında hisseden her insan gibi turistlerin davranışları da bu anlamda normalden farklılaşabilmektedir.

Bir turist grubundaki turistlerin arka plandaki genel özellikleri her ne kadar benzeşik ve homojen olursa olsun her bireyin sergilediği davranış diğerlerinden farklı olabilmektedir. Bu anlamda turistlerin seyahat aktivitelerine katıldıklarında sergiledikleri davranışların bilinmesi kişisel farklılıklara karşı geliştirilmesi gereken davranışın önceden tahmin edilebilmesi açısından oldukça önemlidir. Bilinmelidir ki, bir turist kafilesinde katılımcı sayısı kadar farklı karakterde ve beklentide insan bulunmaktadır. Ayrıca, aynı etkilere farklı tepkiler gösteren insanların oluşturduğu bir turist grubu turun yönetimini de daha güç hale getirebilmektedir. Bu tür durumlara ilişkin rehberlerin geliştirmesi ve sergilemesi gerekli olan davranışlar sosyolojinin konusu olsa da rehberlik mesleğinin ve rehber kişisinin doğasının bir fonksiyonudur. Bu noktada rehberin karşılaşabileceği turist tiplerini ve davranış biçimlerini iyi bilmesi gerekmektedir (Ahipaşaoğlu, 1997: 49).

3.1.3.Turist Deneyimi

"Deneyim, insanın dolaysız algıları ve etkinlikleriyle kazandığı bilgi, beceri ve tutumlar" olarak tanımlanmaktadır. Kişinin günlük yaşantısında edindiği anılarını belleğinde saklaması ve ihtiyaç duyduğunda çağrılarak kullanmasıdır. Gündelik yaşamda insanın yaşadıkları o insanda olumlu ya da olumsuz içsel etkiler (yaşantılar) meydana getirir. İnsan biriktirmiş olduğu bu etkilenimleri yaşamı süresince karşılaştığı olaylarda referans olarak kullanır. Deneyimlerin kişi için işlevi ise kendisini risk ve belirsizliklere karşı savunmada yardım mekanizması görevi

görmesidir. Kişi adına geçmiş deneyimler faydalı bir özgeçmiş sağlamaktadır. İnsanlar geçmiş deneyimleriyle yeni deneyimlerini kıyaslayarak sahip oldukları güncel deneyimlerini yorumlamaktadırlar. Farklı bir ifadeyle söylemek gerekirse, insanın önceki deneyimleri alışılagelmiş, tekrarlanan veya yeni karşılaştığı durumlarda tavırlarının nasıl olması gerektiği noktasında bir model meydana getirmektedir (Rızaoğlu, 2012: 177). Deneyimin çekirdeğinde algılar bulunmaktadır. Algılar ise sırasıyla beklentiler, etkileşim, öyküler ve anılardan etkilenirler. Algılarımız, onlara yüklediğimiz, atfettiğimiz anlamlarla toplumsal olarak şekillenmektedir (Selstad, 2007: 21).

Tüketicilerin sunulan ürün veya hizmet sonucunda nasıl bir deneyime erişeceklerinin öngörülebilmesi pek mümkün değildir. Özellikle insanlar arası etkileşimin fazla olduğu hizmet sektöründe tüketim deneyimiyle ilgili nihai fikrin oluşmasında tüketim sürecinde yaşanan anlık gelişmeler etkili olabilmektedir. Bakıldığında, bir gün hizmetle ilgili çok pozitif bir deneyim yaşanırken başka bir gün hizmetlerin deneyimlenmesi süresinde yaşanan bir aksaklık erişilen memnuniyet düzeyinin tamamıyla yok olmasına neden olabilir (Demir ve Kozak, 2013: 188).

Turistler, deneyim edinmek istedikleri destinasyonları belirlerken görmek istedikleri turistik mekanlara ve mekanlara yönelik düşledikleri beklenilen hazza uygun yerleri tercih etme çabasındadırlar. Turist tarafından öngörülecek deneyimsel beklentinin şekillenmesinde ve destinasyon tercihi sürecinde, medya araçlarının destinasyona ilişkin yansıttıkları önemli yer tutar. Turistlerin seyahat deneyimleri sırasındaki ilişkisel edinimleriyse turistlerin gittikleri destinasyonlara yolculukları, destinasyona yönelik hareketleri ve turistik mahaldeki konaklama dönemlerini kapsamaktadır. Bilindiği üzere turistlerin, seyahat yolculuğu ve tercih ettiği destinasyondaki konaklama durumu genellikle alışkın olduğu iş ve ikamet yerlerinin dışındadır. Dolayısıyla, turizm hareketliliği geçicidir ve geçici olduğundan temelde mutlaka kişinin rutin yaşantısına ve evine geri dönme isteği vardır(Urry, 2009: 16).

Turist deneyimlerinin yansıması genellikle uzun sürmektedir. İnsanlar yaşadıkları turistik deneyimlerin üzerinden haftalar, aylar ve hatta yıllar geçse de deneyimlerini hatırlamaktadırlar. Öyle ki, yaşanan turistik deneyimlerin gerçekleştiği destinasyon tekrar ziyaret edildiğinde turizm ürününden elde edilen bilgiler anımsanabilmektedir (Pearce, 2005: 13).

Rızaoğlu (2010: 190) turistik deneyimin insan davranışlarına yansıdığını ve kalıplaşmış olduğunu belirterek turistik deneyimin ana özelliklerini şöyle belirtmektedir:

- Turistik deneyim, kuraldışı ve garip davranışlardan oluşmaktadır.
- Turistik deneyim, anında ve koşulsuz doyumları içermektedir.
- Turistik deneyim, gerçeği aramaya yönelik olarak meydana gelmektedir.
- Turistik deneyim, yabancılığı içermektedir.
- Turistik deneyim, güvensizlik barındırmaktadır.
- Turistik deneyim, yeni deneyimler arayışında olmayı içermektedir.

Turist deneyimi, gerçekleştiği çevre ve deneyimi yaşayan bireylere göre farklılık göstermekle birlikte, çevre ve kişi unsuruna bağlı olarak gelişen duygusal ve bilişsel reaksiyonlardan oluşmaktadır (Zakrisson ve Zillinger, 2012: 505). Turistik deneyimler, özellikleri kapsamı değerlendirildiğinde kişilerin hazları, düşleri ve hisleri doğrultusunda oluştuğundan sübjektif yapıdadırlar. Bu nedenledir ki, her turistin aynı turistik üründen edindiği deneyim farklı olabilmektedir (Yetiş, 2016: 126).

Turistik deneyimin niteliğini belirleyen unsurlar şöyle ifade edilmektedir (Rızaoğlu, 2010: 187):

- **Yoğunluk:** Turistik deneyim arayışı arzusunun boyutu, tatildeyken yapılması planlanan görevler, gerekli görünenler ve bunlara ilişkin değerlendirme yeteneğini,
- **Toplumsal etkileşim:** Bir kümenin parçası olarak meydana gelen ilişkililik durumunu,
- **Yenilik:** Yeni ve tanınmayan çevrede olma ilgisinin oluşumunu,
- **Özel durumlar:** Belirli şartlamalar dahilinde algılanan durumlar, olumluluklar veya olumsuzlukları vurgulamaktadır.

3.2. Davranış Kavramı

"*İnsanın bir etkiye karşı gösterdiği bilinçli tepkiler*" davranış olarak tanımlanır (Tutar, 2017: 93). "*İnsanın gözlenebilir, ölçülebilir, yinelenebilir ve anlatılabilir bilinçli devinimsel, bilişsel ve duygusal etkinlikleri*" olarak da ifade edilebilen davranış "*kişinin bir şeye karşı aldığı tavır ve görülebilen tepkisidir*" (Rızaoğlu, 2010: 27). "Organizmanın bedensel ve zihinsel yetenekleri, kişisel özellikleri ve duygusal mekanizmaları aracılığıyla gerçekleştirdiği çok sayıdaki fiil ve eklemler ile çeşitli sözlü sözsüz mesajlar taşıyan bedensel hareketler gibi olgu ve durumların tamamı, davranışları meydana getiren tepkiler topluluğudur." (Özkalp, 1988: 13). Davranış, insan yaşamının tümünü kapsayan, insanın dünyada bir canlı olarak var oluşuyla özdeşleşmesi gereken bir kavramdır. Genel anlamı itibariyle bakıldığında davranış, organizmanın etkilendiği uyarıcılar ve bu uyarıcılara ilişkin tepkilerin karşılıklı etkileşimi olarak tanımlanmaktadır (Tutar, 2018: 70).

İnsan davranışlarının, bilimsel yöntem aracılığıyla incelenerek analiz edilmesi, genel olarak iki ana paradigmadan yola çıkılarak gerçekleştirilmektedir. Bunlardan birincisi, insan davranışlarının muhakkak bir veya daha fazla gerekçe barındırdığı; ikincisiyse her davranışın mutlaka bir veya birden fazla sonucu olduğu ön kabulleridir. Bu paradigmalar ışığında, insan davranışlarının tesadüfen oluşması, nedensiz olması ve bir çıktısının olmaması diye bir şeyin pek mümkün olmadığı ifade edilebilir. Bu noktada, "neden" ve "sonuç" ibareleriyle kast edilen durumsallık tekil değil çoğul olarak düşünülmelidir. Öyle ki, her insan davranışının arkasında içsel ve dışsal bir uyarım sonucunda kendisini göstermiş çok sayıda "nedenler" ve "sonuçlar" bulunmaktadır. Uyarılmadan sonra harekete geçen organizma, uyarılmada etkili olan tetikleyicinin tür ve şiddetine göre, bireysel yetenek ve motivasyon derecesine göre içinde bulunulan zaman ve mekanın şartları doğrultusunda bir takım tepkiler sergileyecektir (Eroğlu, 2007: 6).

Davranışlar çoğunlukla birden fazla sonuç doğurmaktadırlar. Bu sonuçlar kısa ve uzun vadeli olarak incelenebilirler. Kısa ve uzun vadeli davranış sonuçlarını ayrı ayrı öğrenmek önemli bir husustur. Öyle ki, genel olarak davranışı en çok etkileyen ve davranışları devamlı kılan kısa vadeli olarak tanımlanan yakın sonuçlar olmaktadır. Uzun vadeli sonuçlar ise istenilmeyen durumlara yol açarak kişinin kendi duygu durumundan ve psikolojik anlamda kendisinden memnun olmadığını fark etmesine yol açabilmektedir. Uzun vadeli sonuçlar olumsuz yansımalar doğurarak

kişinin yaşamında ve değer yargılarında istemediği bir takım farklılıklar oluşturabilmektedir (Yavuz ve Alptekin, 2017: 92).

Sosyolojik bağlamda davranışları açıklamada pozitif ve etkileşimci olmak üzere iki yaklaşımdan söz edilmektedir. Pozitif yaklaşım, bireylerin dışarıdan gelen uyaranlara tepki verme amacıyla davranışta bulunduğundan davranışların tepkiler ile açıklanabileceğini savunmaktadır. Pozitif yaklaşıma göre insanların tepkilerle yansıyan, karşılanması için davranış gerçekleştirdiği belirli talepleri vardır. Bundan farklı olarak etkileşimci bakışsa, davranışın barındırdığı nitelikler sebebiyle genel geçer doğa bilimlerinin ilkeleri doğrultusunda açıklanamayacağını öne sürmektedir. Etkileşimci yaklaşıma göre insan davranışı, nitelikleri gereği "anlamlı" olmak durumundadır. Örneğin, ateş insanlar için sadece sıcağı deneyimlemeye yönelik bir olgu değildir. Bu nedenledir ki, insanlar sıcağa ilişkin tek tip davranış sergilemezler. Ateş, insan için ısınma, kendini savunma, soğuktan korunabilme, tehtidlere karşı saldırıda bulunma, yiyecek hazırlama vb. farklı ve çeşitli durumsal manalara sahiptir. Öyle ki, olgular ve olaylar, insanların onlara yüklediği durumsal anlamlar ve anlamlandırmalara ilişkin davranışlar sayesinde değerlendirilmektedir (Harambos ve Holborn, 1995: 14'ten aktaran Şimşek ve Eroğlu, 2013: 19).

İnsan davranışlarının normal şartlar altında "mantık" ve "tutarlılık" ekseninde gerçekleşmesi beklenmektedir. Dahası, hayatın getirdiği karmaşada karşılaşılan birçok iç ve dış neden insanın "mantıklı" ve "tutarlı" davranmasına mani olabilmektedir. Sergilenen "mantıksız" olarak nitelendirilebilecek davranışlar, kişilerin mantık anlayışı ve algılama şekli farklılığı nedeniyle kişi tarafından öyle görülmeyebilir (Eroğlu, 2007: 6-7).

Klasik davranışçı kuram olarak da ifade edilen davranışçılık, insan davranışlarını dışarıdan gelen uyarılar dâhilinde inceleyen ve sistematik olarak ilk defa 1913 yılında Watson tarafından ortaya atılan davranış bilimi ve psikoloji yaklaşımıdır. Öğrenmenin insan davranışlarının bir sonucu olduğunu öne süren davranışsal kuram temelde insanın sergilediği davranışlar doğrultusunda öğrenmeyi sağlayabildiğine dayanmaktadır (Erbaş ve Özkan, 2017: 534). Davranışçı yaklaşım temelde insan davranışları, bireyler arası ilişkiler, grupların oluşma aşaması, belirli bir grubun davranışı şekli ve bunların yanı sıra liderlik, motivasyon, algı ve tutum konusu, örgüt değişimi ve gelişimiyle ilgilenmektedir (Koçel, 2014).

Klasik davranışçı kuram, yalnızca uyarıcı (U) ve tepkinin (T) davranışları anlamlandırmak için yeterli olduğunu savunmaktadır. Klasik Davranışçı yaklaşıma göre canlıyı bir uyarıcıyla uyarma, beliren tepkiyi gözlemleme ve ölçme sonrasında ise U ile T arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Klasik davranışçılığa göre U→T davranış modeli çerçevesi aşağıda verilmektedir (Tutar, 2018: 71):

SEBEP ⟶ SONUÇ

Uyarıcı (U)	Tepki (T)
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken

Her davranışın bir nedeni bulunmaktadır. *Neden* yani bir davranışın gerekçesi her zaman bir uyarıcı olarak görülür. Bu uyarıcılar, göz, kulak, deri vb. duyu organlarımızca fark edilirler. Duyu organları bir takım duyumlar sağlarlar: görsel duyum, işitsel duyum, derimizden gelen dokunma duyumu bunlara örnek verilebilir. Bilimsel araştırmalarda uyarıcılar bağımsız değişken; tepkiler ise bağımlı değişkendirler. Değişken, farklı nitelikler taşıyabilen ve farklı değerler alabilen uyarıcılardır (Tutar, 2018: 70). Tepkiler, insanın bedensel ve ruhsal yapısında mutlaka birtakım değişikliklere yol açan, tür ve şiddetin düzeyine göre insanın bulunduğu iç veya dış ortamlardan kaynaklanmaktadırlar. Davranışın tanımı doğrultusunda genel anlamda "tepki" olarak adlandırılan değişiklikler, açık ve kapalı olarak ikiye ayrılmaktadır. Örneğin, bir insanın konuşması, yürümesi, oturması, kalkması, yazı yazması veya bir görevi tamamlaması gibi hareketlerden meydana gelmektedir. Organizmada etki bırakan çeşitli uyarıcılara cevap verme şeklindeki açık tepkiler, birey ve diğer kişiler tarafından açıkça görülebilen davranışlardır. Kapalı tepkiler ise daha çok mimikle ilgili hareketler, yüz kızarması, kaş çatma, sevinme kıskanma, umutlanma vb. eylem ve hareketleri ifade eder. Kapalı tepkiler başka kişisel tarafından yalnızca dolaylı olarak gözlenebilirler (Tutar, 2018: 73).

Birey, toplumsal bir varlık olarak aktivite eğilimlidir. Öyle ki, birey işini yaparken veya işin dışında kalan yaşamında çevresinde olup bitenlere karşı tepki sergiler. Her birey, bilişsel, duygusal ve fiziksel anlamda denge durumunda olmayı ve kendini bu yönden rahatsız eden durumlarından kaçınmayı ve kurtulmayı ister (Aydın, 2014'den akt. Özdemir ve Cemaloğlu, 2017: 2).

Davranışın işlevsel analizi, çevre ve uyaranları göz önünde bulundurarak davranışın ortaya çıkışı ve hangi sonuçlara yol açtığı arasında bağlantı kurar. Davranış, öncüller ve sonuç arasındaki ilişki belirleyici olmaktan çok etkileşme biçimindedir. Bir öncülün varlığı direkt olarak bir davranışın ortaya çıkmasına neden olmasa da anlamlı bir biçimde davranışın oluşmasına etki edebilir. Kısaca davranışın işlevsel olarak analizi ABC analizidir (Yavuz ve Alptekin, 2017: 90-91).

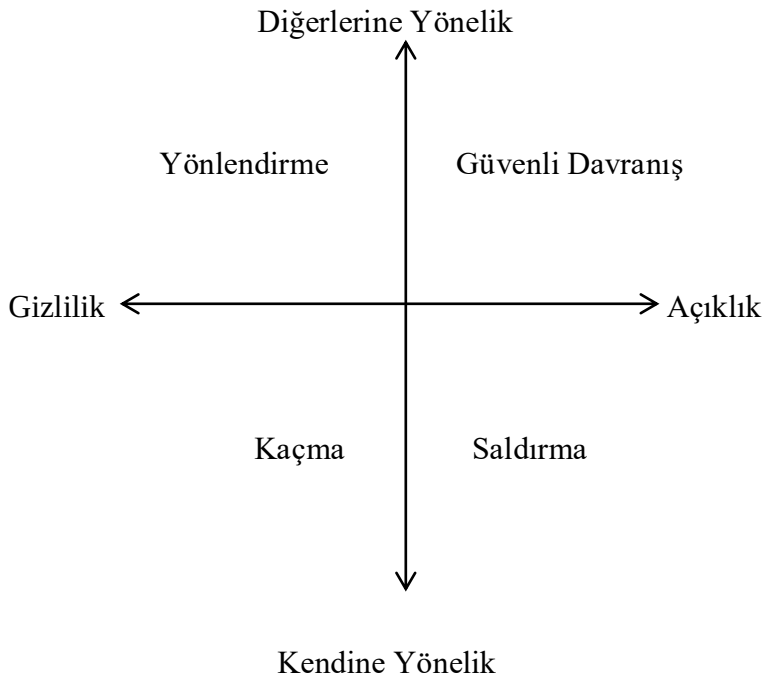
Tablo 7. Davranışların ABC Analizi

A (öncüller)	B (davranış)	C (sonuçlar)
• Çevre (dış uyaranlar)	• Davranışlar (içsel ve dışsal)	• Kısa vadeli sonuçlar
• İçsel uyaranlar (düşünce, duygu, bedensel belirtiler, anılar vs.)		• Uzun vadeli sonuçlar

Kaynak: (Yavuz ve Alptekin, 2017: 91).

Yeni davranışçı yaklaşıma göre iletişimde yer alan dört davranış tipi bulunmaktadır. İletişimde yer alan dört davranış tipi aşağıda yer alan Şekil 2'de gösterilmektedir.

Şekil 2. İletişimde Yer Alan Dört Davranış Tipi



Kaynak: Schuler (1992: 37)'den aktaran Poussard (2006: 19)

Şekil 2'de gösterilen dikey eksen kurulan iletişimin tarzını yansıtmaktadır. Eksenin diğer bir ucunda başkalarına yönelik olma söz konusudur. Kişinin kendine yönelik olma durumunda iletişimdeki çekingenliği nedeniyle kendini olması gerektiği şekilde ifade edememesi hâsıl olabileceği gibi kişi kendine aşırı güven duyuyorsa diğerlerini yok sayma, dinlememe, kendi istekleri doğrultusunda hareket etmeye direnme ve bu konuda ısrarcı olma da baş gösterebilir. Diğerlerine yönelik olma durumu ise sosyal olarak daha girişken algılanan ve kabul edilebilir bir durumdur. Şekil 2'deki yatay eksen iletişimde açıklık veya gizliliği temsil eder. Burada açıklıktan kast edilen kişinin istek ve düşüncelerini gizlemeden ve değişime uğratmadan ifade etmesidir. Genellikle eksenin gizlilik tarafında gerçekleşen davranış isteklere yönelik ifadelerden kaçınma, çekingenliğin yarattığı baskıyla duygu ve düşüncelerin gizlenerek dışa vurulamamasıdır. Ancak, birey kendisine yarar sağlama amacıyla da isteklerini, düşüncelerini ve duygularını saklayabilir. Diğerlerine yönelik davranışlarda aşırı olma, kişilerin hayatlarını başkalarına adamasına neden olabilir. Buna ilaveten, açıklıkta aşırılık ise karşı tarafın umursanmadığı ve dikkate alınmadığı kaba ve sert davranışlara dönüşebilmektedir. Kişinin tümüyle kendine yönelik olması diğer insanlarla ilişki ve iletişimde kopukluk, aşırı gizlilik ise insanlarla sosyal manada kaynaşmayı ve alışverişi önleyebilmektedir (Poussard, 2006: 18-19).

Schuler (1992) kaçma davranışı, saldırgan davranış, yönlendirme davranışı ve güvenli davranış olmak üzere iletişimde dört tip davranışın bulunduğunu öne sürmektedir. Kaçma davranışı kendine yönelik oluş ve gizlilik boyutlarıyla betimlenmektedir. Kişinin etrafındaki ilişkiler ile ilgili doğru olmayan gerçeklik algıları, küçümsenme, sevilme, istenme ve kabul görme ihtiyaçlarının yol açtığı sebepler ile meydana gelen **kaçma davranışları** şöyle boyutlandırılarak özetlenmektedir (Poussard, 2006: 21);

Hareketsizlik: Kişi birçok şeyden şikayet etmesine rağmen şikayeti bulunduğu durumları düzeltebilme adına herhangi bir girişimde bulunmaz. Kötü ve olgunlaşmamış şartları bahane ederek belirli bir şeyi yapmaktan kaçınma yolunu tercih eder.

Aşırı Hareketlilik: Asıl yapılması gerekenden kaçınmak için bir işten diğerine atlama ve taşınamayacak düzeyde sorumluluk üstlenmeyi davranışı konusunda kendini haklı bulmada ve bu yolla kendini savunmada kullanmadır.

Aşırı Uyum: Kişinin sadece kendisinden istenenleri yapması ve bunun dışına çıkıp bir inisiyatif almaması ayrıca çevresinin güdümünde kalarak gelen her isteği kabul etmesi ile baş göstermektedir.

Şiddet: Kaçma davranışlarında şiddet pasif olarak yansır. Pasif şiddet "bahaneli protesto" olarak nitelendirilebilir.

Saldırgan davranışlar gösteren kişiler kendileri haricindeki insanların zayıf olduğunu ve bu yüzden güdülmeye ve kendileri tarafından yönetilmeye ihtiyacı olduğuna inanmaktadırlar. Kendi fikirleri dışında sunulan fikirlere karşı hoşgörü sahibi olamazlar. Başka insanları haklarını hiçe sayarak taleplerde bulunabilen saldırgan davranış sergileyen insanlar başkalarında korku yaratmaya dayalı ilişkiler kurarlar. Saldırgan kişiler çevrelerindeki insanlar üzerine etki edebildikçe zafer kazandığı düşüncesine gererek bu tür davranışları tekrarlayabilmektedirler. Bu tür davranış sergileyenlerin saldırganlığı davranış özelinde iki şekilde kendisini göstermektedir. Bunlar (Poussard, 2006: 23-25);

Kendi üstünlükleriyle diğerlerini ezmek: Bu tarz girişimlere yönelik davranışlar, kişinin kendisini aşırı beğenme, diğer insanları küçük görme, gösterişi sevme, kural tanımama, çevredeki tüm insanları yönetme çabasında olma, yanlış gördüğü şeyleri düzeltmeyi kendine görev bilme, kendisinin istekleri dışında bir şey geliştiğinde sabote etme ve engelleme gibi yansımalarla gözlemlenmektedir.

Aşırı tepkili olmak: Aşırı tepkili olma davranışı, anlayışsızlık, hoşgörü yoksunluğu, gereksizce itiraz etme, zıtlaşma fırsatı arama, saldırıya karşılık verme ve intikam almaya çalışma ihtiyacı ile ifade edilmektedir.

Yönlendirme davranışında ise diğerlerine yönelik oluş ve gizlilik ile şekillenmektedir. Bu davranış tipinde asıl amaç gizlenerek çevredeki insanları kullanarak onlarla ilgileniyormuş gibi gözüküp hedefe erişme odaklı bir strateji izlenmektedir.

Güvenli davranış, yapıcı tavırlar sergileyerek kendi benliğini başkalarının haklarına saygılı biçimde ortaya koymak, kendi haklarını korumak ve kendi isteklerini savunmak, yakın çevre ile iyi ilişkiler geliştirme çabasında olmanın getirdiği davranışlardır.

Genel olarak bakıldığında ise, insanın ait olmak istediği gruplarla veya toplumla beraber yaşamını sürdürme mecburiyeti çoğu zaman insanı toplumun

özellikleri ve kabul göstergeleri dahilinde bulunan davranışları sergilemeye itmektedir. Kişi, kendi tutumlarına uyuşmayan bir davranış dahi olsa toplumsal olana aykırı olmamak adına davranışlarını genele göre düzenleyebilmektedir (Şimşek ve Eroğlu, 2013: 157).

3.2.1.Davranışları Belirleyen Faktörler

İnsanın, bir canlı olarak oluşumundan ölünceye kadar ki zaman sürecindeki yaşamı, yaşam esnasında sergilenen sayısız davranışın toplamı ve birleşimidir. Öyle ki, davranış aslında canlının var oluşu ve sürdürdüğü yaşam ile özdeş sayılması gereken bir kavramdır (Eroğlu, 2007: 1).

İnsanların sergilediği davranışların oluşumunda kişilerin sahip oldukları inançların, değerlerin kültürel yapının önemli bir etkisi bulunmaktadır. İnsanda inanç ve zihinsel faaliyetler sonucunda oluşan yargı, kişiyi tutum objesine karşı olumlu veya olumsuz davranış gerçekleştirmeye eğilimli duruma getirmektedir. Tutumlar, inançlar ve değerler kültür ile beraber temel psikolojik süreçlerde aracı entegrasyonlar olma işlevini görürler ve davranışları belirlerler (Tutar, 2017: 93-95).

3.2.2.Tutumlar

Tutum, "Bir bireye atfedilen ve onun psikolojik bir nesneye ilişkin düşünce, duygu ve muhtemel davranışlarını organize eden bir eğilimdir" (Aydın, 2002: 281). Tutumlar, "hazır olma ve belirli bir yönde cevap verme eğilimidir" (Yüksel, 2006: 100). Genel olarak tutum kişinin çevresindeki bir olguya karşı sahip olduğu ve gösterdiği bir tepki ön eğilimini işaret eder (Baysal ve Tekarslan, 2004: 299).

Tutumlar, gerçekleştireceğimiz eylemlere ilişkin niyetimizi belirten ve bu sebeple insan yaşamında önemli bir etkiye sahip eğilimlerdir. Niyetin bir ifadesi olarak tutumlar, olumlu ya da olumsuz olarak ayrıştırılabilmektedir. Olumlu tutumlar, iyimser kişilerde görülen "yapabilirim" inancı ve olumlu tepki türevleridir. Olumsuz tutumlar ise çoğu zaman karamsar ve kötümser kişilerde gözlemlenirken öfkelilik, kızgınlık, düşmanca hislerin oluşturduğu tepkiler olarak yansıyabilmektedir. Tutumların oluşmasında kişinin inançları, değerleri, toplumsal

yaşam ve normlar arası neden-sonuç bağıntısı bulunmaktadır (Şimşek ve Eroğlu, 2013: 128-129).

Normlar, insanların, sosyal ortamlarda ve toplum içerisinde sergileyebilecekleri davranışları kısıtlama, düzenleme ve doğrulama işlevine sahip olan gizil kurallardır. Normlar genel anlamda şöyle özellikler barındırmaktadır (Şimşek, Çelik ve Akgemci, 2014: 21):

- Toplumun tümünü ilgilendiren ve sosyal yaşamı düzenleyen kurallardır.
- Sınırlayıcılar olarak normlar, davranış düzlemlerinin (yani sosyal etkileşim ortamlarındaki istenen davranışların) hepsinde geçerlidir.
- Normlar, hareket ve davranış boyutu taşırlar.
- Yaptırımlı (kanun, kararname, tüzük) ve yaptırımsız (gelenekler, görgü ve ahlak) kurallar olarak iki kısımda ifade edilebilmektedir.
- Normlar, kişilerin belirli bir ortam ve şartlardaki davranışlarını biçimlendiren sosyal güçlerdir. Norm, karşıtı hareketler ve davranışlar cezalandırılabilir.

Her kişinin etkileşimde bulunduğu insanlar, nesneler, fikirler, kurumlar ve olaylara ilişkin farklı tutumları bulunmaktadır. İnsanın, tüm bu etkenlere nasıl tepkiler göstereceği ve sosyal ortamlardaki davranışları çoğunlukla tutumlar tarafından belirlenmektedir. Tutumlar, bireylere ait olduğundan, kişinin bir olguya ilişkin düşünce, duygu ve davranışlarına tutarlılık ve anlamlılık katmaktadır (Aydın, 2002: 281). Tutum konusunu bu denli önemli kılan hususlar tutumların kişilerin çevrelerine uyumlaşmasını basitleştiren bir sistem görevi görmesi ve kişilerin davranışlarını yönlendirici güce sahip olmasıdır. Tutumların sahip olduğu bu güç gizlilik özelliği taşımaktadır (Baysal ve Tekarslan, 2004: 300). Tutumların özelliklerine ilişkin tanımlamalar şöyledir (Yüksel, 2006: 101):

- Tutumlar, kişinin beğenip beğenmedikleridir.
- Bir nesneye karşı iyi veya kötü, adil veya haksız, doğru veya yanlış şeklinde duyulan hissi değerlendirmelerdir.
- Tutum en nihayetinde, nesneler, düşünceler ve olaylara ilişkin değerlendirme yapmayı mümkün kılan inançlardır.
- Değerlemede verilecek tepki konusunda hazırlı olmadır.

- Tutumlar, en nihayetinde bilişsel ve duygusal etkilenmeye dayalı genel değerlendirmelerdir.

Tutumlar aslında üç öğeden oluşmaktadır ve bu üç unsur şöyledir (Tutar, 2018: 146-149; Baysal ve Tekarslan, 2004: 300-302; Yüksel, 2006: 101-102):

1) **Bilişsel Öğe:** Tutumun gerçeklere dayanan bilgisel birikimidir. Bireyin kaynaklarından tutum objesi konusunda edindiği bilgileri kendi zihnindeki diğer bilgilerle eşleştirerek bir sistem oluşturmasının sonucu gerçekleşir. Bilişsel öğe, tutumlara ilişkin konular hakkındaki bilgi ve inançları ifade eder. Tutuma yönelik bilgilerin gerçeklere dayanma düzeyi ve tutumların kalıcılık durumunu belirler. Bilgideki değişim tutumlarda da değişikliğe neden olur.

2) **Duygusal Öğe:** Kişinin önceki deneyimlerine bağlı olarak olay hakkında olumlu veya olumsuz duygulanım yaşaması, yaşadığı duygulanımın tutumda değişikliğe sebep olmasına neden olabilir. İnsan, genellikle amaçlarıyla bağdaştırdığı tutum konularına karşı olumlu duygulanır. İlgisini çekmeyen, isteklilik duymadığı tutum konularına olumsuz yaklaşır. Duygusal öğesi ağır basan bir tutumun değişiklik göstermesi zordur. Bireyin kişiliğini ve özbenliği ile alakalı konu ya da olaylara karşı tutumu çok daha duygu yüklü olduğundan değişmesi güçtür. Duygusal öğe, kişiden kişiye farklılaşan gerçeklerle ilişkilendirilse de gerçekle açıklanamayan hoşlanma veya hoşlanmama yönüdür. İnançlara bağlı olan heyecansal duygulanımların oluşturduğu duygusal öğe, olumlu veya olumsuz olana, istenen veya istenmeyene yönelik hedeflerle insan tepkilerini ilişkilendirmeyi sağlamaktadır.

3) **Davranışsal Öğe:** Belirli bir uyarıcı karşısındaki tutum konusuna yönelik davranış eğilimini ifade eden öğedir. Davranıştaki eğilimler sözle ya da gözleme vasıtasıyla tespit edilir. Sözlü veya eylemsel olarak duygu veya kanılara uygun harekete geçme yönelimi davranışsaldır.

Davranışsal öğeden bahsederken davranışı duygusal ve normantif davranış olarak iki türde incelemek gerekir. Duygusal davranış tutumların hoşa giden veya gitmeyen bir durumla bağdaştırılması sonucu meydana gelir. Kişinin inançlarının işaret ettiği inançlara dayanan normantif davranış ise doğru davranışın normlar,

küçük grup veya alt kültürlerin kişi üzerindeki etkileri sonucu oluşan davranışlardır. Kişi davranışı sorgulamadan isteyip istemediğini değerlendirmeden o davranışı gerçekleştirmektedir (Baysal ve Tekarslan, 2004: 301).

3.2.3.İnançlar

İnançlar, insanın en az iki şey ile ilgili sübjektif yargılarıdır (Blackwell, Miniard, Engel, 2006: 375). "Bireylerin kendi iç dünyalarının bir yönü ile ilgili algıların ve tanımların meydana getirdiği sürekli duygular ağı" olan inançların ortaya çıkmasında kişinin gözlemleri ve tecrübeleri, zekâsı, duyguları, sosyal yaşamı etken faktörlerdir (Şimşek, Çelik ve Akgemci, 2014: 57). Kişisel ilkelerin kaynağı olan inançlar; bilgi, kanaat, fikir ve imanı kapsayan, insan psikolojisinin devamlılığını gösteren kişinin iç dünyasını belirleyen psikolojik anlamda insanın vazgeçilmez bir olgusudur.

3.2.4. Değerler

Değerler, bireyin kendi kişiliği doğrultusunda yaşamındaki olguları önemseme düzeyi olarak ifade edilebilir. Birey kendi doğrularına göre karşı karşıya kaldığı olgular arasında önceliklendirme, kıyaslama ve değerleme yaparak genel amaçlarını belirler. Bu yolla, kişi öz değerlerine erişmiş olur. Değerlerin oluşumunda kişinin üyesi olduğu toplum ve etkileşimde bulunduğu çevre etkili olabilmektedir.

3.3. İstenmeyen Müşteri Davranışı Kavramı

Müşteri davranışı, "ürünlerin ve hizmetlerin temin edilmesi, tüketilmesi ve elden çıkarılmasına ilişkin süreçlere karar verilmesi ve bu süreçlerin öncesi ve sonrasını içeren eylemlerdir" (Engel, Blackwell ve Miniard, 1995: 4).

Birçok organizasyonun yönetiminde "müşteri tanrıdır" ve "müşteri her zaman haklıdır" felsefesi yaygındır. Bu çoğu firmada hüküm sürse de artık pazarlamacılar ve hizmet sunan şirketlerin müşterilerde sonuçlanan aktiviteler ve deneyimler kadar müşterilerin niyetlerine, baskın anlamda yararlandığı mantığa da odaklanması gerekmektedir. Öyle ki, objektif bakıldığında müşteriler birçok durumda haklı değildirler. Çoğu zaman müşteriler, "düşüncesiz" ve "içinde bulunduğu durumu kötüye kullanan" tavırlar sergilemektedirler (Lovelock, 2001: 73).

Müşteri ve işgören etkileşiminde sorun meydana getiren suistimal edici, kaba, uygunsuz olan alışılmışın dışında davranışlar "istenmeyen müşteri davranışları" olarak tanımlanmaktadır (Huang ve Miao, 2016: 657). İstenmeyen davranış, tüketim durumlarında genel olarak kabul edilmiş normların dışına çıkılarak tüketim düzenini bozacak şekilde sergilenen davranışlardır (Fullerton ve Punj, 1998: 394). "İstenmeyen" terimi, yanlışın aksine doğruların olduğunu belirten normları vurgulamaktadır. Normlar, davranışsal beklentilerle bağdaştırılmaktadır. Normlar, değişen ortamlarda davranışa ilişkin beklentiler üzerine kuruludur. Bu durum aslında bir güven şeklini yansıtmaktadır. Normların etkisindeki insanların belirli davranışların aksini sergilemeyeceği algısı aslında bir çeşit güvenin göstergesidir. Bu noktada sosyologlar "kişisel(şahsi) olmayan güven" olgusundan bahsetmektedir. Kişisel olmayan güven, kişinin şahsi olarak tanımadığı insanlara olan inancı olarak ifade edilmektedir. İstenmeyen davranışların, değişen ortamlarda var olan kişisel olmayan güvenin bozulmasına neden olduğu bilinmektedir (Fullerton ve Punj, 2004: 1241).

Alanyazında farklı yazarlar istenmeyen müşteri davranışı kavramını farklı şekillerde ifade etmişlerdir. Kavrama ilişkin farklı ifade ediş biçimlerine bakıldığında "olağandışı tüketici davranışı" (Lugosi, 2019; Reynolds ve Harris, 2006; Moschis ve Cox, 1989), "işlevsiz müşteri davranışı" (Harris ve Reynolds, 2003), "anormal tüketici davranışı" (Fullerton ve Punj, 1993), "nezaketsiz müşteriler" (Torres, Niekerk ve Orlowski, 2016), "problem müşteriler" (Bitner, Booms ve Mohr, 1994), "ahmak müşteriler" (Lovelock, 1994) ve "adaletsiz müşteriler" (Berry ve Seider, 2008; Huang ve Miao, 2016) vb. ifade şekillerine rastlanmaktadır. Nezaketten, mantıktan ve insanların haklarına saygıdan yoksun olan bu tür davranışlar eşitsizlik meydana getirerek örgütlere, çalışanlara ve bu tip davranışta bulunmayan diğer müşterilere de zarar vermektedir (Berry ve Seiders, 2008: 30).

Farklı araştırmacılar farklı ifade ediş şekilleri kullanmış olsa da, istenmeyen müşteri davranışının temelde net olan iki karakteristiği bulunmaktadır. Bunlardan ilki maruz kalınan davranışın müşteri tarafından gerçekleştirilmesi ve personelleri, organizasyonu veya diğer tüketicileri hedef almasıdır. İkincisiyse, isteyerek de istemeyerek de yapılabilen istenmeyen davranışlarla toplumsal normları ihlal etme, diğer müşterilerin benliğine ve kişiliğine zarar verme, onların çıkarlarını göz ardı etmedir. Bu müşterilerin hizmetlerden tatmin olmaması durumu, çevresel, bireysel

faktörler ve söz konusu davranışların negatif etkisi sebebiyle gerçekleşebilmektedir (Wen, Li ve Hou, 2016: 324).

Maalesef ki, müşteri kararları zaman zaman istenmeyen davranışa yol açabilmektedir. Müşterilerin sergiledikleri istenmeyen davranışlar, hizmet sağlayıcıları ve diğer müşteriler üzerine olumsuz yansımaktadır. Dahası, istenmeyen müşteri davranışının kontrol edilebilmesi güçtür. Öyle ki, bazen istenmeyen davranışta bulunan müşteriyi tespit etmek ve bunu kanıtlamak bile mümkün değildir. Hizmet sağlayıcısının yasal düzenlemeleri, yönetmelik ve talimatları her durumda müşterilerin istenmeyen davranışlarını engellemek için yeterli olamamaktadır. (Kabocik ve Marie, 2016: 121).

Tablo 8. Müşterilerin Karanlık Yüzünün Farklı İfade Edilişleri

Kavram	Tanım
Müşteri adaletsizliği (Rupp, McDance, Spencer ve Sonntag, 2008: 906)	Çalışanlara adaletsizce davranan müşterilerin davranışlarıdır.
Ahmak müşteriler (Lovelock, 1994)	Düşüncesiz veya art niyetli şekilde davranarak firmaya, çalışanlara ve diğer müşterilere problem yaratan müşterilerdir.
İstenmeyen davranış (Fullerton ve Punj, 1997: 336)	Müşteriler tarafından sergilenen, tüketim ortamlarında genel olarak kabul edilmiş normları ihlal ederek ortamdan beklenen düzeni bozan davranışsal eylemlerdir.
Problem müşteriler (Bitner, Booms ve Mohr, 1994)	Hizmet sunan tarafla, diğer müşterilerle, sektörel düzenlemeler ve kanunlarla işbirliğine yanaşmayan, hizmet sunan tarafa yardımcı olma konusunda isteksiz müşterilerdir.
Anormal müşteri davranışı (Fullerton ve Punj, 1993: 570)	Alışveriş ortamında genel olarak belirlenmiş normların dışında davranması sonucunda diğer müşteriler ve hizmet aldığı firma için adı kötüye çıkmış olan müşterilerin davranışlarıdır.
İşlevsiz müşteri davranışı (Harris ve	İsteyerek veya istemeden, alenen veya

Reynolds, 2003: 145)	gizlice hizmet sunumunun işlevselliğini bozacak davranışlardır.
Müşteri saldırganlığı (Grandey, Dickter ve Sin, 2004: 398)	Öfkeyle kurulan ve sosyal normları ihlal eden sözlü iletişimi ifade eder.
Müşteri şiddeti (Bishop, Korczynski ve Cohen, 2005:589)	Hizmet sunan kişinin kendi güvenliğinin tehdit altında olduğunu hissetmesine neden olacak her türlü davranıştır.
Olağandışı (sapkın) müşteri davranışı (Reynolds ve Harris, 2006: 95)	Müşterilerin, genel normları ihlal etmesine yönelik çoğunlukla kasıtlı olan davranışlarıdır.

Kaynak: (Aslan ve Kozak, 2012: 681)

Tüketim durumlarında genel olarak kabul edilmiş normların dışına çıkılarak tüketim düzenini bozacak şekilde sergilenen davranışlar istenmeyen davranış olarak kabul edilmektedir (Fullerton ve Punj, 1998: 394). Tüketim normları, tüketim davranışlarımızı yöneten ve yönlendiren gayri resmi kurallardır (Blackwell, Miniard ve Engel, 2006: 206). İşgörenin perspektifinden bakıldığında genel olarak kabul edilmiş normları ihlal ederek hizmet sunumunu olumsuz yönde etkileyen her davranış "istenmeyen" müşteri davranışıdır (Fullerton & Punj, 1993). Bu davranışlar zaman zaman önemi azımsanabilecek davranışlar olurken ciddi problemlere de yol açabilen davranışlar gözlemlenebilmektedir. Ayrıca, istenmeyen davranışlar genellikle istemli gerçekleşse bu davranışlar istem dışı da gerçekleşebilmektedirler (Henslin, 2003).

İstenmeyen müşteri davranışı tüketim deneyiminin yadsınamaz bir parçası olduğundan tüm tüketicilerin deneyimini dahi etkileyebilecek güçte bir olgudur. Bakıldığında, belki her tüketici zaman zaman istenmeyen davranış sergilemiştir ancak bu davranışlar diğer müşterilerden kötü etkilenim ve suistimal edilmenin etkisiyle de gerçekleşebilmektedir (Fullerton ve Punj: 1998: 394). Söz konusu davranışlar çalışanları olumsuz etkileyerek hizmet kalitesinde düşüş meydana getirmekte ve diğer müşterilerin de bu durumdan etkilenmesine neden olabilmektedir (Isin, Altintas ve Altintas: 2010: 70). Ayrıca, müşterilerin istismar edici kötü davranışları hizmet çalışanlarında stres yaratmaktadır. Karşılaşılan müşteri agresifliği ise oluşan negatif etkilenimler kontrol altına alınsa dahi duygusal anlamda uyumsuzluk oluşturmakta ve işin gerçekleştirilme aşamasında baskı doğurarak

çalışanın işine yönelik tutumlarını kötü yönde etkilemektedir (Goussinsky, 2011). Özellikle, müşteriyle birebir etkileşimde bulunan çalışanların, istenmeyen müşteri davranışlarıyla daha sık karşılaştığı ve bu durumun ön safha çalışanlarının iş yaşamlarında önemli bir stres kaynağı olduğu bilinmektedir. İstenmeyen davranışların oluşturduğu stres, ön safha çalışanlarının duygusal ve fiziksel bakımdan zindeliğini olumsuz etkileyebilmekte ve çalışanlarda moral çöküntüsünde yol açabilmektedir. Böyle etkilenimler, çalışanların müşteriler ile iletişimdeki mizacını dahi değiştirmektedir (Harris ve Daunt, 2013: 285).

Turizm sektöründen örnek vermek gerekirse, istenmeyen turist davranışları turizme kaynak teşkil eden etmenler üzerinde yıkıcı etkiye neden olmaktadır. Bu davranışlar, turistlerin turizm deneyimine engel teşkil eder nitelikte olduklarından organizasyonlar ve turizm sektöründe yapılan girişimler için kayıplar meydana getirmektedir (Li ve Chen, 2017: 152).

Doğrudan ve dolaylı olarak müşterilerin kötücül davranışlarının etkisi altında kalan üç taraf bulunmaktadır. Bunlar; müşteriyle direkt etkileşimde olan çalışanlar, diğer müşteriler ve işletmelerdir. Müşterilerin kötücül davranışları işletme ve çalışanları özelinde düşünüldüğünde meydana gelen sorun ve sonuçlar ciddiye alınması gereken boyutlardadır (Özdoğan ve Alkibay, 2007: 12).

Tablo 9. Müşteri ve İşgören Perspektifinden Müşteri Davranışı Tipolojisi

Müşteri Perspektifinden Araştırmalar	Tipoloji
Lovelock (1994)	Örgütün malına kasıtlı bir şekilde zarar veren "barbarlar"
	Hizmetin bedelini ödemeye niyeti olmayan "hırsızlar"
	Hizmet personeliyle ağız dalaşına giren veya personele karşı agresif tavırlar sergileyen "kavgacılar"
	Aile üyeleri ve diğer müşterilerle didişen "yarışmacı aileler"
	Gördükleri hizmetlerin parasal karşılığını ödeyemeyen "bedavacılar"
	Yazısız kurallara ve hizmet sunumu sürecindeki normlara uymayan "kural yıkıcılar"
	İnsaniyetli davranışlar sergileyen "sokulganlar"

Martin (1996)	Düzensiz, kötü kokan, kirli "pasaklılar"
	Diğer insanların haklarına veya hislerine saygı duymayan "saygısızlar"
	Zevksiz, patavatsız, nezaketsiz "kaba müşteriler"
Martin (1996)	Ani bir şekilde gergin davranışlar sergileyen ve haddinden fazla şiddet gösteren "şiddet eğilimliler"
	Kronik olarak memnuniyetsiz olan "tatminsizler"
	Zaman bilinciyle hareket eden, aceleci olmayan, "sakinler"
Grove and Fisk (1997)	Fiziki, sözlü ve diğer resmi ortam veya olaylarda aykırı davranan "resmi nezaket kurallarını ihlal edenler"
	Arkadaş canlısı veya tam aksi kişiler, ortamda gerçekleşen olaylara yol açan "sosyal müşteriler"
İşgören Perspektifinden	**Tipoloji**
Bitner vd. (1994)	Sarhoşlar Sözlü ve fiziki istismarcılar Şirketin politikalarını hiçe sayanlar Yardımlaşma yoksunları
Harris ve Reynolds (2004)	Şikayet dilekçesi yazanlar Mülkü suiistimal edenler Sözlü istismarcılar Fiziksel istismarcılar Hizmetkârlar Kindar müşteriler Seks avcıları

Kaynak: (Boo, Mattila ve Tan, 2013: 181)

Solomon (2010: 31-32) istenmeyen müşteri davranışını, davranışın karakteristikleri, mantıksal benzerlik ve davranışın özelliğine göre dört ana gruba ayırmaktadır. Bunlar:

a) Müşteri terörizmi: Müşteri terörizmi belirli bir markanın imajını yıkmak amacıyla hareket eden müşterilerin sebep olduğu bir olgudur. Böyle davranışlar yetersiz müşteri hizmeti veya memnuniyetsizliğe bir cevap olarak gerçekleştirilirler. Müşteri, böyle durumlarda websitelerinde, bloglarda vb. internet ortamlarında, akrabaları arasında, arkadaşları arasında açık bir şekilde ürün veya hizmetlerden duyduğu memnuniyetsizliği dile getirerek tatminsizliğini yaymak için çaba sarf eder.
b) Alışkanlıklar(Bağımlılık): Müşteri alışkanlığı/bağımlılığı, müşterinin ürün veya hizmetlere psikolojik ve fizyolojik olarak bağlanmış ve alışmış olmasıdır. Bu kapsama aşırı alkol tüketimi, uyuşturucu kullanımı vb. kötü alışkanlıkların yol açtığı istenmeyen aşırı, abartılı davranışlar girmektedir. Buna ilavetten, dürtü etkisiyle yapılan (zorlayıcı) tüketimler olarak ifade edilen baskı, kaygı, depresyon veya sıkılmışlığa deva olacağına inanılarak yapılan aşırı ve tekrar eden alışveriş yapma da müşteri alışkanlığı olarak görülmektedir. Çoğunlukla müşteri, düşük özgüveni sebebiyle, belirli bir sosyal düzeye erişme ve saygı görme isteğiyle bu tür alışveriş davranışları sergiler. Bu davranışlara turizm çerçevesinde örnekler vermek gerekirse, her şey dâhil konseptli otellerde yapılan ihtiyaçtan fazla ve aşırı olarak yapılan yiyecek ve içecek tüketimi, konaklama tesislerinde ücretsiz olarak bulundurulan hijyen ürünleri ve misafirliklerin müşteri tarafından toplanması örnek gösterilebilir.
c) Tükenmiş Müşteriler: Sadece ticari bir eşya olarak görülen çaresizliğine inanmış ve benimsemiş tüketicilerdir. Yasa dışı olan organ satışı, bebek satışı, taşıyıcı annelik vb. durumlar buna örnek gösterilebilir.
d) Müşteri Sahtekarlığı: Müşteriler, nadir de olsa bir ürünü almak yerine çalmaya karar verebilmektedir. Bunun nedeni her defasında farklı olabilir. Enteresan bir şekilde, müşterilerin gerçekleştirdiği hırsızlık vakaları sadece maddi zorluklar yaşadıkları için gerçekleşmeyebilmektedir. Öyle ki, ürün aşıran kişiler çoğu zaman heyecan arayan zengin insanlardır.

Tablo 10. İstenmeyen Müşteri Türleri ve İstenmeyen Müşteri Davranışları Tanımlamaları

İstenmeyen Müşteri Türleri		İstenmeyen Müşteri Davranışı Tanımlamaları
Lovelock ve Wirtz, 2010: 365-370	Hileciler/Dolandırıcılar	Hizmet politikalarını kötüye kullanan, açık arayan ve direk kişiye şikâyette bulunan veya yazıyla şikâyetini belirten tazminat vb. faydalar sağmak adına girişimde bulunan müşterilerdir.
	Hırsızlar	İstemli bir şekilde ürün veya hizmetleri çalan, olması gerekenden daha az ödeme yapmak için türlü kurnazlıklar yapan müşterilerdir.
	Kural Yıkıcılar	Hizmetin ödenmesi, deneyimlenmesi esnasında resmi bir şekilde belirtilmiş kuralları veya yazılı olmayan sosyal normları gözetmeyen müşterilerdir.
	Kavgacılar	Hizmet sunan personeli fiziksel anlamda tehdit eden, işgörene yönelik rencide edici davranışlar sergileyen ağzı bozuk müşterilerdir.
	Yarışmacı aileler	Kendi ailesinin üyeleriyle ve diğer müşterilerin aileleriyle tartışan kişilerdir.
	Barbarlar	Hizmetin sunulduğu ortam ve tesislerde fiziksel zarara sebep olan müşterilerdir.
	Bedavacılar	Mal veya hizmetlerin maddi karşılığını bütçe yoksunluğundan veya ödeme sürecinde aksaklık yaşanması sebebiyle ödeyemeyen müşterilerdir.
	Şikayet dilekçesi yazanlar	Hizmet telafisi politikalarından yararlanmak ve tazminat almak için çok az gerekçeyle veya hiç gerekçe olmadan yazılı olarak şikâyet eden kişilerdir.
		Kural tanımadıklarından, zararlı alışkanlıklara sahip olduklarından veya ortamdaki aşırı

Harris ve Reynolds (2004)	İstenmeyen müşteriler	davranışları nedeniyle diğer insanların deneyimlerini kötü etkileyen müşterilerdir.
	Mülkü suiistimal edenler	"eğlenme" veya "yarışma" güdüsüyle hizmet ortamındaki fiziksel eşyalara zarar veren müşterilerdir.
	Sözlü istismarcılar	Kendi egosunu beslemek veya maddi çıkarları için hizmet personeline karşı rencide edici, incitici sözler söyleyen müşterilerdir.
	Fiziksel istismarcılar	Direkt olarak hizmet sunan personele yönelik fiziksel şiddete varan kaba ve agresif davranışlar sergileyen ve bunu ego tatmini veya maddi kazanç elde etmek adına yapan kişilerdir.
	Hizmetkârlar	Geçmişte ve günümüzdeki sektörel müşteri deneyimleri sayesinde ürün veya hizmetler hakkında fazlaca bilgiye sahip olan, edindikleri tecrübeyi bedava ekstralar kazanabilmek adına işlevsiz bir şekilde ürün ve hizmete müdahale etmeye çalışan kişilerdir.
	Kindar müşteriler	Kendi suçlarını ve hatalarını sahada hizmet sunan personele yıkmak isteyen, kasıtlı olarak ön saha personeli veya organizasyon ile ilgili olumsuz söylemler yayan, intikam güdüsüyle davranan müşterilerdir.
	Seks avcıları	Kendi arzularını tatmin etmek için sahada görevli personeli sözlü ve fiziki olarak taciz eden kişilerdir.

Kaynak: (Lugosi, 2019: 87)

Müşterilerin kötü davranışları yalnızca diğer müşterilerin hizmetten edindikleri deneyime değil aynı zamanda organizasyon yönetimine ve özellikle

personelin zihinsel ve fiziksel sağlığına büyük zarar vererek negatif yansımalar meydana getirmektedir (Fullerton ve Punj, 1993).

Aslan ve Kozak (2012) çalışmalarında otel çalışanlarının deneyimlediği, şahit olduğu veya işittiği istenmeyen davranışları; misafirlerin kabalıkları, işgrörenlere bağırması, dalga geçmesi, aşağılaması, cinsel tacizle suçlaması, hırsızlık, iş ortamında bulunan tehlikeli materyallerle fiziki saldırı, sözlü taciz vb. davranışlar olarak belirlemişlerdir. Ayrıca, çalışma sonuçlarına genel olarak bakıldığında her ne kadar bazı işgörenler ciddi istenmeyen davranışlarla karşılaşsa da otel müşterilerinin sebep olduğu istenmeyen davranışların büyük kısmının sözlü kaba davranışlar olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların etkilenimi açısından bakıldığındaysa söz konusu davranışların çalışanların moral ve motivasyonunda düşüş meydana getirdiği ve duygusal emek bakımından çalışanları zorladığı görülmüştür. Otelcilik sektöründe tükenmişliğin yaygın olduğu bilinmektedir. Müşterilerin istenmeyen davranışları çalışanların tükenmişlik nedenlerinden biri olabilir (Aslan ve Kozak, 2012: 693).

3.3.1. İstenmeyen Müşteri Davranışının Öncülleri

Davranışların ortaya çıkmasına sebep olan, davranışların arka planında yatan nedenler, kişiyi davrandığı şekilde davranmaya yönelik güdüleyen gerekçeler davranış öncülleri olarak tanımlanmaktadır.

Bir davranışın öncüllerini anlayabilmek için davranışın "ne zaman gerçekleştiği", davranış esnasında "çevrede kimlerin olduğu" ve davranışın "hangi durumlarda" oluştuğunu bilmek gereklidir. Davranışın sebep olduğu sonuçlar ise "davranış sonrasında ne oldu?" "nasıl bir his meydana geldi? gibi sorular yöneltilerek öğrenilebilir. Bir davranışın sonuçlarının keşif edilmesi ve sonuçların belirlenmesi davranışların gerçekleşme amacına dair fikir verir ve davranışın "işlevini" ortaya koyar. Bu nedenledir ki davranış analizinde davranış işlevi üzerinden sonuçların anlamlandırılması önemli yer tutmaktadır (Yavuz ve Alptekin, 2017: 92).

Literatürde konuya ilişkin çalışmaları inceleyen Fullerton ve Punj (1998) istenmeyen müşteri davranışının 7 ana nedenle gerçekleştiğini öne sürmektedir. Müşterileri istenmeyen davranışlara yönelten bu 7 güdü şöyle sıralanmaktadır (Fullerton ve Punj 1998: 399-402):

Karşılanamamış Arzular: Yasalara uyarak, meşru davranarak karşılanamamış maddesel ihtiyaçlar müşterileri hilekarlığa yöneltebilmektedir.

Olağandışı (sapkın) Heyecan Arayışı: Bazı müşteriler için kötü davranışlar sergileyerek uygunsuzca hareketlerde bulunmak heyecan verici bir deneyimdir. Burada yakalanma veya tepki görme olasılığının yansıttığı gerginlik müşterinin ilgisini çeker. Özellikle yalnız müşteriler hayatlarına heyecan katmak adına istenmeyen davranışlara yönelebilmektedirler.

Ahlaki Kısıtlamanın Bulunmayışı: Bu unsur, normal ve istenmeyen davranış sergileyen müşteriler arasındaki farkı yansıtmada önemlidir. İki müşteri türü de aynı uyarıcılara maruz kalmasına rağmen normal müşteriler algıladıkları ahlaki kısıtlamaların etkisiyle istenmeyen davranışlara yönelmezken, bu durum istenmeyen davranışlar sergileyen müşteriler için tam tersidir. Bu tür davranışlar sergileyen müşterilerin yanlış olana yönelik çekinme tavrı ve yanlışı anlama algısı yoktur. Bu kişilerin büyük çoğunluğu ahlaki sorumluluk ve vicdandan yoksun kişiler olabilmektedir.

Farklı Topluluk: Daha büyük topluluklara nazaran küçük topluluklarda ve gruplarda istenmeyen davranış topluluğun kimliğini yansıtan, bir başlatma ritüeli olarak görülebilmektedir. Grubun kendi içerisindeki etkileşimi, istenmeyen davranışları onlar adına mantıklı ve anlaşılabilir kılabilmektedir. Bu tür anlayış genellikle ergenlik çağındaki müşterilerde görülmektedir.

Ayrık Toplumsallaşma: Bazen, ürün ve hizmetleri pazarlayan kurumlar müşterilerde istenmeyen davranışlara yol açacak olumsuz duygulanımlara sebep olabilmektedir. Müşteriler genel olarak küçük işletmeleri değil de daha çok büyük işletmeleri kandırmaya eğilimlidirler. Müşteriler adaletsiz davranışlarını büyük işletmelere daha çok sergilemektedirler. Öyle ki, sosyal mesafe teorisinin de belirtiği üzere alıcı ve satıcı arasındaki sosyal mesafe arttıkça müşterilerin nahoş ve istenmeyen davranışları da artmaktadır. Kimi zamansa müşteriler yalnızca karşılaştıkları adaletsizliklere bir tepki olarak istenmeyen davranışlarda bulunmaktadırlar.

Tahrik Edici Durumsal Etkenler: Bazı durumlar ise müşteriyi istenmeyen davranışa sevk edecek kadar kuvvetli tetikleyicilere dönüşmektedir. Aşırı kalabalık

ortam, katlanılamayacak düzeydeki sıcaklık, gürültü vb. durumlar müşteriler ve çalışanlar arasında agresifleşmeye sebep olabilmektedir.

Fırsatçılık Hesabı: Kötü davranışların ödüllendirilebilme ihtimali yüzünden müşteri risk alıp istenmeyen davranışlar sergileyebilmektedir. Bu durumda müşteri istenmeyen davranışın ona nelere mal olabileceğini düşünse de aslında elde edeceği yararlara odaklanmış vaziyettedir. Müşteri, planlı ve hesaplı bir şekilde kendi çıkarına yararlar edinmeye yönelik fırsatları kollamaktadır.

Müşterileri istenmeyen davranışlara yönelten güdüleri, Daunt ve Harris, (2012: 294-295) ise maddi çıkar elde etme, ego besleme, güdüler arası değişiklik, intikam güdüleri olmak üzere 4 farklı etken dahilinde incelemişlerdir. Daunt ve Harris'in (2012: 294-295) söz konusu çalışmalarında değindikleri müşterileri istenmeyen davranışlara sevk eden güdüler şöyle sıralanmaktadır:

Maddi Çıkar Elde Etme: Genellikle müşterileri çalma, aşırma vb. hırsızlık vakalarına iten ihtiyaç duyma, açgözlü olma vb. duygu durumlarıdır. Bu gibi olaylarda müşterilerin temel güdüsü maddi bir kazanç elde etmektir.

Ego Besleme: Müşteriler istenmeyen davranışları, kimi zaman kişinin kendini beğenme, özsaygı duyma ihtiyaçları ile desteklenmiş bir şekilde yalnızca ego tatmini için sergilenmektedir. Özellikle müşterilerin sergiledikleri cinsel sapkınlığa yönelik taciz davranışları, karşı cinsi kullanma vb. davranışlar kişinin egosunu beslemesi amacıyladır.

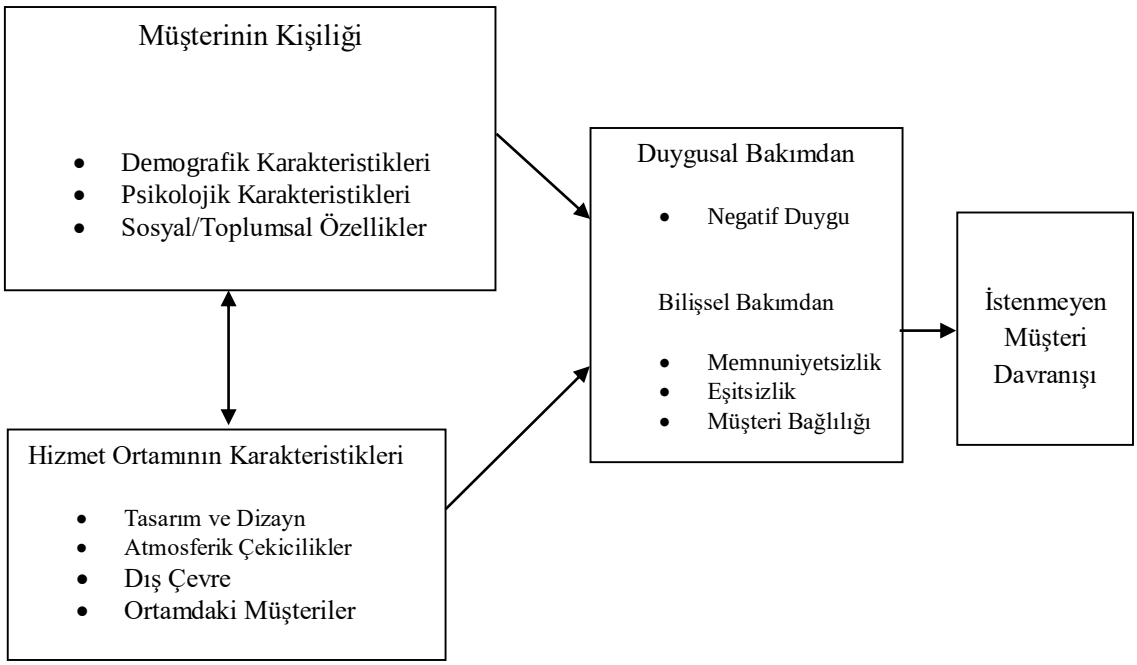
Güdüler Arası Değişiklik: Geçmişte yapılan araştırmalar genellikle istenmeyen davranışların maddi, ego ve intikama ilişkin kazanımlar elde etmeye yönelik gerçekleştiğini göstermektedir. Kişilik, hizmet ortamı, durum veya olay, demografik değişkenler gibi değişkenlerin arasındaki etkileşimler ve değişimler de istenmeyen davranışlara yönlendirebilen etkenler olarak görülebilmektedir. Kişiliği, Makyavelizm özellikleri, agresiflik, duygu/hislenme arayışı, müşteri yabancılaşması ve özsaygı gibi unsurlar da istenmeyen müşteri davranışlarını anlayabilmede altı çizilmesi gereken önemli hususlardır.

İntikam Güdüleri: Burada intikam güdüsünden kast edilen, müşterinin örgüt veya direkt olarak örgüt personelinden öç alma girişiminde bulunma isteğidir. Sözlü ve fiziksel olarak yansıyan istenmeyen müşteri davranışları çoğunlukla müşterinin misillemede bulunmaya, yaşanmış bir şeye karşılık vermeye ihtiyaç duymasıyla

gerçekleşir. Müşteri, karşılaştığı haksızlıklar ve sorunlarla zihinsel olarak dolar ve bunlara sebep olan hedefinden sebep olduklarının acısını çıkarmak, cezalandırmak amacıyla intikam davranışları sergiler.

Wilkes (1978) müşterilerin istenmeyen davranışlar sergilemesinin bir nedeninin de müşterinin ürün veya hizmet aldığı organizasyonun böyle davranışları hak ettiğini düşünmesi olduğunu belirtmektedir. Bu düşünceyle davranışlar sergileyen müşteriler, yaptıklarının yasa, kural veya norm dışı olup olmadığını hesaba katmadan hareket ederler. Müşterilerin istenmeyen davranışlarına, yeterince eğitilmemiş işgören, ihmalkârlık ve umursamazlık yol açabilmektedir.

Şekil 3. İstenmeyen Müşteri Davranışı Çerçevesi



Kaynak: (Fan, Ma, Liu ve Hao, 2012: 187)

(Fan vd. 2012) tüketicilerin istenmeyen davranışlar sergilemesinin nedenlerini anlama ve tüketicileri bu tip davranışlara sevk eden öncülleri ilişki-etkileşim bakımından belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında alanyazın doğrultusunda Şekil 3'teki istenmeyen müşteri davranışı çerçevesini belirlemişlerdir. Buna göre, hizmet ortamının karakteristikleri, müşterinin kişilik özellikleri, kişilerin duygusal perspektiflerinin istenmeyen müşteri davranışlarının öncülleri olduğunu ileri sürmüşlerdir. Daunt ve Harris (2012) ise bu davranışların

ego kazanımı, intikam, maddi kazanım ve çeşitli değişik güdüleyiciler (kişilik, agresiflik, duygu arayışı, özsaygı vb.) nedeniyle meydana geldiğini ifade etmişlerdir.

Öncül davranışın ortaya çıkmasına yol açarken, öncülün ve neden olduğu davranışın yansıması olan sonuçsa davranış sonrasında gözüken ve davranış sonrası kişiye ve bulunduğu çevreye yansıyanlardır. Öncül-davranış-sonuç ekseni bu doğrultuda gerçekleşmektedir. Davranışlar pekiştirildiğinde daha fazla ortaya çıkma özelliği gösterirler. Bu durum cezalandırılan davranışlar içinse tam tersidir. Öyle ki, cezalandırılan davranışlar daha az tekrarlanmaktadırlar. Bu bağlamda, davranışların ardındaki öncüllere ilişkin bilgi edinilmesi önem arz etmektedir (Erbaş ve Özkan, 2017: 24-542).

Müşterinin tavrı, ahlak düzeyi, kişilik özellikleri gibi faktörler beraberinde müşterinin kişilik karakteristiklerindeki farklılıklar ve psikolojisindeki değişimler istenmeyen davranışların uyarıcısı olabilmektedir (Fullerton ve Punj, 2004).

Müşterilerin istenmeyen davranışlar sergilemesinin altında yatan sebepler çok karmaşık yapıda olabilmektedir. Bu hususta, söz konusu davranışların oluşabilmesi için birçok faktörün bir araya gelmesi gerekebildiği gibi tek bir etken de müşteriyi istenmeyen davranışa sevk edebilir. Kişi bu anlamda, sergileyeceği istenmeyen davranış için kendi gerekçelerine sahiptir. Bu gerekçeler, kimi zaman farkedilme, dikkat çekme, diğerlerinden üstün hissetme vb. egosal gerekçeler olabildiği gibi yanlışlanan bir şeye tepki gösterme, memnuniyetsiz olma hissinin yansıması, çıkar sağlayabilme şansını değerlendirme çabası, fiziksel olarak bulunulan ortamdan rahatsızlık, yaşanan ve kötü hissedilen bir durumun rövanşını almaya çalışma vb. gerekçeler olabilmektedir.

Sözel ve fiziksel olarak kötü niyet doğrultusunda gerçekleşen ve şiddet barındıran istenmeyen davranışlar genellikle müşteri-çalışan ilişkisinden, direkt olarak çalışanlardan, veya işletmenin kendi sistemlerinden kaynaklanan sorunlar sebebiyle oluşmaktadır. Özellikle hizmet sektöründe karşılaşılan çetin rekabet ortamı, müşteriler ile direkt temasta bulunan çalışanlara olumsuz yansımaktadır. Bilindiği üzere, müşterinin yaşadığı problemi direkt ve en kısa sürede aktarabileceği kişi işletme adına ilk temas kurulan kişi olmaktadır. Müşteriler, haklı olarak karşılaştıkları sorunlarda ön sahada görev yapan çalışanları muhatap olarak görmektedir. Bu noktada karşılaşılan problemin boyutu veya müşteri-çalışan

ilişkilerinin olması gereken düzeyin uzağında kalması müşterileri saldırgan davranışlar sergilemeye yönelik güdüleyebilmektedir (Kavi ve Ceylan, 2016: 107). Saldırgan müşteriler karşısında işgörenin hislerini kontrol edebilmesi ve örgütün beklentileri doğrultusunda hareket ederek beklentiler doğrultusunda davranması oldukça zorlayıcı olabilmektedir. Hizmet sunan kişi kendisine karşı tehtidkar davranıldığında, nahoş tavırlar veya hoş olmayan durumlarla karşılaştığında sinirini ve öfkesini gizleme çabası içerisine girebilmektedir. Özellikle bu durum tehtidkar davranışlarla karşılaşıldığında mümkün olabilmektedir (Yalçın, 2018: 1061).

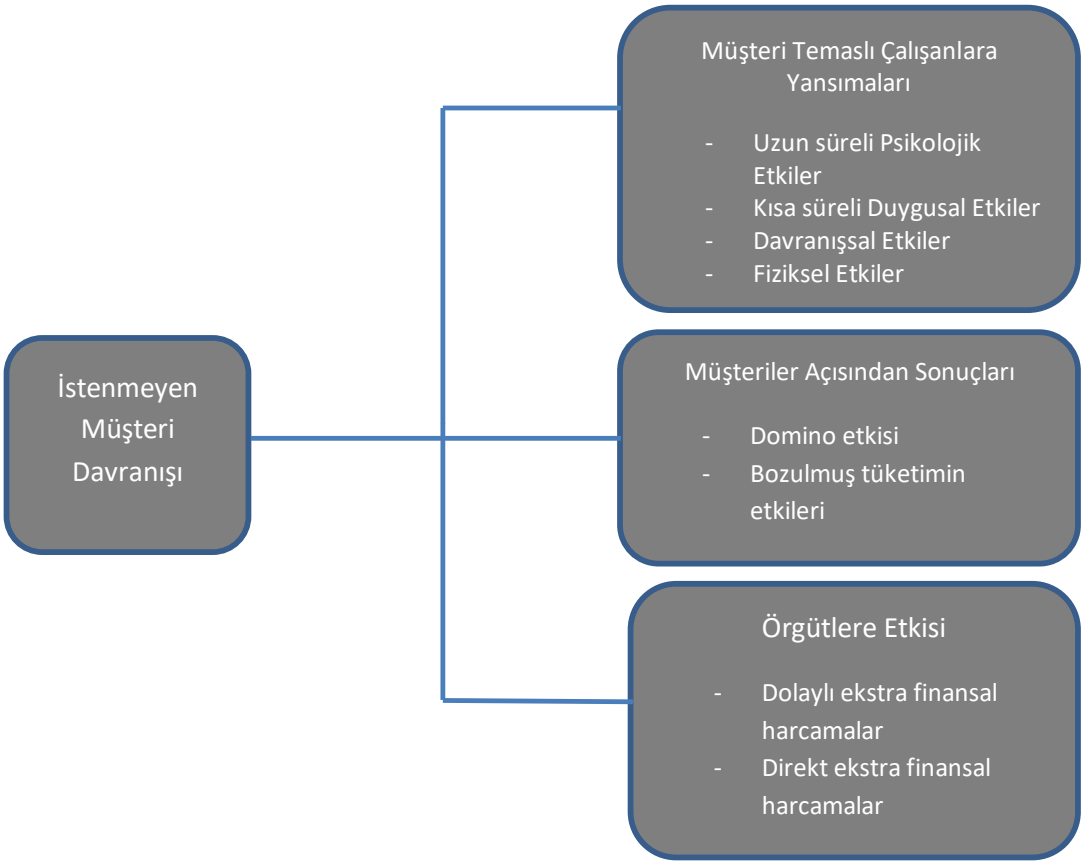
İstenmeyen turist davranışlarını araştıran birçok çalışma bu davranışların ardındaki öncülleri anlamaya odaklanmıştır. Bazı turistler için turizm yalnızca bir boş zaman aktivitesi olarak görülse de gösteriş yapma ve kibirlilik ihtiyacını bilinç dışı bir şekilde karşılayan olgudur. Öyle ki, seyahat deneyimi turistlere başkalarının gözü önünde gösteriş yapma (gezilen yerler, gidilen yerlerin fotoğraflanması vb.) olanağı sağlamaktadır. Bu doğrultuda birçok araştırmacı gösterişin istenmeyen davranışlara neden olabildiğini belirtmişlerdir. Turistlerin gösteriş gereksinimlerini giderme ihtiyaçları istenmeyen turist davranışlarına yol açabilmektedir. Turistlerin davranışlarının altında yatan birçok psikolojik faktör bulunsa da gösteriş (kibirlilik) turistlerin ne istedikleri sorusuna yanıt olabilecek önemli bir faktördür. Kişinin bir seyahat için belirli bir miktar para harcamış olması o seyahat esnasında kişide güçlülük hissini yani kuvvetli biri olduğu duygusunu meydana getirir. Yapılan harcama ve güçlülük duygusu turistleri istenmeyen davranışlara sevk etmede önemlidir. Yine de turistlerin tamamı seyahatleri için ödeme yapmış olsalar da turistlerin tümü istenmeyen davranışlar sergilememektedir. Tek başına para harcamış olmak turistleri istenmeyen davranışlara yöneltemez. Bu noktada başka etkenlerden de söz edilmesi gerekmektedir (Li ve Chen, 2017: 153).

Para olgusu üzerinden konuya turizm perspektifiyle yaklaşmak gerekirse, bilindiği üzere turistler genellikle tura katılabilmek için para öderler. Bir bakıma, para güç hissini oluşturan bir faktördür. Bir seyahat için para harcamış olmak o seyahat esnasında hesapsızca ve özgürce davranma duygusunu meydana getirebilmektedir. Bu durum turistlerin negatif davranışlar sergilemesine yol açabilmektedir. Elbette ki, seyahati için para ödemiş olan her turist sırf bu sebepten istenmeyen davranışlar sergilemez. Bu noktada, turistleri gösteriş yapma ihtiyacı gibi

istenmeyen davranışlara yönelten farklı güdü faktörleri bulunmaktadır (Li ve Chen, 2017: 153-154).

Şekil 4'te İstenmeyen müşteri davranışlarının ön safha çalışanlarına, müşterilere yansımaları ve örgütlere etkisine değinilmektedir.

Şekil 4. İstenmeyen Müşteri Davranışlarının Sonuçları

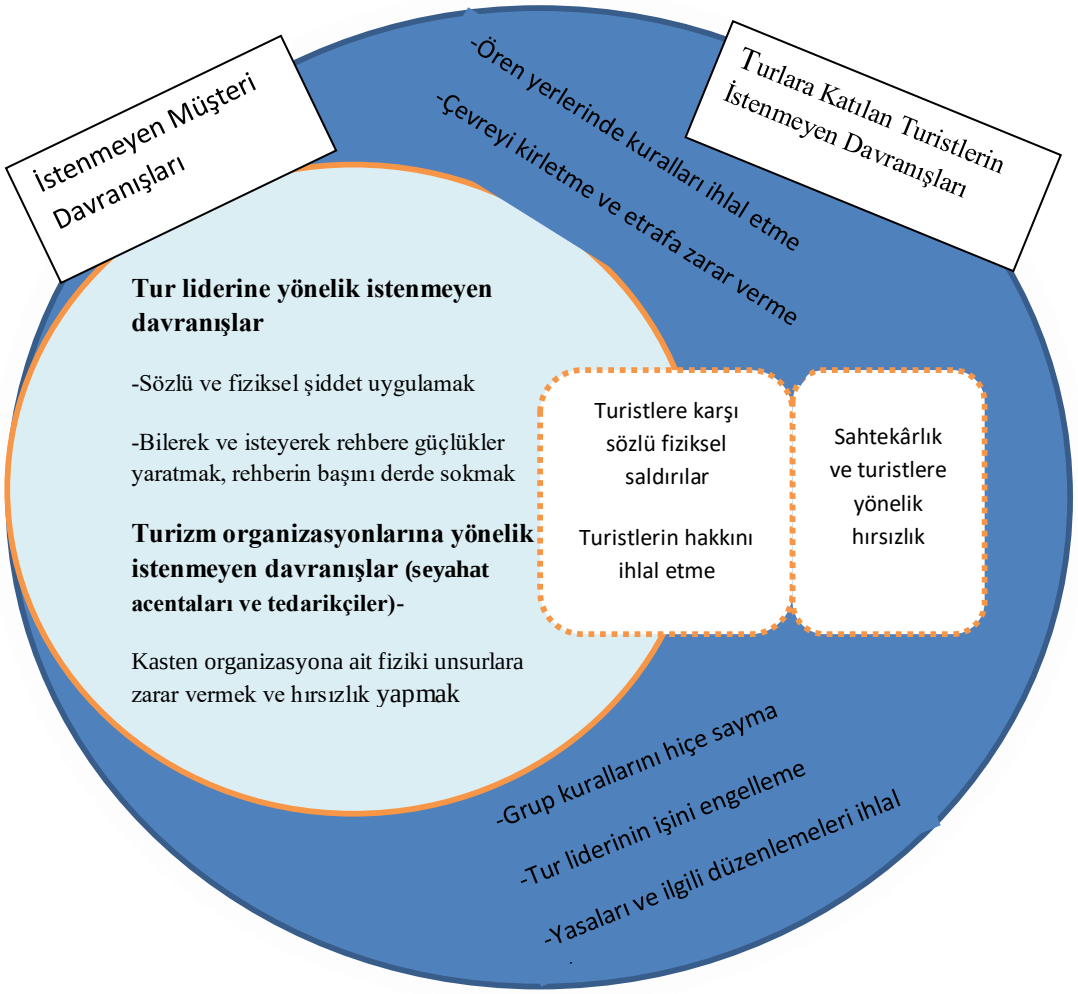


Kaynak: (Harris ve Reynolds, 2003: 150)

Şekil 4 bağlamında, özellikle görevi gereği müşteriyle sıkça iletişim kurmak durumunda olan ön safha çalışanlarında istenmeyen müşteri davranışlarının uzun süreli psikolojik, kısa süreliyse duygusal etkilere sebep olduğu buna ilaveten kişide davranışsal değişimlere yol açtığı ve fiziksel anlamda da zarar verebildiği söylenebilir. Bunun yanı sıra, müşteriler açısından istenmeyen davranışların sonuçlarına bakmak gerekirse, söz konusu davranışlar diğer müşteriler arasında yayılan bir etki meydana getirdiğinden ve tüketim ortamının bozulmasıyla müşteriler istenen deneyime ulaşılamadıklarından tatminsiz bir durum yaratmaktadır. Örgütler açısındansa, istenmeyen müşteri davranışları yaşanılan aksilikleri telafi edebilmek adına yapılacak direkt ve dolaylı ek harcamalar anlamına gelmektedir.

Hizmet sunumu esnasında istenmeyen müşteri davranışıyla karşı karşıya kalan işgörenler genellikle organizasyona yönelik memnuniyetsizliklerini dile getirip, organizasyonla ilgili serzenişte bulunurlar ve meydana gelen olumsuzlukla ilgili organizasyonu suçlarlar. Bu davranışların işgören üzerindeki sonuçları kişinin sorumluluk algısında düşüklük, hizmette kusurluluk, itaatsizlik vb. şeklinde de gözlenebilmektedir (Wen, Li ve Hou, 2016: 325).

Şekil 5. Genel Müşteriler ve Tur Üyesi Turistler Arasındaki İstenmeyen Davranış Farklılıkları



Kaynak: (Tsaur, Cheng ve Hong, 2019: 42)

Turizm sektöründe genel müşteriler ve turlara katılan turistlerin istenmeyen davranışları arasında bir takım farklılıklar görülebilmektedir. Turlara katılım gösteren turistlerin sergiledikleri istenmeyen davranışlar arasında ören yerlerindeki kuralları yok sayma, çevreyi kirletme ve bulunduğu etrafa zarar verme, turist grubunun kurallarını göz ardı etme, tura liderlik eden personelin işine engel olma, yasal düzenlemelere ilişkin uygulamaları ihlal etme vb. davranışlar ön plana

çıkmaktadır. Ayrıca, rehber kişi özelinde bakıldığında turistlerin rehber kişisine yönelik sözlü ve fiziki şiddet uygulaması bunun yanı sıra rehberi güç durumlara sokma çabası içerisine girmesi de bilinen davranışlar arasındadır.

Turistler, belki de memnuniyetsizliklerinin etkisiyle kasıtlı olarak organizasyona zarar verme çabası içerisine girebilmektedir. Bu noktada, turistler organizasyonun fiziki unsurlarını hedef almaktadırlar. Öyle ki, organizasyona ait fiziki unsurların turistler tarafından çalınması ile bile karşılaşabilmektedir.

Olguya turistlerin perspektifinden bakıldığında turistlerin de sözlü ve fiziki şiddete maruz kalabildiği, zaman zaman kandırılmak istendiği, haklarının gasp edilmesiyle karşı karşıya kalabildiği, hırsızlık mağduru olabildiği bilinmektedir.

3.3.2. İstenmeyen Müşteri Davranışına İlişkin Alanyazın

İstenmeyen müşteri davranışları kısmen yeni bir araştırma sahası olarak son zamanlarda giderek artan bir şekilde akademinin ilgisini çekmektedir (Fisk, Grove, Harris, Keeffe, Daunt, Russell-Bennet ve Wirtz, 2010: 418).

(Kim 2012) nezaketsiz ve agresif müşteri davranışlarının iş stresi ve iş performansına etkisini belirlemeye yönelik gerçekleştirdiği çalışmasında konuklarla direk temasta bulunan 210 hizmet çalışanına (restorant, otel, tema park çalışanları vb.) anket soruları yöneltmiştir. Araştırma sonucunda agresif ve nezaketsiz müşteri davranışlarının çalışanlarda iş stresine yol açtığını ve dolaylı olarak çalışanların iş tatminini etkilediğini belirlemiştir. Güler, Dalgıç ve Kadıoğlu (2017) otel çalışanlarının istenmeyen müşteri davranışları algısı ve bu davranışlar ile başa çıkma stratejilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarında, en sık karşılaşılan istenmeyen turist davranışlarının saygısızlık, hakaret etme, karşıdakini küçümseme, sorunlu üslup, hakkı olandan fazlasını adil olmayan biçimde almaya çalışma ve sarkıntılık olarak tespit etmişlerdir. Buna ek olarak, araştırma bulgularına bakıldığında çalışanların büyük kısmının bu tür davranışlarla başa çıkmada yönetici desteğine başvurma, bireysel iletişim yoluyla çözüm arama ve ikramda bulunma vb. uygulamalar gerçekleştirdiği bir kısmının ise müşterilerle ilgilenmeyi bırakma, müşterilerin konuşmalarını umursamama, boykot etme, intikam alma, hizmeti yavaşlatma gibi davranışlara sığındığı belirlenmiştir. Aslan ve Kozak (2012) ise resort otel çalışanlarının karşılaştıkları istenmeyen turist davranışlarını keşfetmek

amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmalarında konukların işgörenlere bağırması, işgörenlerle dalga geçmesi, işgörenleri aşağılaması ve işgörenlere yönelik cinsel tacizde bulunması, cinsel tacizle suçlaması, hırsızlık yapması ve fiziksel şiddet uygulaması vb. davranışların konuk turistler tarafından sergilendiğini belirlemişlerdir. Kim, Ro, Hutchinson ve Kwun (2014) müşteriler tarafından sergilenen istenmeyen davranışların personelin iş tatmin düzeyinde azalmaya yol açtığını ve ön safha çalışanlarında gerçekleşen bu durumun iş stresinden ileri gelmekte olduğunu belirlemişlerdir (Kim, Ro, Hutchinson ve Kwun, 2014'den aktaran Torres vd. 2016).

Li ve Chen (2017) gerçekleştirdikleri araştırmalarında turistlerin parayı güç unsuru olarak algılamasının turistlerin istenmeyen davranışlarda bulunmasına yol açtığını belirlemişlerdir. Ayrıca, turistlerde gösterişte bulunmanın istenmeyen turist davranışıyla ilişkisi saptanmıştır. Bu anlamda gösteriş, paranın turistler tarafından güç olarak algılanmasının yıkıcı etkisini hafifleten bir unsur olarak görülmüştür.

Harris ve Reynols (2003) istenmeyen davranışların sonuçlarını incelemek adına gerçekleştirdikleri araştırmalarında otel, restoran, bar çalışanları, yöneticiler ve müşteriler (46 ön saha çalışanı, 31 yönetici, 29 müşteri) ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirmişlerdir. İstenmeyen müşteri davranışlarının ön saha çalışanlarının %93'ünün duygu durumlarının olumsuz etkilendiği belirlenmiştir. Ayrıca, araştırma verileri doğrultusunda istenmeyen müşteri davranışlarının çalışanlar üzerindeki etkilerini uzun süreli psikolojik, kısa süreli duygusal, davranışsal ve fiziksel etkileri olduğu görülmüştür. İstenmeyen müşteri davranışlarının uzun süreli psikolojik etkileri; çalışanların öznel iyi oluşuna kötü etki, hisleri bastırarak aşağılanmaya dayanmanın getirdiği stres ve stresin verdiği rahatsızlık olarak betimlenirken, kısa süreli duygusal etkilerin ise; tehdit edici, engelleyici, agresif veya rahatsız edici davranışların çalışanların ruh halini ve moralini kötü yönde etkilediği, söz konusu davranışları pasifleştirmek ve durumu idare etmek adına çalışanların asıl duygularını rol yaparak gizlediği ve hissettiğinden farklı davranarak duygusal emek harcadığı belirlenmiştir. İstenmeyen müşteri davranışları ile karşılaşan çalışanların moral ve motivasyonunun düştüğü saptanmıştır.

Tsaur, Cheng ve Hong (2019) paket turlarda istenmeyen turist davranışlarını tespit etmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında toplam 147 vakanın %21.2 gibi önemli sayılabilecek bir oranını turist rehberlerine ilişkin istenmeyen

davranışların oluşturduğunu keşfetmişlerdir. Bunun yanı sıra, araştırma bulguları doğrultusunda rehberlere yönelik istenmeyen turist davranışlarını sözlü ve fiziki şiddet ve turist rehberini kasten güç durumda bırakmak ana temaları altında incelemişlerdir. Sözlü ve fiziki şiddet vakalarını oluşturan davranışları; rehberin iyi niyetini suistimal etmek, cinsel taciz ve dalga geçmek olarak nitelendirirken rehberi kasıtlı şekilde zor durumda bırakma davranışlarına ilişkin eylemleri ise rehberi aşırı biçimde yermek, art niyetle rehbere güçlük oluşturmak, rehberin profesyonelliğini sorgulamak olarak belirlemişlerdir. Buna ek olarak, turist rehberinden memnun olmayan kişilerin özellikle turist rehberine ilişkin turistler arasındaki algıyı olumsuz etkilemek adına rehberi turistlerin gözünde küçük düşürecek yanlış söylemler yaydığını ve bu durumun rehberin saygınlığına ve profesyonelliğine yönelik algıları olumsuz etkileyebileceğini eklemişlerdir.

4.BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ ve BULGULAR

4.1. Araştırma Metodolojisi

Araştırmada, nitel bir araştırma deseni olan Fenomenoloji (olgubilim) yaklaşımı izlenmiştir. Fenomenoloji kişinin dünyasının araştırılmasını konu edinir. Fenomenolojinin odak noktası daima kişisel deneyimlerdir. Araştırmacı, bu doğrultuda katılımcılarının öznel deneyimleriyle ilgilenmektedir. Fenomenolojik yaklaşım izleyen araştırmalarda bireylerin olayları nasıl anlamlandırdığına ve olayları nasıl algıladığına bakılmaktadır (Baş ve Akturan, 2017: 86). Bireysel tecrübelerin betimlendiği, tecrübelerin özüne ulaşmayı hedefleyen, felsefe ve psikolojik temelli bir araştırma deseni olarak fenomenoloji genellikle görüşmeler vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir (Giorgi, 2009; Moustakas, 1994'ten aktaran Creswell, 2013: 14).

Araştırmada, görüşme yönteminden ve kritik olay tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme "önceden belirlenmiş ve ciddi bir amaç için yapılan, soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı karşılıklı ve etkileşimli bir iletişim süreci" olarak tanımlanmaktadır (Steward ve Cash, 1985: 7). İnsanların çevresindeki yaşamı, dünyayı ve karşılaştıkları olayları nasıl anlamlandırdığını bilebilmek, gözlemi pek mümkün olmayan davranışları ve duyguları öğrenebilmek için görüşme yöntemi gerekli görülmektedir (Merriam, 2018: 86). Görüşmenin amacı, bir bireyin iç dünyasına girmek ve onun bakış açısını anlamaktır (Patton, 1987: 109). Görüşme yoluyla, deneyimler, tutumlar, düşünceler, niyetler, yorumlar ve zihinsel algılar ve tepkiler gibi gözlenemeyen hususlar anlamaya çalışılır. Bu süreçte, sorulan sorulara, karşı tarafın rahat dürüst ve doğru bir şekilde tepkide bulunmasını sağlamak görüşmecinin temel görevidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 148). Görüşme tekniğinden yararlanmanın temel amacı bir hipotezi test etmek yerine insanların deneyimlerini ve bu deneyimlerini anlamlandırma şekillerini tespit etmeye çalışmaktır. Bu tür araştırmalarda katılımcıların deneyimleriyle ilgili betimlemeleri ve düşünceleri odaklanan asıl noktadır (Seidman, 1991: 3).

Kritik olay tekniği ise, katılımcı tarafından belirlenen önemli olay, süreç veya sorunların incelenmesini, yönetilme şeklini ve algılanan etkiler bakımından sonuçlarını anlamlandırmayı kolaylaştırmayı sağlayan nitel bir görüşme prosedürüdür. Amaç, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal unsurları göz önünde bulundurarak olayı bireyin perspektifinden anlamaktır (Chell, 1998: 56). Müşterilerin, çalışanların kritik olarak nitelendirilebilecek deneyimlere yönelik tepkilerinin ve algılarının değerlendirildiği bir yöntem olan kritik olay tekniği, insan davranışına ilişkin veriler edinilmesinde yararlanılan bir dizi süreci içeren bir sınıflama yöntemidir (Odabaşı, 2000: 157). Kritik olay tekniği bir olgu veya kavrama ilişkin keşfedici araştırmalarda özellikle sıkça kullanılan yöntemlerdendir. Ayrıca, istenmeyen tüketici davranışları konusu tam olarak aydınlatılmış veya anlaşılmış bir konu değildir. Bu nedenledir ki, konu keşfedilmeye ve derinlemesine incelenmeye ihtiyaç duymaktadır (Harris ve Daunt, 2004).

Nitel araştırmalarda en sık yararlanılan yöntemlerden biri olan görüşme yönteminde büyük bir örneklem grubuyla çalışabilmek zaman ve maliyetler bakımından pek mümkün olamamaktadır. Dahası, örneklem için seçilen grup büyük olduğunda görüşme yoluyla erişilen geniş çaptaki verilerin analizi aşamasında güçlükler ve problemler meydana gelmektedir. Bu nedenledir ki, nitel araştırmalarda küçük bir kitleyle verilerin genellenmesi kaygısı güdülmeden olabildiğince evrendeki çeşitliliği, farklılığı ve aykırılığı temsil edebilecek bütüncül bir tablo elde edilmeye çalışılır (Karataş, 2015: 70). Böyle araştırmalarda, küçük örneklemler aracılığıyla konuya özne olan katılımcıların gündelik ve gerçek deneyimleri üzerinden tespitlerde bulunulmaya çalışılmaktadır (Başkale, 2016: 26).

Araştırmanın evrenini Türkiye'de aktif olarak mesleğini icra eden eylemli turist rehberleri oluşturmaktadır. Çalışmanın uygulama safhasında katılımcı olarak görüşülen kişiler, en az 5 yıl ülkesel düzeyde eylemli rehber olarak görev yapmış olan ve iki farklı yabancı dili çalışma kartına ekletmiş turist rehberleri arasından rastgele seçilmiştir. Çalışmada, görüşme yapılan rehberler ile ilgili böyle bir tercihte bulunulmasının sebebi belirli bir mesleki deneyime sahip olan rehberleri araştırma sürecine dahil etmektir. Bunun yanı sıra, en az iki farklı yabancı dili çalışma kartına ekletmiş turist rehberlerinin çıkmış oldukları tur sayısı daha fazla olabileceğinden söz konusu niteliklere sahip kişilerin daha tecrübeli olabileceği öngörülmüştür. Turist rehberlerinin karşılaştığı istenmeyen turist davranışlarına yönelik daha fazla sayıda

vaka inceleyebilmek ve istenmeyen davranışlara ilişkin verilerin çeşitliliğini sağlayabilmek amacıyla araştırmaya katılan katılımcılara söz konusu mesleki deneyim ve iki yabancı dil şartı getirilmiştir. Araştırmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden benzeşik örnekleme ile görüşme katılımcılarının seçimi belirlenmiştir. Benzeşik örneklemede amaç, küçük ve özellik bakımından birbirine benzeyen bir örneklem oluşturma aracılığıyla alt grup tanımlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 137).

Araştırmanın uygulama safhasında gerçekleştirilen görüşmelerde turist rehberlerine yöneltilen sorulardan 10.,11.,12 ve 14. sorular (Erbaş ve Özkan, 2017: 45)'ten uyarlanırken ve 8, 9, 13 ve 16. sorular ise Harris ve Reynolds (2003: 148)'den yararlanarak yazar tarafından uyarlanmıştır. Diğer sorular ise ilgili alanyazın doğrultusunda yazar tarafından geliştirilmiştir. Araştırma sorularının hazırlanma sürecinde turist rehberi ünvanına sahip olan alanında uzman 2 akademisyenden sorulara ilişkin uzman görüşü istenmiştir. Araştırma sorularının ifade edilişi ve soruların sıralamasında uzman görüşleri doğrultusunda değişikliğe gidilmiştir. Çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, görüşmede yöneltilecek soruların bir kısmı yapılandırılmış bir kısmı ise yapılandırılmamış yani bireyin serbest tepki verebilmesine olanak sunan sorulardan oluşmaktadır. Bu noktada katılımcılardan özellikle ne tür tepkilerin alınacağının önceden kestirilemediği konularda açık uçlu sorulardan istifade edilmektedir (Erkuş, 2017: 158). Araştırma kapsamında turist rehberleriyle gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen verilerin analizleri MAXQDA2020 Analytics Pro 20.3.0 programı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, turist rehberleriyle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler öncelikle içerik analizine tabi tutulmuştur. Amaçların belirlenmesi, kavramların tanımlanması, analiz birimlerinin belirlenmesi, konuya yönelik verilerin yerinin tespit edilmesi, mantıksal bir örgü ve yapı geliştirme, kodlama sınıflamalarının belirlenmesi, sayma, yorumlama ve sonuçların yazımı aşamalarından oluşan (Büyüköztürk, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2013: 241) içerik analizi yönteminde elde edilen verilerin açıklanması, kavram ve kavramlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesiyle benzeşik verilerin belirli kavram ve temalar dahilinde bir araya getirilip okuyucunun anlayabileceği biçimde yorumlanarak bir çerçeve düzeninde okuyucuya sunulması hedeflenmektedir. İçerik analizinde, temel olarak verilerin kavramlaştırılması, bu

kavramlara ilişkin elde edilen verilerin düzenlenmesiyle birlikte verileri açıklayan temaların belirlenmesi işlemi gerçekleştirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259).

Son olarak ise kritik olay tekniği ile elde edilen rehberlerin istenmeyen turist davranışı deneyimlerine betimleyici analiz uygulanarak turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışları bağlamında deneyimlere ilişkin çarpıcı nüanslar etraflıca incelenerek yorumlanmıştır. Betimsel analizde, görüşme yapılan veya gözlemlenen bireylerin ifadelerini çarpıcı şekilde yansıtabilmek adına konuya ilişkin doğrudan görüşler ve görüşmeden alıntılara da yer verilir. Betimleyici analizde asıl amaç, elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır. Bu analiz türünde, ilk etapta araştırmacı araştırmada yönelttiği sorulardan araştırmanın kavramsal çerçevesi, görüşme veya gözlemlerde bulunan boyutlardan hareketle veri analizi gerçekleştirmek adına bir çerçeve meydana getirir. Ardından, bu çerçeveye bağlı olarak araştırmacı verilerini okur ve düzenler. Veriler bu süreçte anlamlı ve mantıklı şekilde bir araya getirilir. Sonrasında düzenlenmiş veriler tanımlanarak gerekli olduğunda görüşme veya gözlemden direkt alıntılardan da yararlanılabilir. Son olarak araştırmacı, tanımlanan bulguları açıklayarak ilişkilendirir ve bir bütün olarak anlamlandırır. Bu aşamada yapılan yorumları pekiştirmek amacıyla bulgular arası neden sonuç ilişkileri ifade edilir ve gerekirse farklı olgular arasında kıyaslama yapar (Özdemir, 2010: 336).

4.2. Verilerin Toplanması

Araştırmanın uygulama aşamasına katılımcı sağlayabilmek adına Turist Rehberleri Birliği (TUREB) resmi internet sitesinde (tureb.org.tr) yer alan turist rehberi veritabanı incelenmiştir. Üye rehber sayısının fazlalığından dolayı İstanbul Rehberler Odası (İRO), İzmir Rehberler Odası (İZRO), Nevşehir Rehberler Odası (NERO) ve Çanakkale Rehberler Odası'na (ÇARO) odaklanılmıştır. Söz konusu rehber odalarına kayıtlı rehberler arasından Turist Rehberleri Birliği'nin rehber veritabanında yer alan, iletişim bilgileri eksiksiz bir biçimde belirtilmiş ve en az iki farklı yabancı dili rehber çalışma kartına ekletmiş olduğu görünen rehberlerden oluşan bir katılımcı listesi oluşturulmuştur. Çalışma kartında en az iki farklı yabancı dil bulunan rehberlerden oluşan bir katılımcı listesinin oluşturulmasındaki temel amaç bu kişilerin daha deneyimli olabilmeleri ihtimalidir. Çalışmanın uygulama safhasında katılımcı olarak görüşülen kişiler, en az 5 yıl ülkesel düzeyde eylemli

rehber olarak görev yapmış olan ve iki farklı yabancı dili çalışma kartına ekletmiş turist rehberleri arasından seçilmiştir. Çalışmada, görüşme yapılan rehberler ile ilgili böyle bir tercihte bulunulmasının sebebi belirli bir mesleki deneyime sahip olan rehberleri araştırma sürecine dahil etmektir. Bunun yanı sıra, en az iki farklı yabancı dili çalışma kartına ekletmiş turist rehberlerinin çıkmış oldukları tur sayısı daha fazla olabileceğinden söz konusu niteliklere sahip kişilerin daha tecrübeli olabileceği öngörülmüştür. Bu bağlamda, turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışlarına ilişkin elde edilen verilerde çeşitlilik sağlanması amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında 35 turist rehberiyle görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler zaman aralığı olarak 2020 yılının Ağustos ayında başlamış ve aynı yılın Aralık ayında son bulmuştur. Turist rehberleriyle yapılan görüşmeler 1 saat 12 dakikaya kadar uzanan farklı sürelerde tamamlanmıştır. Görüşmeler esnasında ses kaydı alınarak katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler kaydedilmiştir. Görüşmelerde katılımcıların dile getirdiği yanıtlamalar kişilerin kendi ifade ediş biçimlerine müdahale edilmeden, rehberlerin dile getirdiği şekliyle metne aktarılmıştır.

4.3. Araştırma Bulguları ve Yorumlar

Araştırmada elde edilen verilerin analizi sonrası edinilen bulgulara bu kısımda yer verilmektedir.

4.3.1. Turist Rehberlerinin Demografik Özellikleri

Araştırmanın bu bölümünde katılımcı turist rehberlerine ait demografik özellikler açıklanmaktadır. Katılımcıların cinsiyet, yaş ve medeni durum bakımından frekans ve oransal dağılımları Tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11. Turist Rehberlerinin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Oran (%)
Erkek	25	71,4
Kadın	10	28,6
Toplam	**35**	**100**

Yaş	Frekans	Oran (%)
26-35	10	28,6
36-45	8	22,9
46-60	13	37,1
61 ve üstü	4	11,4
Toplam	**35**	**100**
Medeni Durum	**Frekans**	**Oran (%)**
Bekar	14	40
Evli	21	60
Toplam	**35**	**100**

Tablo 11'de görüldüğü üzere görüşme yapılan turist rehberlerinin 25'i erkek 10'u kadındır. Katılımcılar arasında 25 yaş ve altı yaş kategorisinde biri bulunmamaktadır. Katılımcıların %37,1'i(13 kişi) 46-60 yaş aralığındayken %28,6'sının(10 kişi) ise 26-35 yaşları arasında olduğu görülmektedir. 36-45 yaş aralığındaki rehberler, katılımcıların %22,9'unu(8 kişi) oluştururken 61 yaşın üzerinde bulunan rehberler ise %11,4(4kişi) orandadır. Görüşmeye katılan rehberlerin büyük çoğunluğunun 35 yaş üstü bireylerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumuna bakıldığında evli olan turist rehberleri katılımcıların %60'ını(21kişi) oluştururken bekar turist rehberleri %40 orandadır(14 kişi).

Aşağıda yer alan Tablo 12'de görüşmelere katılan turist rehberlerinin rehberlik çalışma kartlarını hangi yolla edindiği, rehberlerin genel çalışma şekli, mesleki deneyimleri, ağırlıklı olarak hizmet verdikleri grup türü ve genellikle rehberliğini yaptıkları hizmet gruplarına ilişkin dağılımlara yer verilmektedir.

Tablo 12. Katılımcı Turist Rehberlerinin Mesleki Profili

Kişinin çalışma kartını edinme yolu	Frekans	Oran (%)
Sertifika Programı (Bakanlık Kursu)	19	54,3
Ön lisans eğitimi	4	11,4
Lisans eğitimi	12	34,3
Toplam	**35**	**100**

Genel çalışma şekli	Frekans	Oran (%)
Acentaya bağlı	9	25,7
Serbest	26	74,3
Toplam	**35**	**100**
Mesleki Deneyimi	**Frekans**	**Oran (%)**
5-10 yıl	6	17,1
11-15 yıl	9	25,7
16 yıl ve üzeri	20	57,1
Toplam	**35**	**100**
Ağırlıklı olarak hizmet verdiği grup türü	**Frekans**	**Oran (%)**
Yabancı gruplar	24	68,6
Hem yerli hem yabancı gruplar	11	31,4
Toplam	**35**	**100**
Genellikle rehberliğini yaptığı hizmet grubu	**Frekans**	**Oran (%)**
Günlük turlar	8	22,9
Özel (V.İ.P.) turlar	2	5,7
Kapsamlı paket turlar	25	71,4
Toplam	**35**	**100**

Tablo 12'ye bakıldığında araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmelere katılan turist rehberlerinin çoğunluğunun %54,3 (19 kişi) oranda rehberlik çalışma kartlarını sertifika programlarına(bakanlık kursuna) katılarak elde ettiği görülmektedir. Rehberlerin %34,3'ü (12 kişi) lisans eğitimi alarak rehberlik ünvanına sahip olurken %11,4'ü (4 kişi) ön lisans eğitimi görerek rehber olmuştur. Görüşme yapılan rehberler arasında yüksek lisans eğitimiyle rehberlik ünvanı almış biri bulunmamaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu %74,3 (26 kişi) genel olarak serbest çalıştıklarını beyan ederken genellikle acentaya bağlı çalıştıklarını ifade eden rehberler %25,7 (9 kişi) oranında kalmıştır. Görüşmelere katılan rehberlerin önemli bir bölümü %57,1'i (20 kişi) 16 yıl ve üzeri rehberlik deneyimine sahiptir. 5-10 yıl mesleki deneyime sahip olan rehberler %17,1 (6 kişi) ve 11-15 yıl mesleki deneyime sahip olan rehberler %13,6 (9 kişi) orandadır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen

görüşmelere katılabilmede en az 5 yıl süresince aktif rehberlik yapmış olma mesleki deneyim şartı uygulandığından katılımcılar arasında 5 yıl süresinin altında rehberlik yapmış biri yer almamaktadır.

Görüşme yapılan turist rehberlerinin büyük bir çoğunluğu %68,6'sı (24 kişi) yabancı turist gruplarına rehberlik yaptıklarını dile getirirken rehberlerin %31,4'ü (11 kişi) hem yerli hem yabancı gruplarla çalıştığını belirtmişlerdir. Yerli gruplar özelinde çalıştığını belirten bir katılımcı bulunmamaktadır. Genellikle rehberliklerini yaptıkları hizmet grubuna ilişkin soruya katılımcı rehberlerin büyük bir kısmı %71,4 (25 kişi) ağırlıklı olarak kapsamlı paket turlarda çalıştığını belirtmiştir. Günlük turlar ağırlıklı çalıştığını ifade eden rehberler ise %22,9 (8 kişi) oranında kalmıştır. Çoğunlukla özel (V.İ.P.) turlara rehberlik yaptığını bildiren kişiler katılımcıların %5,7'sini (2 kişi) oluşturmaktadır.

4.3.2. Turist Rehberlerinin Kendilerine Davranışları Bakımından İstenmeyen Turist Tanımlamaları

Araştırma kapsamında, katılımcı turist rehberlerine "Turlarınızda görmek istemediğiniz turisti size davranışları bakımından nasıl tanımlarsınız? sorusu yöneltilmiştir. Turist rehberlerinin kendilerine karşı davranışları bakımından "istenmeyen turist" tanımlamaları ile ilgili ifadeleri içerik analizi yöntemiyle incelenerek 132 veri koduna ulaşılmıştır. Soruya ilişkin turist rehberlerinin cevaplamaları doğrultusunda **"Turistin Rehberiyle İletişimi"** ve **"Turist Rehberlerinin İşini Zorlaştırma"** olmak üzere iki tema belirlenmiştir. Turistin rehberiyle iletişimi teması, egoistlik yapmak, saygısızlıkta bulunmak ve kabalık etmek olarak 3 davranış kodu altında bulgulanmıştır. Turist rehberlerinin işini zorlaştırma teması altında ise rehberin anlattıklarını dinlememek, tur programının dışına çıkmayı istemek, zamanlamaya uymamak, gruba uyum sağlamamak, her şeyden şikayet etmek, rehberin otoritesini sorgulamak, ülkemize karşı ön yargılı söylemlerde bulunmak, rehberin anlatımlarını bölmek, rehberi satın aldığını sanmak, rehberin uzmanlığını sorgulamak ve gruba yanlış bilgi vermek olmak üzere toplam 11 kod yer almaktadır.

Aşağıda yer alan Tablo 13'te katılımcı turist rehberlerinin istenmeyen turist tanımlamalarına yönelik dile getirdikleri ifadelerin içerik analizi yöntemiyle

değerlendirilmesi sonucu oluşturulmuş temalar ve temaların altında bulunan davranış kodlarına ilişkin frekans ve yüzdelik dağılımlara yer verilmektedir.

Tablo 13. Turist Rehberlerinin İstenmeyen Turist Tanımlamalarına İlişkin Bulgular

Temalar	Davranış Kodları	Frekans	Toplam Tekrar	%	%100
Rehberle İletişim	Egoistlik yapmak	20	**43**	46,5	**32,5**
	Saygısızlıkta bulunmak	13		30,2	
	Kabalık etmek	10		23,3	
Rehberin İşini Zorlaştırma	Rehberin anlattıklarını dinlememek	16	**89**	18	**67,5**
	Tur programının dışına çıkmayı istemek	11		12,4	
	Zamanlamaya uymamak	11		12,4	
	Gruba uyum sağlamamak	10		11,2	
	Her şeyden şikayet etmek	9		10,1	
	Rehberin otoritesini sorgulamak	8		9	
	Ülkemize karşı ön yargılı söylemlerde bulunmak	7		7,9	
	Rehberin anlatımlarını bölmek	6		6,7	
	Rehberi satın aldığını sanmak	5		5,6	
	Rehberin uzmanlığını sorgulamak	4		4,5	
	Gruptakilere yanlış bilgi vermek	2		2,2	
	Toplam		**132**	**Toplam**	**%100**

Tablo 13'e göre katılımcı turist rehberlerinin "istenmeyen turist" tanımlamaları doğrultusundaki ifadelerinde "Turistlerin Rehberle İletişimi" boyutu

“egoistlik yapmak”, “saygısızlıkta bulunmak” ve “kabalık etmek” davranış kodlarından oluşmaktadır. Turistin rehberle iletişimi teması altında bulunan 43 kod toplam oranın %32,5’ini meydana getirmektedir. Bu tema altında “egoistlik yapmak” davranış kodu 20 tekrar ile katılımcı rehberler tarafından en çok değinilen davranış biçimi olmuştur. Turistlerin rehberlerine karşı egoistlik yapması turistin rehberle iletişimi temasının %46,5’ini oluşturmaktadır. Rehbere karşı saygısızlıkta bulunmak katılımcılar tarafından 13 defa dile getirilirken, kabalık etmek ise 10 tekrarda bulgulanmıştır. Katılımcı turist rehberlerinin “istenmeyen turist” tanımlamalarında “Rehberin İşini Zorlaştırma” temasına dahil 89 kod toplam oranın %67,5’ini oluşturmaktadır. Bu temaya yönelik katılımcı ifadelerinde 16 tekrar ile ön plana çıkan davranış kodu “rehberin anlattıklarını dinlememek” olmuştur. “Tur programının dışına çıkmayı istemek” ve “zamanlamaya uymamak” 11’er tekrar ile bulgulanırken “gruba uyum sağlayamamak” 10 defa tekrarlanmıştır. “Her şeyden şikayet etmek” davranış koduna ilişkin katılımcı ifadeleri 9 tekrara sahiptir. “Rehberin otoritesini sorgulamak” katılımcı rehberler tarafından 8 defa tekrarlanmıştır. Turist rehberlerinin “istenmeyen turist” nitelendirmesinde “ülkemize karşı ön yargılı söylemlerde bulunmak” ile ilgili 7 kod bulunmuştur. “Rehberin İşini Zorlaştırma” teması altında bulunan karşı davranış olarak tanımlanarak katılımcı rehberler tarafından “istenmeyen turist” nitelendirilmelerinde değinilen bir diğer davranış kodu “rehberin anlatımlarını bölmek” 6 tekrarda belirtilmiştir. “Rehberi satın aldığını sanmak” davranış kodu katılımcı rehberler tarafından 5 defa tekrarlanırken “rehberin uzmanlığını sorgulamak” 4 tekrarda, “gruba yanlış bilgi vermek” ise 2 tekrarda bulgulanmıştır.

Şekil 6. Rehberlerin İstenmeyen Turist Tanımlamalarına İlişkin Kelime Bulutu[1]

[1] Bu görsel MAXQDA2020 Analytics Pro 20.3.0 programı ile oluşturulmuştur. Katılımcı rehberlerin istenmeyen turist tanımlamalarına ilişkin ifade ettiği sözcüklerden oluşmaktadır.

Çalışmada turist rehberlerinin kendisine egoist tavırlar sergileyen, saygısızlıkta bulunan ve kaba davranan turistlerin tavırlarından rahatsızlık duydukları ortaya çıkarılmıştır.

Katılımcı turist rehberleri, "istenmeyen turist" tanımlamalarında turistlerin rehberiyle iletişimi bakımından özellikle egoist tavırlar, saygısızlık ve kaba davranışlar konusunda:

R21: *"Bilmişlik taslayan turistleri sevmem, Bir şey anlatıyorken beni bölenler oluyor. Onlardan rahatsız oluyorum. Kimisi çok biliyormuş gibi gruba yanlış bilgi yayıyor. Emrivaki konuşan egolu turistler oluyor onları da sevmiyorum."*R21'in görüşünü destekler biçimde R5 ise: *"...Bana kaba davranan, saygısız ve rehberiyle ukala ukala konuşan turistleri turlarımda asla istemem."* diyerek kendisine karşı kaba tavırlar sergileyen, saygısız ve ukala turistlerden duyduğu rahatsızlığı dile getirmektedir. R31: *"...Nasıl desem? Yani burnu büyük turistleri turlarımda görmek istemem. Egoist turistler diyebilirim. Genellikle Fransız turistler bana karşı bu şekilde davranabiliyorlar."* Görüşünü paylaşarak kendisine büyüklenen egoist turistlerden yakınırken rehberliğini yaptığı Fransız turistlerin kendisine daha çok egoist tavırlar sergilediği ile ilgili yargısını paylaşmaktadır. R20 ise: "*Mevkisi, makamı yüksek olan insanlar. Onlar tura gelip de rehberi aşağılayıcı tavırlarla yaklaştığı zaman problem oluyor. Adam bir sürü ülke gezmiş trilyoner. Her ağzından çıkanın olmasına alışmış. Tura geldiği zaman belirli bir formatın içinde kalmak zorunda. Çok özgürlüğüne alışmış çok imkanları geniş. Sorun yaratıyor öyleleri."* ifadesiyle maddi olanakları geniş olan, varlıklı ve mevkisi yüksek turistlerin kendisini küçümseyebildiğini ayrıca bu kişilerin tur formatına ve şartlarına uymakta zorlandığını belirtmektedir. R20'nin görüşüne benzer bir şekilde R2 ise: "*Özellikle rehberin otoritesini tanımayan, ben parasını verdim rehber ben ne istersem onu yapsın diyenler. Böyle müşteriler sorunludur yani. Acentadan aldığı programı kabul etmeyip de kafasına göre sürekli rehberi yönlendirmeye çalışan saygısız turistlerdir bunlar."*R2'nin görüşünü destekler biçimde R4: *Şimdi şöyle ben para verdim istediğimi yaparım türünde müşteriler var bunlar hem grubun ahengini bozarlar hem bizim akışımızı bozarlar.Çünkü rehberlikte anlatım bir konsantrasyon gerektiriyor. Ben para verdim kral benim diyen tipteki dengesiz insanlar görmek istemediğimiz türdeki insanlardır. Orada anlattığınız şeyleri toparladığınızda bir tane kitabı fazla fazla doldurur. Konsantrasyon gerekiyor. Orada birisi terbiyesizce bir davranışta*

bulunduğunda sizin canınız sıkılıyor. Konsantrasyonunuz dağılıyor." rehberi satın almış gibi tavırlar sergileyen turistler olduğunu ve bunların tüm turist grubunun uyumunu bozduğunu dile getirmektedir. Ayrıca, R4 turistten gelen kaba bir davranışla karşılaştığında anlatımlarına konsantre olmakta güçlük çektiğini ifade etmektedir.

Çalışmada, turist rehberini satın aldığını sanan turistlerin, turist rehberleri tarafından sorunlu müşteri olarak görüldüğü ve bu kişilerin tur programına uymakta da isteksiz oldukları belirlenmiştir.

Turistlerin, tur programının dışına çıkmayı istemesi hakkında:

R31:…*"Bir de grup kurallarına uymayan turistler var. Bunlar paket turda özel turmuş gibi hareket etmek istiyorlar. Gruptan ayrı hareket etme istekleri var. Tur programına uymayı istemeyebiliyorlar".* görüşünü bildiren R31 bazı turistlerin kendilerini özel turdaymış gibi gördüğünü ve paket tur kapsamında olmayan yerleri görme talebinde bulunduğunu aktarmaktadır. Benzer bir ifadeyle R33: *"Genelde yaptıkları şey tur programından çıkartmaya çalışırlar o bölgeye daha önce geldilerse veya birinden duydularsa işte şurada şu da varmış deyip bütün grubu arkasına almaya çalışırlar. Bütün programı bozmaya çalışırlar. Tabi böyle olunca grubun da ahengi kaçıyor sen kabul etmezsen. Bazen acentaya kadar sıkıntı olabiliyor. O nedenden dolayı böyle insanlar tabi turun keyfini bozuyor haliyle bizim de keyfimiz kaçıyor."* diyerek turistlerin zaman zaman tur programının dışında olan yerleri görme isteğiyle kendi içlerinde birlik oluşturmaya çalışarak rehberi karşılarına aldıklarını dile getirmekte ve bu durumdan duyduğu rahatsızlığı belirtmektedir.

Çalışmada, turist rehberlerinin kendisini dinlemeyen ve anlatımlarını bölen turistlerden rahatsızlık duydukları ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, rehberlerin turistlerden saygı görmeye ilişkin beklentilerinin olduğu belirlenmiştir.

Saygı konusunda:

R1: "…*Anlattığımız bilgilere saygısı olmayan turistleri pek görmek istemeyiz yani. Çünkü bu 1999'dan sonra toplu turizm "mass" turizm başladığında sejurlarda öyle çok turist vardı. Öylelerine hâlen daha denk geliyorum. Onlar işte çok alakası olmamasına rağmen tura çıkıp işte böyle biz Avrupa'lıyız diyen ülkemizi, seni, herkesi, her şeyi küçümseyen tipler onları çok şey yapmıyoruz yani. En azından gittiğimiz ören yerine bir saygısı olan, tarihe saygısı olan, medeniyete, rehberine de*

saygısı olan insan görmek istiyoruz." bazı Avrupa'lı turistlerin kendisini ve ülkemizi küçümser yaklaşımlara sahip olduğunu dile getirirken, bir rehber olarak ören yerlerine, tarihe ve medeniyete ve kendisine saygı duyan turistlere hizmet etmek istediğini ifade etmektedir. R1'e benzer şekilde saygının önemini vurgulayan R18: "*...Saygı önemli aslında herşeyi çözen şey saygı. Hani dinlemek nedir bilmeyen sizi o konuda biraz daha engellemeye bölmeye çalışan insanlar. Şunu da söyleyeyim çok olumsuz insanlar olabiliyor her şeyden sıkıntı çıkaran negatif insanlar olabiliyor."* diyerek saygının önemini vurgularken kendisini dinlemeyen ve anlatımlarını bölen turistlerden duyduğu rahatsızlığı dile getirirken *"her şeyden sıkıntı çıkaran negatif insanlar olabiliyor"* ifadesiyle her şeyden şikayet eden memnuniyetsiz turistlere dikkat çekmektedir. R1'in ifade ettiği şekilde memnuniyetsizlik arayışında olan turistleri vurgulayan R19: "*Memnuniyetsiz, hiçbir şekilde tatmin olmayan, turda sunulan olanaklarda sürekli kusur arayan, imkanlar dışında isteklerde bulunan turistler var. Böyle insanları turlarımda görmek istemem. Ortada bir şey yokken problem yaratıyorlar."* diyerek tatminsiz ve her şeyden şikayetçi turistler olduğunu ve bu turistlerin kendisine problem yarattığını dile getirmektedir. R19'a benzer şekilde tatminsiz turistlere değinen R17: "*…Ukala olanı saygısız olanı söylediğim zamanlamaya uymayanın bir şekilde üstesinden geliriz ama memnun olmamaya programlanıp gelmiş turisti hiçbir zaman rehber toparlayamaz tüm grubu da bozar o turist."* ifadesiyle her şeyden şikayet eden memnuniyetsiz turistlerin tüm grubu etkilediğini böyle müşterilerin olduğu grupları idare etmede zorluk yaşadığını belirtmektedir.

Çalışmada, turist rehberlerinin turda her şeyden şikayet eden turistlerden rahatsızlık duydukları ve bu kişilerin tutumlarının diğer turistlerin üzerinde olumsuz yansıyabildiği ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada, turist rehberlerinin anlatımlarını dinlemeyen, anlatımları bölen ve zamanlamaya uymayan turistler yüzünden iş akışlarında problemler yaşadıkları ve bundan rahatsızlık duydukları ortaya çıkarılmıştır.

Turist rehberlerine kaba davranan, rehberin anlatımları dinlemeyen ve bölen, turda zamanlamaya uymayan turistler konusunda:

Kaba turistlere dikkat çeken R23: "*…Eee şöyle her meslekte olduğu gibi biz de kaba davranan insanları görmek istemeyiz. Vurdum duymaz kişileri…Bizden*

fotoğrafını çekmemizi istediğinde bunu hani rica etmek değil de fotoğrafımı çek diyen turistleri turlarımızda görmek istemiyoruz." diyerek rica etmek yerine kaba ve emrivaki bir biçimde istekte bulunan turistlere değinmektedir. Nezaketsiz hitap biçimine sahip kaba turistlere değinen R13 ise: *"Bazı insanlar var mesela rehber diye çağırıyor rehber diye sesleniyor. Normal hayatta nasıl ben mesela birini tanımasam ona ismiyle hitap ederim böyledir yani değil mi?"* ifadesiyle kendisine hoş olmayan bir biçimde hitap eden turistlerden duyduğu rahatsızlığı dile getirirken kendisiyle kaba hitap şekliyle iletişim kurmaya çalışan kişileri garipsediğini belirtmektedir. R23'ün kabaca emrivaki şekilde istekte bulunan turistlerle ilgili değindiği hususa benzer şekilde R5 : *Hmm…Emir kipi kullanan şunu yap bunu götür falan gibi konuşanlar...Ben anlatım yaparken sürekli soru soranlar oluyor. Anlattığım şeyi beni dinlemediği zaman anlamayıp tekrar soru soran müşterilerden rahatsız oluyorum. Ben anlatırken fotoğraf çekip sonra bana soru soranlar ve geç gelen şu saatte şurda olun dediğimde uymayıp geç gelen turistleri turlarımda istemem."* ifadesiyle kendisiyle emrivaki şekilde konuşan turistlerden yakınmaktadır. Bunun yanı sıra R5, bir şey anlatırken kendisini dinlemeyen turistlerin daha sonra tekrar sorular sorduğunu ve bu durumdan rahatsızlık duyduğunu dile getirirken zamanlama konusundaki direktiflerine uymayan ve dakik olmada rehberine sorun yaşatan turistleri turlarında görmek istemediğini dile getirmektedir. R5'e benzer şekilde turda zamanlamaya uymayan ve rehberini dinlemeyen turistlere değinen R35: *"Bir defa rehber olarak turistin tam harfiyen olmasa bile genel anlamda zamanlamaya uymasını istiyorsunuz. Özellikle kalabalık grupların olduğu turlarda turistin kafasına göre hareket edip kaybolması, genel zaman programına uymaması işte nasıl söyleyeyim ondan istediklerinizi yapmaması, siz araçta tanıtım yapıyorsunuz bir şeyler anlatıyorsunuz sizi dinlememesi ve diğer dinleyen kimseleri de rahatsız etmesi. Bazen kocaman gruplar oluyor büyük gruplar onlar kendi içerisinde birbirlerini tolere edebiliyor. Ama heterojen olan bir araya getirilmiş birbirini tanımayan turist gruplarında gerçi Anadolu turlarında birkaç günde bu düzen sağlanabiliyor ama günlük turlar için bu biraz daha zor. O insanların birbiri arasında uyumsuz davranışı, insanların biz bir şey anlatırken kendi aralarında konuşuyor olması. Konuşuyor olduğundan söylediklerimi dinlemeyip grubu kaçırması. Bunlar grubu da rehberi de rahatsız ediyor."* görüşünü paylaşarak kendisini dinlemeyen ve zamanlamaya riayet etmeyen turistlere dikkat çekmektedir.

Çalışmada, turist rehberlerinin ülkemize karşı ön yargılı söylemlerde bulunan turistlerden rahatsızlık duydukları belirlenmiştir.

Ülkemize karşı ön yargılı söylemlerde bulunan turistler konusunda:

R1: "*En büyük nedenlerinden biri yani o ülkede yaşayanları çok takdir etmemesi ve yahutta işte onun üzerine duyduğu ön yargılardır. Adam ön yargıyla geliyor mesela şaşırıyor aaa bu Türkiye de ne güzelmiş işte biz burayı Arabistan gibi zannediyorduk çöl ortamı zannediyorduk diyen tipler bile vardı yani. Bilgisizlik de diyebiliriz buna.*" söylemiyle ülkemizle ilgili bilgisiz olan ön yargılı turistlere değinmektedir. R10: *"Müşteri dediğin herkese saygılı olacak ya doğaya saygılı olacak insana saygılı olacak. Sana tepeden bakmayacak ya da ne bileyim söylemek zoruma gidiyor da Türk düşmanlığı olanlar var. Hani bu ülkeye gelmiş ama yine de içinde böyle bir Türk düşmanlığı işte seni sorularıyla kıstırmaya çalışan yani işte siz ne seviyedesiniz biz ne seviyedeyiz gibi hani nadir de olsa bu turistlerle karşılaşıyorsun."* ifadesiyle nadir de olsa ülkemizi kendi ülkesiyle kıyaslayan, ülkemize karşı ön yargılı turistlerin olduğunu belirtmektedir. Benzer bir biçimde R13: *Önyargılı, tarihimize ve kültürümüze karşı ön yargılı olanlar derim. Bu konuda tarihi kompleksleri olanlar var onlar kendini belli ediyor her türlü zaten."* görüşüyle ülkemizin tarihine ve kültürüne karşı ön yargılı olan tarihsel komplekslere sahip turistlerden yakınmaktadır.

R3, bir rehber olarak turlarında görmeyi istemeyeceği turisti kendince şöyle özetlemektedir:

R3: *"…Grup gezilerinde satın alınan programa, zamanlamaya, anlık şartlara, gruptaki diğer kişilere uyum göstermeyenlerdir…Şöyle bahsedeyim anlatım yapılırken rehberin sözünü kesenler olur. Bazısı elindeki yalan yanlış rehber kitaplardan müze veya ören yeri hakkında bilgi edindiği zannıyla otobüste veya ziyaret anında rehber anlatırken yanındaki kişilere bilgi vermeye çalışır…Rehbere haber vermeden grubu terk edip fotoğraf çekmek için veya bir şeyler satın almak için uzaklaşıp kaybolan ve sonra kaybolmasının faturasını rehbere kesen turistler oluyor ben bunları turlarımda görmeyi istemem…Kısaca şöyle diyeyim ben size cahil, görgüsüz, saygısız, anlayışsız, kaba turistleri hiçbir rehber turlarında görmek istemez."*

4.3.3. Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışlarının Nedenleri

Araştırma kapsamında turist rehberlerine, turistlerin rehberine karşı istenmeyen davranış sergilemesinin nedenleri sorulmuştur. Katılımcı turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının sebeplerine yönelik ifadeleri incelenmiştir. Çalışmada, seyahat acentalarının turda sunduğu hizmet unsurlarının turistler tarafından beğenilmemesi, acentaların taahhüt ettiği şekilde hizmet sunmaması ve tur operasyonunda yaşanan acenta kaynaklı aksaklıkların turist rehberine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarına sebep olabildiği bulgulanmıştır.

Şekil 7. Turist Rehberlerine Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışlarının Nedenlerine İlişkin Kelime Bulutu[2]

Katılımcı turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının sebeplerine ilişkin ifadeleri şöyledir:

R7: "…*Sonuçta acentadan da sorumlu olan biziz orada acentanın yarattığı aksaklıkları da biz çekiyoruz. Acentayla muhattap olamayan geliyor bize patlıyor. Yemekler kötü? bu benim suçum mu? Değil. Bu acentaların anlaşmış olduğu bir restoran benimle alakası yok. Bu sinir bozucu yani yemeklerden bana söylenilmesi. Ama onlar sanıyor ki bütün turu ben ayarlamışım. Rehber otelleri, restoranları ayarlayan herhalde öyle sanıyorlar. Onu tabi doğru şekilde açıklamak lazım*

[2] Bu görsel MAXQDA2020 Analytics Pro 20.3.0 programı ile oluşturulmuştur. Katılımcı rehberlerin kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının nedenlerine ilişkin ifade ettiği sözcüklerden oluşmaktadır.

sorumluluklarımızı ve sorumluluğumuzda olmayan şeyleri iyi açıklamak lazım onlara." şeklinde görüş bildirerek turda acenta kaynaklı yaşanan aksaklıklar sebebiyle turistlerin kendisine söylendiğini, turistlerin bir kısmının ise turist rehberinin sorumluluklarını bilmediğini dile getirmektedir. Benzer bir görüş ortaya koyan R8: *"...Restoran yüzünden bana söyleniyor ama o restorana rezervasyonları acentanın yaptığını bilmiyor benim yaptığımı sanıyor. Böyle durumlar turistlerin bilgisizliğinden oluyor."* R7'ye benzer biçimde R8 ise bazı turistlerin, rehberi seyahat acentalarının tur planlaması ve organizasyonu sürecinde aktif rol alan ve hizmet unsurlarını belirleyen bir kişi olduğunu sandıklarını ve rehberin sorumlu olduğu hususlar ve iş tanımını net olarak bilmediklerini ortaya koymaktadır. R22 ise: "*…Turist rehberleriyle ilgili bilgisiz olmaları yani ne tür bir meslek grubudur yani turist rehberi ne yapar?. Altyapısı nedir bir turist rehberinin "backgroundu" nedir? bilmiyorlar. Bilgisizlikten kaynaklanıyor bence. Dediğim gibi bir turist rehberi ne iş yapar sorumlulukları nelerdir? Görevleri nelerdir? bunlarla ilgili turistin bilgi sahibi olmaması."* diyerek turistlerin bir kısmının turist rehberinin görevleri, sorumlulukları ve mesleki uzmanlığı ile ilgili bilgi sahibi olmadığını ortaya koymaktadır.

R29: "*Benle alakası olmayan şeylerden grubun direkt muhatabı siz olduğunuz için. Turda acenta olmadığı için turlarda her kötü giden şeyden siz sorumlu tutuluyosunuz. Böyle yapanlar da sorunlu kategorisine giriyor benim için. Çok uzun yıllardır rehberlik yapıyorum benim servisimle ilgili bir şikayet olmamıştır. Benden kaynaklanmayan sebeplerden olur böyle şeyler. Bir de ben para verdim psikolojisi vardır müşteride biraz da ondan kaynaklı."* görüşünü bildirerek tur operasyonunda acenta kaynaklı yaşanan aksiliklerden turistlerin tek muhattabının rehber olması nedeniyle rehberin sorumlu tutulduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra, R29 çok uzun yıllardır rehberlik yapan deneyimli birisi olduğunu vurgulayarak bu zamana kadar sunduğu hizmetle ilgili turistlerle bir sorun yaşamadığı dile getirmektedir. Benzer şekilde R34: *"Bence müşteriler acentadan muhattap bulamayınca bulabildikleri tek muhattap rehber olunca rehbere yükleniyorlar. Aslında onlar da farkında çoğu şeyin rehberin sorumluluğunda olmadığının. Aslında bu müşteri şeyiyle alakalı bilinçli bir müşteri rehberine sorun çıkarmaz. Bilinçli bir acentayla bilinçli bir müşteri olduğu zaman bu tür şeyler yaşanmaz. Bilinçsiz bir müşteri ve kötü operasyon olunca bu bahsettiğimiz şeyler ortaya çıkıyor."* ifadesiyle

turist rehberlerinin turda seyahat acentasını temsil eden tek muhattap olması dolayısıyla turda yaşanan olumsuzluklardan rehberin sorumlu tutulduğunu vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra R34, seyahat acentalarının kötü tur operasyonu sebebiyle rehberine yüklenen müşterileri "bilinçsiz turist" olarak nitelendirmektedir.

R34: "*Satın almış olduğu turun içerisindeki bütün handikaplardan turist rehberini sorumlu tutan rehberi o pozisyonda gören insanlar var. Her şeyden sorumlu olarak ne firmayı ne ödediği meblayı ne de sunulan hizmeti sorumlu tutan her şeyin sorumlusunu turist rehberi olarak gören müşteri portföyü var. O bizi üzüyor ve zorluyor biraz."* şeklinde bir görüş ortaya koyarak bazı turistlerin turda kötü giden her şeyden rehberi sorumlu tuttuğunu ve bu düşünce yapısına sahip turistlerin bir rehber olarak kendisini zorladığını ve bu duruma üzüldüğünü ifade etmektedir.

R32: "…*Misafirlere vaadler verip sonra o vaadleri tutmayan acentalarla çalışmışlığım oldu ama bir daha o acentalarla çalışmadım sorunlu turlardan sonra. Acenta diyor ki işte siz şu oda tipinde konaklayacaksınız diyor. Ama işte otele gidildiğinde tamamen standart bir oda veriliyor. Genellikle bizim dışımızda rehberin dışında oluyor bunlar misafir bizle sıkıntı yaşıyor. Şunu diyeyim şahsımla ilgili yaptığım işle ilgili hiçbir sorun yaşamadım diyebilirim."* ifadesiyle geçmişte turistlere vaad ettiklerini yerine getirmeyen acentalarla çalıştığını ancak tur operasyonunda yaşanan sorunlardan sonra bir daha operasyonel problemler yaşatan acentalarla çalışmadığını belirtmektedir. R32, bununla birlikte acentanın sunduğu hizmet unsurlarının olması gerektiği şekilde sunulmamasının turist ve rehber arasında sorun meydana getirdiğini ifade etmektedir. Ayrıca, yaptığı iş ile ilgili şahsına yönelik bir problem yaşamadığını belirtirken rehber harici kaynaklanan sorunlara dikkat çekmektedir.

R27: "…*Acentalar turistlere vaatlerde bulunuyor sen gideceksin şunu şunu yapacaksın diye oradan buraya geliyor buradaki acenta diyor yok bu bu var diyor. Ne oluyor rehberin başına patlıyor kabak. Ağırlıklı olarak sorun buradan çıkıyor. En büyük sorun bu zaten."* R27, seyahat acentalarının turistlere söz verdiği biçimde hizmet sunmayışının turistleri rehbere karşı kışkırttığını ve suçun rehberin üzerine kaldığını ifade etmektedir. R27, bir bakıma seyahat acentaları tarafından kandırılmış olan turistlerin hayal kırıklıklarının acısını rehberden çıkardığını ve turistlerin bu yüzden rehbere karşı istenmeyen davranışlar sergilediğini vurgulamaktadır.

R11: "*Türkiye'ye gelirken kafasına koyduğu kendi kafasında yarattığı tatil imajı yüzünden, ona öncesinde tur satmış olan seyahat acentasının taahhüt ettiği bir takım hizmetlerin tahmin ettiği gibi çıkmaması yüzünden böyle yapıyorlar."* R11, seyahat acentalarının taahhüt ettiği hizmetlerle tura yönelik beklentilerini yükseltmiş olan turistlerin turu deneyimleyip gerçekle yüzleştiğinde umduğunu bulamayışına değinerek bu durumun rehbere karşı istenmeyen turist davranışlarına yol açtığını ifade etmektedir.

Çalışmada, turist rehberliği hizmetinin turistler tarafından satın alınan hizmet unsurlarından birini oluşturmasının, turistleri rehbere karşı istenmeyen davranışlar sergilemeye cesaretlendirdiği belirlenmiştir.

R7: "*Çünkü bizi satın aldıklarını düşünüyorlar. Yani bu bence en önemlisi."* R7, kimi turistlerin rehberi satın almış gibi bir fikre kapıldığı görüşünü paylaşarak konuya ilişki bu durumun önemini vurgulamaktadır. Benzer bir şekilde görüş aktaran R19: *"Sonradan görme insanlar ben bu tura para verdim kardeşim zihniyetiyle yaklaşıyorlar. Rehberi de satın almış gibi düşünüyorlar. Kırıcı ve kaba davranabiliyor bu kişiler."* R19, turistler içerisinde rehberi satın aldığı düşüncesinde olan kişilerle karşılaşılabildiğini ve bu kişilerin rehbere karşı kaba ve kırıcı davranışlarda bulunabildiğini belirtmektedir. R19'un görüşünü destekler şekilde R25: "*...Az önce dediğim gibi turu alan müşteri herşeyi satın aldığını düşünüyor. Ben parasını ödedim mantığıyla hiç olmayacak davranışlarda bulunuyor. Bir açığını yakalayıp rehberin üstüne gelmeye çalışma çabası olabiliyor. İnatlaşıyor müşteri sizle savaşıyor."* diyerek bu mentaliteye sahip turistlerin rehberin açığını aradığını, rehberin üzerine gelerek çatışma ortamı yaratmak için fırsat kolladığını vurgulamaktadır. R29 ise: "*…Bir de ben para verdim psikolojisi vardır müşteride biraz da ondan kaynaklı."* ifadesiyle turistlerin "ben bunun için para ödedim" zihniyetinde olmalarının olası operasyonel aksiliklerde turistlerin rehbere karşı cephe almasına sebep olabildiğini belirtmektedir.

R26: *...Benim burda param değerli asarım keserim mantığıyla geliyorlar. Bu yüzden kurallara uymuyorlar esnetilmeyecek kuralların onlar için esnetilmesini istiyorlar. Bir İngilizi düşünün bir sterlin 10 lira adam koyuyor cebine 500 sterlin geliyor İstanbul'da bir hafta on gün krallar gibi tatil yapıyor.* R26 ise ülkemizde para birimi oldukça değerli olan ülkelerden gelen turistlerin tur kurallarına uymaktan kaçındığını, rehber otoritesini hiçe sayabildiğini ifade etmektedir.

Çalışmada gelir düzeyi düşük turistlerin turist rehberlerine yönelik istenmeyen davranışlar sergileyebildiği ortaya çıkarılmıştır.

R31: "*Mesela turist grubu sevmiyor grupla hareket etmeyi sevmiyor sırft ucuz olduğundan paket tur tercih ediyor. Ekonomik şartları yetmediğinden dolayı grupla tura geliyor. Sonra grupla* ve *rehberiyle problemler yaşıyor. Düşük bütçesi olan yeterli ekonomiye sahip olmayan turistlerin daha çok böyle davranışlarda bulunduğunu söyleyebilirim. Ekonomik düzey turist profilini de şekillendirebiliyor davranış bakımından. Ekonomik durumları etkili oluyor yani."* şeklinde bir görüş belirterek kısıtlı bir bütçeye sahip olan turistlerin daha ekonomik olması sebebiyle paket turları tercih ettiğini, bu kişilerin grupla birlikte hareket etmeye isteksiz olmasına rağmen paket turlara katıldığını, hem turist grubu hem de rehberiyle daha çok sorun yaşadığını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra R31, gelir düzeyi düşük turistlerin kendisine karşı daha fazla istenmeyen davranışlar sergilediğini belirtmektedir. Benzer bir biçimde gelir düzeyi düşük olan turistlere değinen R30 ise: *"Fakir turist cenneti oldu ülkemiz. Çok turist geliyor ama kalitesiz turist geliyor. Adam giriyor internete aratıyor istediği turun en ucuzunu gidip alıyor. Kalite yok ülkemize gelen turistlerde. Ucuzcu turistler yüzünden bunlar başımıza geliyor en ucuz turu isteyen turistler bunlar.*" görüşünü paylaşarak ülkemizin ucuz turist destinasyonu haline geldiğini bu durumun bir rehber olarak kendisinin daha çok kalitesiz turistlerle karşılaşmasına yol açtığını vurgulamaktadır. Ayıca R30, "ucuzcu turistler" olarak nitelendirdiği gelir düzeyi düşük turistler sebebiyle istenmeyen turist davranışlarıyla karşılaştığını dile getirmektedir. R31 ve R30'un görüşleri paralelinde fikir beyan eden R12: *"Genel itirabariyle baktığınızda tur fiyatları çok düşük. Hal böyle olunca toplumun her kesiminden insan turlara katılıyor. Turlara katılabilmek kolaylaşıyor. Rehber olarak biz de bu nedenle daha fazla ilgisiz bilinçsiz ve cahil insanlarla muhattap olmak zorunda kalıyoruz."* diyerek düşük tur fiyatlarının bilinçsiz, cahil ve ilgisiz turistler demek olduğunu vurgularken düşük tutulan tur fiyatları sebebiyle rehbere karşı söz konusu davranışları sergileyen turistlerle daha çok muhattap olmak zorunda kaldıklarını ortaya koymaktadır. R12'ye benzer bir görüş bildiren R20 ise: *"Gelir düzeyi düşük eğitimsiz turistlerin olduğu turlarda daha fazla böyle davranışlarla karşılaşıyorum"* ifadesiyle düşük gelir düzeyine sahip eğitimsiz turistlerin bulunduğu turlarında kendisine yönelik istenmeyen davranışlarla daha fazla karşılaştığını belirtmektedir. R33 ise: *"...Şöyle söyleyeyim ben size*

turların fiyatıyla bu çok ilgili aslında genelde pahalı turlar olduğunda böyle şeylerle karşılaşmıyoruz. Ucuz turlar olduğunda karşılaşıyoruz." şeklindeki ifadesiyle düşük fiyatlandırmaya sahip olan turlarda rehberlere yönelik istenmeyen davranışların daha fazla gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

4.3.4. Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışlarına İlişkin Bulgular

Çalışmada, katılımcı turist rehberlerine turları esnasında kendilerine yönelik olarak karşılaştıkları istenmeyen turist davranışları sorulmuştur. Katılımcı turist rehberlerinin yanıtlamalarına uygulanan içerik analizi sonucu 139 davranış koduna ulaşılmıştır. Ulaşılan 139 davranış kodu ise agresif davranışlar, egolu davranışlar, kaba davranışlar ve rehberin işini zorlaştıran davranışlar olmak üzere dört tema dahilinde belirlenmiştir. Agresif davranışlar teması, bağrınmak, sözlü hakaret etmek, sesini yükseltmek, rehberi taciz etmek, rehbere diklenmek, rehberle sert dialoğa girmek, fiziksel şiddet uygulamak, rehberin üzerine yürümek olmak üzere 8 davranış kodu altında bulgulanmıştır. Egolu davranışlar teması ise bilgiçlik taslamak, rehbere karşı büyüklenmek, rehbere hava atmak ve laubali tavırlar sergilemek olarak 4 davranış kodunda bulgulanmıştır. Kaba davranışlar kategorisi dahilinde emrivaki biçimde istekte bulunmak, uygunsuz şekilde hitap etmek, kaba jest ve mimikler yapmak olmak üzere 3 davranış kodu bulgulanmıştır.

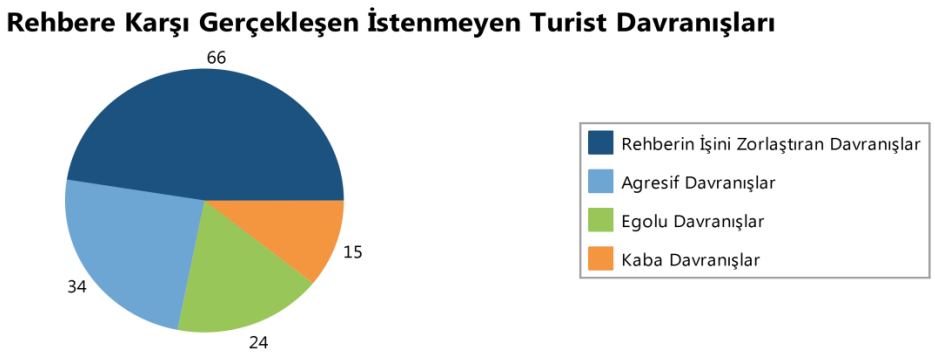
Aşağıda yer alan Tablo 14'te, katılımcı turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarına ilişkin dile getirdikleri ifadelerin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi sonucu oluşturulmuş temalar ve temaların altında bulunan davranış kodlarına ait frekans ve yüzdelik dağılımlara yer verilmektedir.

Tablo 14. Turist Rehberlerine Yönelik Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışları

Rehbere Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışları		Frekans	Toplam Tekrar	%
Agresif Davranışlar	Bağrınmak	10		
	Sözlü hakaret etmek	7		
	Sesini yükseltmek	5		

	Rehberi taciz etmek	3	**34**	**24,5**
	Rehbere diklenmek	3		
	Rehberle sert dialoğa girmek	2		
	Fiziksel şiddet uygulamak	2		
	Rehberin üzerine yürümek	2		
Egolu Davranışlar	Bilgiçlik Taslamak	11	**24**	**17,3**
	Rehbere karşı büyüklenmek	7		
	Rehbere hava atmak	4		
	Laubali tavırlar sergilemek	2		
Rehberin İşini Zorlaştıran Davranışlar	Zamanlamaya uymamak	10	**66**	**47,5**
	Rehberi dinlememek	10		
	Rehberin anlatımlarını bölmek	9		
	Rehberin işine karışmak	7		
	Ülkemiz ile ilgili ön yargılı söylemlerde bulunmak	5		
	Rehbere iftira atmak	4		
	Sorumlu olduğu ödemeyi yapmamak	4		
	Tur programının dışına çıkmayı istemek	4		
	Rehberin anlatımı esnasında konuşmak	3		
	Rehberin yanlış bilgilendirme yaptığını iddia etmek	3		
	Rehbere karşı şüpheci ve güvensiz tavırlar sergilemek	2		
	Rehberin verdiği restoran tavsiyesine söylenmek	2		
	Rehberi komisyon alması üzerinden suçlamak	2		
Kaba Davranışlar	Emrivaki biçimde istekte bulunmak	8	**15**	**10,8**
	Uygunsuz şekilde hitap etmek	6		
	Kaba jest ve mimikler yapmak	1		
TOPLAM			**139**	**100**

Tablo 14'e bakıldığında, rehberlere karşı gerçekleşen 139 istenmeyen turist davranışının 66'sını rehberin işini zorlaştıran davranışların oluşturduğu görülmektedir. Rehberin işini zorlaştıran davranışlar, rehbere karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının yarıya yakınını (%47,5) oluşturmaktadır. Agresif davranışlar ise katılımcı rehberler tarafından 34 defa dile getirilmiştir. Agresif davranışlar rehbere yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının %24,5'ini meydana getirmektedir. Egolu davranışlar ise 24 sıklıkta ifade edilirken, söz konusu davranışlar toplam tespit edilen davranış kodlarının %17,3'ünü oluşturmaktadır. Kaba davranışlar, 15 tekrarda bulgulanmış olup rehbere karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının %10,8'ini meydana getirmektedir. Tablo 14'e bakıldığında turistlerin rehbere yönelik agresif davranışlarına ilişkin tema dahilinde bulunan 34 davranış kodundan bağrınmak 10 tekrarla bulgulanırken, sözlü hakaret etmek 7, sesini yükseltmek 5, rehberi taciz etmek 3, rehbere diklenmek 3, rehberle sert dialoğa girmek 2, fiziksel şiddet uygulamak 2, rehberin üzerine yürümek ise 2 tekrarda bulgulanmıştır. Turistlerin rehbere karşı egolu davranışlarını içeren temada yer alan 24 koddan, bilgiçlik taslamak 11 sıklıkta ifade edilirken rehbere karşı büyüklenmek 7, rehbere hava atmak 4, laubali tavırlar sergilemek ise 2 sıklıkta belirlenmiştir. Toplamda 66 davranış koduna sahip olan rehberin işini zorlaştıran davranışlar temasında, zamanlamaya uymamak ve rehberi dinlememek 10'ar tekrarda bulgulanırken, rehberin anlatımlarını bölmek 9, rehberin işine karışmak 7, ülkemiz ile ilgili ön yargılı söylemlerde bulunmak 5, rehbere iftira atmak 4, sorumlu olduğu ödemeyi yapmamak 4, tur programının dışına çıkmayı istemek 4, rehberin anlatımı esnasında konuşmak 3, rehberin yanlış bilgilendirme yaptığını iddia etmek 3, rehbere karşı şüpheci ve güvensiz tavırlar sergilemek 2, rehberin verdiği restoran tavsiyesine söylenmek 2, rehberi komisyon alması üzerinden suçlamak 2 tekrarda bulgulanmıştır. Rehbere yönelik kaba davranışlar ise 15 sıklıkta ifade edilirken, kaba davranışlar teması dahilinde emrivaki biçimde istekte bulunmak 8, uygunsuz sekilde hitap etmek 6, kaba jest ve mimikler yapmak ise 1 tekrarda bulgulanmıştır.



Şekil 8. Rehbere Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışları

4.3.5. İstenmeyen Turist Davranışlarına Karşı Rehberlerin Tepki ve Tepki Gerekçelerini Yansıtan Bulgular

Çalışmada turist rehberlerine, kendilerine yönelik olarak karşılaştıkları istenmeyen turist davranışlarının beraberinde söz konusu davranışlara ne gibi tepkiler gösterdiklerini dile getirmeleri ve tepkilerinin gerekçelerini ifade etmeleri istenmiştir. Katılımcı turist rehberlerinin tepki ve gerekçelerinden çarpıcı örnekler aşağıda sunulmaktadır:

R24: "*Tur programını kısalttığımla ilgili iftira atan turist oldu. Ben tur programında ne yazıyorsa onu yapıyorum diyerek kendimi savundum. Tur programına uymak zorundayım. İşim bu. Tur programını yeterince incelemeyen anlamayanlar var.*"

R35: "*Bir müşteri beni aşağılarcasına bana senin Almancan kötü dedi. Onu uyardım. Ben Almanya'da doğdum. Almanca ve İngilizce simultane tercümanım.*"

R27: "*Erkek turistlerin bana karşı rahatsız edici derecede ilgili tavırları oldu gençlik zamanlarımda gençken oluyordu şirkete şikayet ediyordum. Hoş bir durum değil. Rahatsız oluyor insan.*"

R5: "*Rehberden çok biliyorum düşüncesiyle beni sıkıştırmaya çalışanlar olabiliyor. Ben de bilgi birikimimi göstermeye çalışıyorum. Turistler sizi gözlemliyor böyle şeylerde üste çıkmalısınız*".

R4: "*Kibarlığımı bozmadan kaba davranan o kişiyi mantıklı davranmaya davet ediyorum. Kibarlığımı bozmam tabi ki. Karşıdaki insan zaten kaba davranıyor tutup siz de aynı şekilde davranırsanız grubun bütün ahengi bozulur. Uslubu doğru*

seçerseniz grup sizin efendiliğinizi onun kabalığından ayırır. Bana kaba davranılmasına asla müsaade etmem onu söyleyeyim."

R15: "*Kaba davranışlarla karşılaştığımda önce göstere göstere görmemezlikten geldiğimi fark etmesini sağlarım. Görmezden gelirim. Devamında şahsen sürdürülmesi halinde grup içinde uyarırım. Grubun desteğini almadan son yapılacak olanı baştan yapamazsınız! Yani uyarmadan önce bu davranışı diğer müşterilerin fark etmesi gerek ki size destek olsunlar. Uyarınızı haklı bulsunlar. Grup içerisindeki otoritemi korumak durumundayım.*"

R29: "*Genellikle sakin bir rehberim sınırlarımı bilirim kibar davranırım ama kaba davranışlarla karşılaştığım zamanlarda saygı çerçevesinde haddini bildiririm. Zorda kalırsam da acentaya durumu bildiririm*".

R7: "*Geç kalanı uyarıyorum. Sakin kalmaya çalışıyorum. Lafımı dinlemeyip geç gelip zamana uymayanlar oluyor onlar yüzünden diğer müşteriler bana geliyor. Müşterilere carlayamıyorlar gelip sana carlıyorlar. Bu durumda ben çok sinirleniyorum. Bu beni çok rahatsız ediyor.*"

R17: "*Ben para verdim rehber ben ne istersem onu yapacak nereye istersem oraya gidecek saçmalığı ve kabalığı buna tahammül edemiyorum. Ağzının payını veriyorum. Benden özür dilemesini sağlıyorum. Saygısızlığa izin veremem.*"

R2: "*Ben oraya gitmem orayı görmeye ne gerek var gibi şeyler oluyor. Tur programını yapabilmek acentayla sorun yaşamamak için programın acentadan geldiğini söyleyip açıklama yapıyorum.*"

R11: "*Bana akıl vermeye çalışmaları, işime karışmaları, beni yönlendirmeye çalışmaları, kendilerinin bir şeyi benden daha çok bildiğini iddia etmeleri benim canımı sıkıyor. Çok sinirlenirsem gruptan atarım. Turdan atıyorum. İşime karışmaya çalışan benle akıl yarışına giren çok bilmiş hadsiz tipleri tura devam edebilmek için turdan atıyorum*"

R16: "*Kaba davrananları gruptaki diğer insanlar olmadığı zaman ikaz ediyorum. Gerekirse gruptan atıyorum. Gruptan atmakla tehtit ediyorum. Beni bölüyorsa Ben bunun için para alıyorum isterseniz konuşmayayım anlatmayayım diyorum.*"

R24: "*Yanlış bilgi verdiğimi iddia edip bunda ısrarcı olan biri olmuştu. Bilginin olduğu kaynak kitabın adına kadar söyledim. Yaşlı bir kadındı. Üzerine gitmedim. Sadece bilginin doğruluğunu söyledim kaynak da belirttim. Yalancı konumuna düşmek istemem.*"

R35: "*Çokbilmiş bana hava atmaya çalışan müşterilere sinir oluyorum. Lafı ağzına tıkıyorum.*"

R26: "*Zamanlamaya uymayanlar oluyor. Geride bırakıyorum taksiyle gelin diyorum. Müşteri dakik olmak zorunda programa uymalı*".

Çalışmada turist rehberlerinin, kendilerine yönelik istenmeyen davranışlara tepkisel anlamda karşılık verdiği bu bağlamda rehberlerin sözlü uyarıda bulunma, durumu açıklama ve kendilerini savunma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Turist rehberlerinin söz konusu davranışlara tepkilenimlerini gerekçelendirmesi ise turist grubu üzerindeki otoritesini korumak, turda düzeni sağlamak, turistlerin işine müdahale etmesine engel olmak, turist grubunun önünde küçük düşürülmeyi kabul etmemek ve saygısızlığa izin vermemek doğrultusunda gerçekleşmekte olduğu tespit edilmiştir.

4.3.6. Turist Rehberlerine Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışlarını Tetikleyen Olay ve Durumlar

Araştırma kapsamında katılımcı turist rehberlerine, turda hangi olay ve durumlar turistlerin size karşı istenmeyen davranışlar sergilemesini tetikler? sorusu yöneltilmiştir. Katılımcı turist rehberlerinin söz konusu soruya ilişkin yanıtlamaları içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu bağlamda yapılan görüşmelerde turistlerin rehberlerine karşı istenmeyen davranışlar sergilemesinin tetikleyicisi olarak rehberlerin dile getirdikleri ifadelerinde 42 durum ve olay kodu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda belirlenen 42 kod ise tur organizasyonunda acenta kaynaklı yaşanan problemler, olumsuz hava şartları, tur programında yer alan uzun yolculuklar, kültürel farklılıklar ve turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesi olmak üzere 5 kategori altında toplanmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 15'te turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarını tetikleyen olay ve durumların frekans ve yüzdelik dağılımları yer almaktadır.

Tablo 15. Turist Rehberlerine Karşı İstenmeyen Turist Davranışlarını Tetikleyen Olay ve Durumlar

Tetikleyici Olay ve Durumlar	Frekans	Yüzde (%)
Tur organizasyonunda acenta kaynaklı yaşanan problemler	29	69
Olumsuz hava şartları	5	11,9
Tur programında yer alan uzun yolculuklar	3	7,1
Kültürlerarası farklılıklar	3	7,1
Turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesi	2	4,8
TOPLAM	**42**	**100**

Tablo 15'e bakıldığında tur organizasyonunda acenta kaynaklı yaşanan problemlerin turist rehberlerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarını tetikleyen olay ve durumların büyük çoğunluğunu oluşturduğu görülmektedir. Rehbere karşı istenmeyen turist davranışlarını tetikleyici olay ve durumlara yönelik turist rehberlerinin dile getirdikleri ifadelerde tespit edilen 42 farklı kodun 29'unu (%69) tur organizasyonunda acenta kaynaklı yaşanan problemler oluşturmaktadır. Olumsuz hava şartlarının turistlerin rehbere karşı istenmeyen turist davranışları sergilemesine yol açtığını bildiren 5 kod toplamın %11,9'unu meydana getirmektedir. Tur programında yer alan uzun yolculuklar ile ilgili 3 tetikleyici olay ve durum kodu toplamın %7,1'ini oluşturmaktadır. Kültürlerarası farklılıkların tetikleyiciliğine ilişkin 3 kod %7,1 orandadır. Turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesinin turistlerin rehbere karşı istenmeyen davranışlar sergilemesini tetiklediğiyle ilgili ise 2 kod (%4,8) bulunmaktadır.

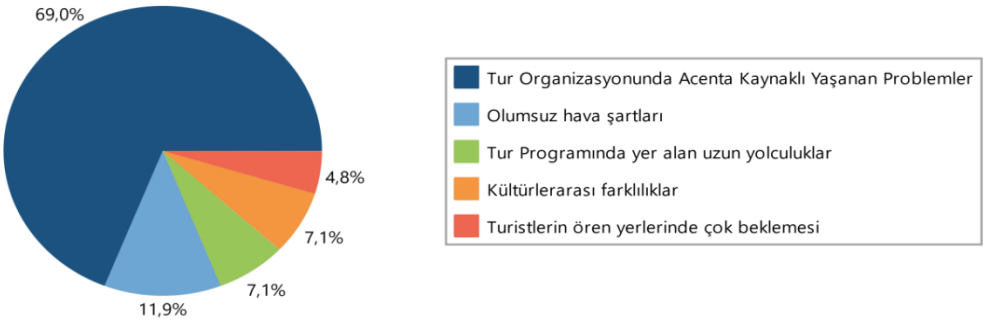
Araştırmada, seyahat acentalarından kaynaklanan tur operasyonunda yaşanan problemlerin rehbere karşı istenmeyen turist davranışlarını tetiklediği ortaya çıkarılmıştır.

Seyahat acentalarından kaynaklanan tur operasyonunda yaşanan problemler hakkında:

R11: *"Otelin kötü olması, sabah kahvaltısının beğenilmemesi yetersiz bulunması, turistin oda değişikliği isteyip odasının değiştirilemiyor olması bunların yarattığı gerginlikler….İşte bahsettim seyahat acentasının taahhüt ettiği mesela bir tur aldın sen gittin Konya'ya 750 liraya da aynı tur vardı sen gittin oteli daha iyi diye 1000 TL ödedin turu aldın. 5 yıldızlı otel diyordu ama baktın üç yıldızlı çıktı. O anda nevrin dönmüş oluyor. İsterse İlber Ortaylı'yı acenta sana rehber olarak vermiş olsun yahu o durumda senin rehberin İlber Ortaylı olsa ne fayda? direk şirretliğini, nezaketsizliğini ortaya koyuyorsun grup ortamında.*" şeklinde bir söylemde bulunarak seyahat acentalarının turistlere taahhüt ettiği hizmetleri olması gereken biçimde sağlamayışını vurgularken bu durum yüzünden turistlerin kendisine yönelik kaba davranışlar sergilediğini belirtmektedir. Benzer şekilde R1: *"Tur kötü gittiğinde yani bir paket turu düşünün bir yerde kötü bir program yapıldıysa acentadan kaynaklı neden böyle diyorum çünkü rehber acentanın verdiği programı uygular. Rehberin görevi acentanın verdiği programı uygulamaktır. Çok programın dışına çıkmazsınız çünkü zaten yetişemezsiniz…Bunun da hani aslında sorumlusu seyahat acentasıdır. Çünkü o öyle bir program yapıyor ki bazen işte diyor orada çay içeceksiniz şurada güneşin batışını izleyeceksiniz ama ortada öyle bir zaman yok yani. Eee bu sefer ne oluyor hani diyor güneşin batışını seyredemedik. Yetişemiyorsunuz işte şurada şunu yapamadık burada bunu yapamadık. Bu sefer ne oluyor tepki oluyor bu nasıl acenta bu ne biçim rehber gibilerinden işte."* söylemiyle acentaların tur programına ilişkin turistlere verdiği abartılı vaadlerini tutmaması yüzünden turistlerin kendisine aşırı tepkilerde bulunduğunu belirtmektedir. R1'in konuya ilişkin paylaşıklarına benzer bir ifade aktaran R3: *"Daily city tour acentalarının tur satabilmek için broşürlerine şişirerek bol bol yazdıkları ziyaret yerlerini gezebilmek için hızlı ve kısa ziyaretlerin yapılma zorunluluğu..."* ifadesiyle acentaların, tur programlarını turistlere satabilmek amacıyla tur programlarına kasıtlı olarak abartılmış biçimde fazlaca ziyaret yeri yazdığını bu durumun rehber olarak kendisini hızlı ve kısa ziyaretler yaptırmak zorunda bıraktığını vurgulamaktadır. R3, acentalar tarafından programı şişirilmiş turlar sebebiyle ziyaret yerlerine kısa zaman ayrılması, turistlere az zaman tanınması ve gidilen yerlerin hızlıca geçilmesinin turistlerin kendisine istenmeyen

davranışlarda bulunmasına yol açabildiğini belirtmektedir. Konuya ilişkin R32 ise: *"Kendisine vaad edilen programdan en ufak bir taşma olduğu zaman yansıtabileceği kişi rehber çünkü muhatabı rehber, sürekli yanında olan kişi rehber. Ne bileyim işte siz beş yıldızlı otelde kalacaksınız derken dört yıldızlı otele getirildiğinde gruptan biri diyor ki işte diyor sen bizi dört yıldızlı otele getirdin. Anlaşmamızda böyle bir şey yoktu. İşte ben bunun hemen düzelmesini istiyorum gibi söylenip serzeniş yapabiliyor yani. Şey yaşandı mesela acenta misafire demiş akşam yemeği var diye akşam yemeği yok zaten bir çok turda da akşam yemeği olmaz yani turda. Acentalar kandırıyor biz muhatap olmak durumunda kalıyoruz müşterinin çıkışlarıyla. Akdeniz tarafından toplama turlar gelir mesela otellerden toplanır misafirler ikna yoluyla gelirler. Acentalar da onları kandırmak için bazen abartırlar pazarlama noktasında işin. Olmayacak şeyi dahi olacak derler işte balon kesin uçacak derler bizim en çok yaşadığımız bölgesel sorunlardandır ben Kapadokya'ya çalışıyorum mesela misafir gelir buraya balon uçmaz ondan sonra misafir kime sataşacak sataşabileceği tek biri var o da rehber yani."* ifadesiyle tur programını oluşturan rehber harici hizmet unsurlarının söz verildiği biçimde turistlere sunulmamasına dikkat çekerek bu tür olayların turistlerin rehberine karşı agresifleşmesine yol açtığını ortaya koymaktadır. R32'ye benzer şekilde seyahat acentalarının tur organizasyonundaki kurnazlıklarına değinen R10: *"...Ha şunu da belirtmek lazım acentaların da bazı kurnazlıkları var. Mesela bazen acentalar çok küçük harflerle yazıyorlar bazı şeyleri turistler fark etmesin diye. Atıyorum bir hafta Türkiye 250 Euro ama şimdi 250 Euro dediğin zaman küçük küçük yazılar halinde yazıyorlar buna müzeler dahil değil. Anlatabiliyor muyum? Müze girişleri dahil değil diğer başka bazı şeyler dahil değil. Ama sen turda müzeye gireceksin para toplaman lazım ha işte o zaman ohoo müşteriler diyor ki ama biz her şey dahil geldik. Yani bunlar içinde değil o paraya. Müşterinin onu okumaması ya da acentanın onu kasıtlı olarak küçük küçük harflerle yazması bize patlıyor. Yani bir reklam görüyor 250 Euro Türkiye. Aslında müze girişleri, bazı aktiviteler dahil değil belirli şeyler dahil değil. Her şey dahil dediği acentanın aslında orada işte otobüsü temin ediyor rehberi temin ediyor oda kahvaltı ya da yarım pansiyonu temin ediyor. Müze girişlerini, diğer aktiviteleri vs. düzgünce belirtmediği müşteri bilmediği zaman bu sefer bana carlayabiliyor."* söylemiyle seyahat acentlarının tur fiyatına dahil olmayan unsurları net bir şekilde belirtmekten kaçındığını böyle durumlarda turistlerin kendisine karşı agresifleştiğini vurgulamaktadır. Konuya ilişkin R4: *"Bu çoğu zaman adamın algıladığı diyelim yani*

müşterinin satın aldığıyla otel, restoran, tur programı vesaire gerçekleşenin farklı olmasından kaynaklıdır. Tur programının, otelin, restoranın adamın satın aldığıyla, hayal ettiğiyle uyuşmaması en büyük nedendir. Bunlar yüzünden müşteri bize sözleriyle saldırmaya saldırganlaşmaya başlıyor." ifadesiyle turistlerin seyahat acentalarından satın aldıkları turlarda vaad edilen ile turda gerçekleşenin farklı olmasının turistleri kendisine karşı sözlü saldırganlık davranışlarına yönelttiğini ortaya koymaktadır.



Şekil 9. Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışlarını Tetikleyen Olay ve Durumlar

Seyahat acentalarının kötü tur operasyonları ve tur otobüsü ile ilgili problemler hakkında:

R33: *"Otobüs istediğin gibi karşına çıkmaz. Operasyonel nedenlerden dolayı da adamın direkt tura negatif başladığını görebilirsin. Ama genelde operasyoneldir yani genelde operasyonla ilgili oluyor bunlar. Tur iyi ayarlanmamıştır. Acentanın suçudur. Otobüs iyi değildir ve yahutta program iyi ayarlanmamıştır."* ifadesiyle tur programının iyi organize edilmemiş olması ve otobüsün kötü olması durumunun turistleri turda rehbere karşı negatif bir tavır takınmaya sevk ettiğini dile getirmektedir. Benzer bir şekilde R26: *"...Tur otobüsüyle ilgili yaşanan aksaklıklar. Yani, otobüsün kötü olmasından..."* diyerek tur otobüsünün kötü olması ve otobüsle ilgili yaşanan aksaklıklara dikkat çekmektedir. R26'nın görüşü paralelinde tur otobüsüne değinen R21: *"Otobüsün beğenilmemesi, otobüsün bozulması, teknik aksaklıklar da..."* ifadesiyle tur otobüsünün arıza yapması durumuna değinmektedir.

Çalışmada, olumsuz hava şartlarının turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışlarını tetikleyebildiği ortaya çıkarılmıştır.

Olumsuz hava şartları konusunda:

R17: *"Uçak, İstanbul'dan iki buçuk saat kadar geç kalktı çünkü hava şartları uygun değildi inişe. Tamamen hava şartlarıyla ilgili kimsenin hiçbirşey diyemeyeceği bir durumdu. Dolayısıyla Trabzon'a geç indik geç başladık ve öğle yemeği saat üçlere kaldı. Doğrudan şahsıma, Ne biçim iş yapıyorsun? Böyle planlamamı olur? Böyle tur mu olur? Bu saatte yemek mi olur? İki saat buraya geç indik zaten dedi. Ama ağzına geleni söyledi çok bağırdı. Ben sırf bu yüzden bir araba laf yedim bağırdı çağırdı müşteri ağzına geleni söyledi."* ifadesiyle olumsuz hava şartları nedeniyle tur programında yaşanan gecikme yüzünden bir turistin kendisine bağırdığını ve sözlü hakaretlerde bulunduğunu belirterek olumsuz hava şartları sebebiyle başına gelen bir istenmeyen turist davranışı deneyimini dile getirmektedir. Benzer bir şekilde hava muhalefeti nedeniyle yaşanan uçuş rötarına dikkat çekerek R33: *"…Ya bir sürü etken var bununla ilgili o gün havadan dolayı uçak rötar yapmıştır. Tur başlayacaktır akşam geç inmişizdir."* söylemiyle olumsuz hava şartlarının yol açtığı uçuş rötarları sebebiyle tur programında sarkmalar yaşanmasına değinmektedir. Olumsuz hava şartları ile ilgili farklı bir konuya değinen R23: *"…Mesela Kapadokya'da balon uçuşları gerçekleşmediği gün hiç kimseyle alakası yok bunun ne acentayla ne bizlerle hava durumundan dolayı balon uçamıyor mesela. Ee biz bütün gün o turistin keyfini yerine getirmeye çalışıyoruz. Bazen acısını bizden çıkarıyorlar"*. ifadesiyle bazen Kapadokya'da balon uçuşlarının hava muhalefeti sebebiyle gerçekleşmeyebildiğini bu yüzden turistlerin keyfinin kaçtığını ve bu durumu kendisine yansıtabildiklerini aktarmaktadır. R3 ise: *"…Meteorolojik şartlarda olumsuzluk da bir etken…Saraylar ve müzelerin hiçbirinde güneş, rüzgâr, yağmur, kar, fırtınada kuyrukta bekleyecek ziyaretçilerin sağlığı düşünülmemiş sığınacak hiçbir yer yok."* söylemiyle meteorolojik şartlarda yaşanan olumsuzluklara dikkat çekmektedir.

Araştırmada, tur programı gereği yapılan uzun yolculukların turistlerin rehbere karşı istenmeyen davranışlar sergilemesine yol açabildiği ortaya çıkarılmıştır.

Turistlerin tur programı gereği uzun yolculuklar yapması hakkında:

R14: *"…Turistlerin yorgunlukları, mesela uçak yolculuğundan sonra yorgun geliyor. Uzun mesafeli yolculuklardan sonra yorulabiliyorlar. Çok yorulduklarından*

gergin oluyorlar." ifadesiyle uzun yolculukların turistleri yorduğunu ve yorulan turistlerin gerginleştiğini belirtmektedir. Turistlerin uzun yolculuklar yapmasına benzer bir şekilde değinen R19: *"Otobüste bekleyen müşteri geriliyor. Uzun otobüs yolculukları bu davranışlara sebep olabiliyor."* şeklinde söylemiyle turistlerin uzun yolculuklardan sonra gerilebildiğini ve bu yüzden rehberine karşı istenmeyen davranışlar sergileyebildiğini dile getirmektedir. R33 ise: *"Çok yol yapıp otele geç varınca…"* ifadesiyle turda uzun mesafeli yolculuklar yapan turistlerin otele geç varış yapması durumuna dikkat çekmektedir.

Araştırmada kültürlerarası farklılıkların turistlerin rehbere karşı istenmeyen davranışlarda bulunmasına yol açabildiği tespit edilmiştir.

Kültürlerarası farklılıklar konusunda:

Kültürlerarası farklılıklar durumuna yaşadığı bir deneyimden bahsederek değinen R16: *"Kültürlerarası farklılıkları algılayamıyor bazıları. Türk bir müşterim İspanya'dayken vay efendim kahvaltıda nasıl zeytin olmazmış. Zeytin peynirsiz kahvaltı mı olurmuş gibi bana söylenip çıkışmıştı. Onlarda kaşar peyniri gibi farklı bir peynir var ama zeytin tüketmiyorlar. Anlatıyorsun bunu anlamak istemiyor turist ben uğraşıyorum sonra."* ifadesiyle yemek kültürü anlamında gidilen destinasyondaki farklılıkları kabullenemeyen turistin kendisine sert bir şekilde tepki gösterdiğini belirtmektedir. Benzer bir şekilde R5: *"Eğer çok farklı kültürden gelmiş karmaşık bir grubunuz varsa bu durum olumsuz davranışlara ortam hazırlayabiliyor."* söylemiyle farklı kültürlerden gelmiş insanlardan oluşan karmaşık turist gruplarının rehbere karşı olumsuz davranışlara ortam oluşturduğunu ortaya koymaktadır. R13 ise: *"Latinler farklı bir kültürel yapıya sahipler. Latin Amerika ülkelerinden gelen misafirlerle çalışıyorum ben. Tabi biliyorsunuz orada inanılmaz bir ekonomik adaletsizlik de var. Orada zengin fakir arası sınıflar çok ayrıktır belirgindir. Siz rehber olarak grubun sevk ve idaresinde bir takım prensipler ortaya koyunca ister istemez buna katlanamıyorlar."* ifadesiyle farklı bir kültürel iklime sahip olan ve sosyal sınıflar arası ayrımın belirgin olduğu toplumlardan gelen turistlerin, rehberin turda ortaya koymak durumunda olduğu prensiplerine uyum göstermediğini ve rehberin otoritesini kabullenmekte güçlük çektiğini belirtmektedir.

Araştırmada, turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesinin rehbere karşı istenmeyen davranışları tetikleyebildiği ortaya çıkarılmıştır.

Turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesi konusunda:

R3: *"Turistler çok beklemek zorunda kaldıysa. Mesela Eyüp-Pierre Loti teleferiği uzunluğu 400 metre süresi 1 dakika ama bazen binmek için 40-45 dakika kuyrukta beklemek gerekiyor. Turist benle münakaşaya giriyor ama aslında haklı olarak şikâyet ediyor."* ifadesiyle çok fazla beklemek durumunda kalan turistlerin kendisiyle tartıştığını dile getirmektedir. Konuya ilişkin benzer bir şekilde R18: *"Turist vaar turist var. Kimi dört saat bekliyor olur böyle şeyler deyip çay içmeye geliyor yanına. Kimi de o dört saat boyunca sana söylenip konuşmayı tercih ediyor."* söylemiyle turistlerin bir kısmının çok fazla beklemeye tahammül edemediği ve bu yüzden rehberine söylendiğini dile getirmektedir.

Araştırma kapsamında katılımcı turist rehberlerine kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etme yöntemleri sorulmuştur. Katılımcıların soruya ilişkin yanıtlamaları doğrultusunda çalışmada, özellikle seyahat acentalarından kaynaklanan operasyonel problemlerin yol açtığı istenmeyen turist davranışlarında rehberlerin kendilerinin sorumluluğunda olmayan hususları turistlere açıklama yöntemini tercih ettikleri ortaya çıkarılmıştır. Bunun yanı sıra, çalışmada turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen davranışlara karşı turistlerin gözünde seyahat acentasını savunur bir duruma düşmemeye özen gösterdikleri, seyahat acentasından yana taraf olmamayı bir çözümleme yöntemi olarak kullandıkları ortaya çıkarılmıştır.

Seyahat acentalarından kaynaklanan operasyonel problemlerin yol açtığı istenmeyen turist davranışlarında rehberlerin kendilerinin sorumluluğunda olmayan hususları turistlere açıklama yöntemi ve seyahat acentasından yana taraf olmadığını gösterme yöntemi konusunda:

R22: *"Ben baştan söylüyorum. Otelleri ben seçmiyorum, programı ben yapmıyorum, otobüsü ben seçmiyorum yani ben dosyayı havaalanında alıyorum. İşin mutfağı bana ait değil. Yani biliyor ki ben bunlardan sorumlu değilim. Bir şey olduğu zaman ben müşterinin ses tonundan bana yaklaşımından anlıyorum onu beni sorumlu görmüyor. Hatta pek çok kez ekliyorlar hatta bu sizin sorumluluğunuzda değil ama kahvaltı böyle oda şöyle otobüs böyle diyorlar. Yardımcı olabileceğim yapabileceğim bir şey varsa yapıyorum. Odayı değiştirebilirim varsa mesela ama tutup da ben oteli değiştiremem acentanın seçtiği oteli....Olabildiğince dinlerim.*

Acentaya sorunu ileteceğime dair söz veririm. Daha yumuşak, yatıştırıcı konuşurum. Şayet grup içerisinde sormuşsa otobüste sormuşsa grup yada içinde grubun önünde sormuşsa söylenmişse olabildiğince taraf olmadığımı hissettiririm. Ama doğru davranış birebir tartışmamaya girmemek. Olabildiğince turistten yana tavır takınıp acentayı savunur duruma düşmemek gerekir. Acentayı savunacak olursanız turist sizi acenta yerine koyar." ifadesiyle tur başlangıcında turist grubuna bir rehber olarak kendisinin sorumluluğunda olmayan operasyonel unsurları açıkladığını, kendisiyle bu gibi sebeplerle problem yaşayan turist olduğunda ise acentayı savunmadan taraf olmadığını göstererek turistle sakin bir şekilde iletişim kurarak birebir tartışmaya girmekten kaçındığını belirtmektedir. Bunun yanı sıra R22, rehberin acentasını savunması halinde turistin rehberi acentanın yerine koyup rehberi acenta olarak göreceği görüşünü ifade etmektedir. Empati yapmanın önemini vurgulayan, R22'ye benzer biçimde görüş bildiren R34 ise: *"Empati yapıp kendinizi o müşteri yerine koyduğunuz anda olaylar müşteri tarafından direkt rehbere aksettirilmez. Rehber kendi şahsi hakkını korumak zorunda ama eğer taraflı bir şekilde rehber acentasını savunmaya başlarsa bu müşteride daha da agresiflik yapar. İş o zaman farklı noktaya gidebiliyor"* şeklinde söylemde bulunarak turist rehberinin acentasını savunması durumunda rehbere karşı istenmeyen davranış sergileyen turistin daha fazla agresifleşebileceğini dile getirmektedir. Seyahat acentasını savnunur konuma düşmemenin önemi hakkında benzer şekilde R35: *"Böyle şeylerde acentanın sorumluluğunda olduğunu söyleyip hatta müşteriye gerekli olan yazıyı birlikte yazalım şu bu falan deyip bizim yapabilecek bir şey olmadığımız noktasında onları ikna etmeye çalışıyoruz. Ben diyorum günlük çalışıyorum yani onların bir çalışanı değilim. Serbest çalışan bir rehberim. Ücret olarak onlarla günlük anlaşıyorum diyorum."* şeklinde görüş belirterek kendisiyle sorun yaşayan turiste acentanın sorumluluklarını vurguladığını ve taraf olmamak adına kendisinin seyahat acentasının devamlı bir çalışanı olmadığını özellikle belirttiğini ifade etmektedir. Rehber, seyahat acentasına karşı turistlerin haklarını korumadığı taktirde turistlerin rehberine karşı cephe aldığı görüşünü ortaya koyan R8 ise: *"Onların haklarını göz etmediklerini düşündükleri an size karşı cehpe alırlar. Burada anne babalık duygusu işe yarar. Sonuçta ben 35 yaşında bir insanım 60-70 yaşında insanlara laf anlatmaya çalışıyorum ama ikinci günden sonra onlar size artık sahiplenilmiş duygusuyla yaklaşmaya başlıyorlar. Sizle bir iki gün geçirdikten sonra sizi bireysel olarak kabul ediyorlar. Dolayısıyla onların haklarını göz etmediğinizde esnafa karşı, restorancıya*

karşı, acentaya karşı bile siz ne kadar acentayı temsil eden biri olsanız bile onların rehberisiniz. Dolayısıyla onlar sizin onları acentaya karşı da korumanızı beklerler. Bakın ne kadar acenta rehberi olsanız da onların haklarını acentaya karşı savunmanızı beklerler. Dolayısıyla onların haklarını savunmadığınızda size karşı cephe alırlar. Turun akışı o saatten sonra değişir…Hani onlar eğer size güveniyorlarsa bu tür sorunları bertaraf edebiliyorsunuz. İnanın bu çok kolay oluyor. Üçüncü gün, dördüncü günden sonra eğer size inanıyorlarsa bu tip sorunlarla size gelmiyorlar bile kendileri gidip çözüyorlar. Bu tamamıyla sizin verdiğiniz güvenle alakalı." ifadesiyle turistlerin seyahat acentasının sebep olduğu haksızlıklara karşı rehberlerinin onları savunmasını beklediği bu durumun gerçekleşmemesi halinde ise turistlerin rehbere yönelik düşmanca tavırlar takındığını belirtmektedir. Bunun yanı sıra, R8 rehberin turist grubu üzerinde güven duygusu geliştirmesi gerekliliğinin önemine dikkat çekmektedir. Turist rehberinin sorumlulukları dışında kalan hususları turist grubuna ifade etmesinin ehemmiyetine vurgu yapan R29: "*Saygı çerçevesinde benim muhatap olmadığım konuları bildiririm. Onun dışında acentayla konuşmalarını söylerim. Baş edemediğim durumlar da oluyor. Bütün gün adamın şikayetiyle uğraşmak zorunda kalıyorum. Sabır sabır sabır işi işte rehberlik."* söylemiyle istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmekte güçlük yaşamasına sebep olan durumlarla karşılaşabildiğini belirtmekte ve turist rehberliği mesleğinin sabır gerektiren bir meslek olduğuna değinmektedir. Rehberin görev ve sorumlulukları dışında kalan hususları turistlere açıklamanın gerekliliğine benzer şekilde değinen R18: *"Mesleğimin ilk yıllarında çok yıpranıyordum. Bu tür şeyleri çözemediğim için. Tüm ayrıntılarına kadar herşeyi baştan gruba açıklamak lazım. Bu çok önemli bunu yaptıktan sonra uygulama aşamasına geldiğiniz zaman sorun olduğunda şikayet aldığınız zaman siz sorumluluğu üstünüzden almış oluyorsunuz. Ben size şunu şunu sınırlarıyla ayrıntılarıyla da anlattım diyerek. Bu da kafa rahatlığı sağlıyor. Bu saatten sonra hala sorun yaratan insan oluyorsa yapacak bir şey yok bu onun problemi. İnsanların sorabilecekleri en saçma sorudan en aptal soruya kadar en başından düşünüp onlara baştan anlatıyorum. Şurası da söyleymiş diyemiyor o zaman. Çünkü koşullar benim sorumluluğumda değil. Yolumuzun üzerindeki dinlenme tesisinin pisliği benim sorumluluğumda değil işte bir yere gidiyoruz oradaki sıra benim sorumluluğumda değil vesaire yapacak bişey yok yani. Sorunlarının benlik olmadığı genelde belli bir şey zaten. Sorununuzu şu kurumlara şuralara iletebilirsiniz. Gerektiğinde haklısınız*

demeli. Hak vermelisiniz insanlara. Şeye de karşıyım insanlara haksız muamelesi yapmamak lazım. Hani salak muamelesi yapmamak lazım onlara kesinlikle senin hak ettiğin bu değil daha iyisi. Turda beraberiz ben de görüyorum ben de aynı şeylerden müzdaribim dediğiniz zaman. İnsanlarla aynı anda şikayet ettiğiniz söylendiğiniz zaman yani aslında anlaşılmak istiyor insanlar." söylemiyle turistlerin haklı oldukları durumlarda kendilerine hak verilmesi beklentisinde olduğunu bir bakıma anlaşılmayı talep ettiği görüşünü ortaya koymaktadır. R18, turistler ve rehberin tur ortamını beraber paylaştıklarına ve zaman zaman aynı kötü koşullara birlikte maruz kaldıklarına da vurgu yapmaktadır.

Seyahat acentasından kaynaklanan problemlere ilişkin R1: *"Bizim işimiz arayı bulup isteklerini mümkün olduğunca yapıp onları memnun etmek. Acenta kaynaklı sorunlarda iyi bir dille müşteriye neyin neden kaynaklandığını anlatmak. Müşteriyle sorunun tıkandığı yerde de istiyorsanız şikayet oluşturabilirsiniz derim yani."* ifadesiyle acentanın sebep olduğu problemleri turiste uygun bir dille izah ettiğini ve turistin kendisiyle bu anlamda yaşadığı sorunun aşılamadığı noktada ise kişiyi acentaya şikayet etmeye yönlendirdiğini belirtmektedir.

Turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmenin güç olduğunu ifade eden R2: *"Valla çok zor. Bazen alttan alıyosunuz bazen kavga ediyosunuz. Bayağı kavga gürültü oluyor yani.Özellikle türk gruplarla otoritenizi dinlemediği zaman. Psikolojik anlamda bir şiddet görmüş gibi oluyorsunuz. Genellikle pek güçlü olmuyoruz. Çünkü acenta programın aksamamasını istiyor onun dışındaki bütün sorunları rehbere yüklüyor. Yani şikayet de almasın istiyor. Hepsi beraber biraz zor."* şeklinde görüşüyle özellikle yerli turistlerin rehber olarak kendisinin otoritesini tanımadığı durumlarda kimi zaman kendisi ve grupta yer alan turistlerle kavga ortamı oluştuğunu belirtmektedir. Buna ek olarak R2, seyahat acentalarının kendilerine şikayet gelmemesi ve tur programında herhangi bir aksama olmaması gibi talepleri olduğunu ancak turda oluşan sorunlarda acentaların tüm sorunları rehberin üzerine yüklediğini vurgulamaktadır.

4.3.7. Turist Rehberlerinin İstenmeyen Turist Davranışlarıyla Baş Etme Yöntemleri

Çalışmada turist rehberlerinin kendilerine yönelik istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede sözlü uyarıda bulunma yöntemini uyguladıkları ortaya çıkarılmıştır.

Sözlü uyarıda bulunma konusunda:

R31: *"Grup içerisindeyken kibar şekilde uyarıyorum. Grupla birlikteyken başka türlü uyarmak doğru olmaz. Müsait bir zamanda gruptan ayırarak bir köşeye çekerek konuşuyorum durumu izah ediyorum. Kurallara riayet etmesi gerektiğini belirtiyorum."* ifadesiyle kurallara uymayıp kendisine zorluk çıkaran turistler olduğunda o kişiler gruptan ayrı bir andayken uyarıda bulunmanın daha doğru bir yaklaşım olacağını belirtmektedir. Benzer şekilde R14: *"Uyarırım bana davranışının sebebi bilmediği birşeyse açıklama yaparım.Hizmet açısından aynı zevk ve keyifle tura devam edemiyorum öyle davranışlarla karşılaştığımda."* söylemiyle kendisine karşı istenmeyen turist davranışı gerçekleştiren turistleri uyardığını eğer kişi davranışı bilmediği bir şeyden ötürü gerçekleştirdiyse açıklamada bulunduğunu ifade etmektedir. Bunun yanı sıra R14, kendisine yönelik istenmeyen turist davranışlar gerçekleştiğinde tura aynı zevk ve keyifle devam edemediğini belirterek bu tür davranışlardan mesleki tatmin anlamında olumsuz etkilendiğini vurgulamaktadır. R16 ise: *"Çok mu sorun yaratıyorlar. Bakın ben sizi 12'de öğlen sıcağında sokardım efese o zaman görürdünüz. O zaman değerimi anlarsınız. Benim için sorun değil ben takarım şapkayı yürürüm. Ağustos sıcağında efes 48 derece falan olur genelde öğlende inanılmaz sıcak olur. Gerektiğinde gözdağı veririm yani söylerim bu tarz şeyler. Komutlarıma uymayan kişiler olduğunda uyarıyorum ikaz ediyorum. Bu kişiler zamanlamayla ilgili bana sıkıntı yaratacak kişilerse sizi bırakırım taksiyle gelirsiniz diyorum. Bırakıyorum da böylelerini. Bir defa taksiye para verdiklerinde tur boyunca mum gibi oluyorlar."* ifadesiyle turda kendisine sorun yaratan turistler olduğunda gruba göz dağı verecek söylemlerde bulunduğunu ayrıca bir rehber olarak komutlarına uymayan turistleri uyarıp ikaz ettiğini belirtmektedir. Buna ek olarak R16, turistler kendisine zamanlamayla ilgili sıkıntı yarattığında onları geride bırakmakla tehtid ettiğini zamanlamaya uymayan ve bu davranışlarına devam eden kişiler olduğunda ise bu kişileri arkada bıraktığını vurgulamaktadır. Ayrıca R16, bir defa grubun arkasında bırakılıp taksiyle gelen turistin bir daha zamanlamaya uymak

ile ilgili bir sorun yaratmadığını dile getirmektedir. Zamanlamaya uymayan, turda uyulması gereken kuralları hiçe sayan turistlere taviz verilmemesi gerektiğini vurgulayan R26: *"Ben nasıl desem pek taviz vermeyen bir rehberim. Yani zamana uymuyorsa geride bırakırım taksiyle gelir. Siz taviz vermezseniz yapamıyorlar. Turistler de biraz rehberine göre şekil alıyor. Ben tecrübemi hissettiriyorum. Kurallar konusunda katı olduğumu anlıyorlar. Bana ne yapamayacaklarını biliyorlar. Biraz da bunun sayesinde belki çok az karşılaştım böyle şeylerle."* ifadesiyle zamanlamaya uymayan turistleri geride bıraktığını bu kişilerin taksiyle gelerek gruba yeniden katıldığını belirtirken, turistler üzerinde tecrübesini hissettirdiğini ve kurallar konusunda katı olan otoriter bir rehber olduğunu turistlere algılatabilmesi sayesinde kendisine yönelik istenmeyen turist davranışlarıyla çok az karşılaştığını vurgulamaktadır.

Uyarılan turistlerin kendisine çeki düzen verdiğini belirten R35: *"Böyle şeyler olduğunda hepimiz için gruptaki herkes için gereği şekilde uyarmaya çalışıyoruz. Turda anlattıklarımdan herkesin istifade edebilmesi için güzel ve sorunsuz bir tur olabilmesi için yaptığım şey dinlenilmediğimi fark ettiğimde genelde dikkatinizi buraya çekmek istiyorum diyorum. Çoğu zaman işe yarıyor. Bu davranışları yapan kişiler onları uyarınca kendilerine çeki düzen veriyorlar. Diğer kişilerin turdan istifade etmesini ön plana çıkardığınız zaman bu sefer gruptaki diğer kişiler kendi menfaatlerine dokunacak bir anti hareketi bir karşı hareketi de tolere edemeyeceklerinden bu sefer o harekete girişen kimseleri hedef alıyorlar. Bu bayağı işe yarıyor"* ifadesiyle rehberin turistleri uyarmasının çoğu zaman işe yarar bir yöntem olduğunu, söylem olarak rehberiyle uyumlu ve sorunsuz turistlerin turdan istifade edebilmesini ön planda tutan tercihler yaptığında uyumlu turistlerin uyumsuz davranışlar sergileyenleri hedef aldığını problemli kişilerin diğerleri tarafından pasifize edildiğini ortaya koymaktadır. R15 ise: *"Sözle müdahale ediyorum gerektiğinde susturuyorum. Mantıklı bir şekilde açıklıyorum üzerime geldikleri şeyleri."* şeklinde görüş bildirerek sözlü uyarılarla turiste müdahalede bulunduğunu gerekli gördüğü taktirde kişinin susmasını sağladığını belirtirken turistin üzerine geldiği hususlarla ilgili kişiye makul ve akla uygun açıklamalar yaptığını ifade etmektedir. R21:*"...Lafla karşılık veririm. Uyarırım. Lafımı asla sakınmam. Gerekirse de turdan atarım."* söylemiyle kendisine yönelik istenmeyen davranış sergileyen turistlere karşı lafını sakınmadığını sözlü bir şekilde karşılık vererek bu

kişileri uyardığını gerekli görmesi halindeyse rehber olarak yetkisini kullanıp kişiyi turdan attığını ifade etmektedir. R27 ise: *"Başlarda olabildiğince sabırlı davranıyorum canım cicim diyerek nabza göre şerbet vererek yani. Tabi duruma göre de değişir. İnsan enerjisi tükendikçe şarjı azaldıkça sabrı da azalıyor. O anki durumuma göre de değişiyor. Çoğu zaman lafımı esirgemem söyleyeceğimi söylerim."* şeklinde görüş bildirerek sabırlı olmaya çalıştığını duruma göre davransa da çoğunlukla sözlü uyarıda bulunmayı tercih ettiğini ifade etmektedir.

Araştırmada, turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarında aşırılık olmadığı müddetçe kibar üsluplarını korumaya çalıştıkları, saygı sınırını aşmadan, sabırlı olmaya özen göstererek durumu alttan aldıkları ortaya konmuştur.

Kibar üslubu korumaya çalışmak, saygı sınırını aşmamak, sabırlı olmaya özen göstererek alttan almak ve sakin kalmak konularında:

R4: *"....Ben hep mümkün olduğunca kibarlığı bozmadan ve o bana sen dese bile hep siz diye hitap ederek iletişim kurarım. Bu bir taktiktir yani o kişiye inatla siz diye hitap ederseniz seviyesini düşürmez laflarına dikkat etmeye başlar"* ifadesiyle kendisiyle problem yaşayan turistle iletişiminde özellikle "siz" hitabını ısrarla kullanmayı bir yöntem olarak tercih ettiği bu şekilde turistin kendisiyle münakaşasında kişinin belirli bir seviyeyi korur vaziyet almasını sağladığını belirtmektedir. Turiste kibar bir biçimde yaklaşmaya çalıştığını ifade eden R5 ise: *"Çok ekstrem bir şey olmazsa, böyle durumlarda kibar olmaya çalışıyorum. Oluşan bir durum veya yaşanan bir olay buna sebep oluyorsa yaşanan ile ilgili açıklama yaparım. Karşı tarafı ikna etmeye çalışırım. Kişi aynı söylemlere ve davranışlara devam ediyorsa duymamazlıktan gelirim yokmuş gibi yaparım."* söylemiyle kibar bir tavır takındığını ve duruma ilişkin açıklama yaparak turisti ikna etmeyi denediğini, kişinin aynı tavırlarına devam etmesi halinde o turisti görmezden geldiğini dile getirmektedir. R23 ise: *"Ya şöyle kibar olmaya çalışıyorum. Hiçbir zaman bunun aksi olmadı kibarlığımı bozmadım. Kendimi sakinleştirmemin tek yöntemi maksimum iki gün daha göreceğim insanlar deyip ya o şekilde kendimi sakinleştiriyorum. Ya şey yani hiçbir şekilde münakaşaya tartışmaya girmiyorum çünkü bu ülke için kötü bir durum hem benim ilerleyen turlarım zarar görebilir bundan dolayı insan ister istemez müşteri her zaman haklıdır moduna girdiği için. Ya alttan alıyoruz yapacak bir şey yok yani. Şöyle de bir durum var biz orayı yüzlerce kez görüyoruz ama*

misafirler bir kere görmeye geliyor. Ne olursa olsun memnun etmek lazım." ifadesiyle kibar olmaya çabaladığını, kendisini bu turistleri bir süre sonra görmeyeceği düşüncesiyle telkin ederek sakinleştirmeye çalıştığını belirtmektedir. Ayrıca, R23 bir rehber olarak kendisinin o ören yerini defalarca ziyaret ettiğini ancak turistlerin orayı bir defa görmeye geldiğini vurgulayarak turistlerin kendisine karşı söz konusu davranışlarında alttan aldığını ifade etmektedir. Benzer bir biçimde söz konusu davranışlara karşı alttan aldığını belirten R33: *"Vallahi sinirlerimiz alınmış bir şekilde hareket etmeye çalışıyoruz. Abzorbe ediyoruz her seferinde yani. Bir şekilde alttan alarak orta yolu bulmaya çalışıyoruz. Grubu aldığınızda zaten kırk kişi karşınızda var. İlk gün böyle bir şeyler sezinlediğim zaman ben kendim biraz daha o adama yakın olmaya çalışıyorum. Adamın huyuna gitmeye çalışıyorum. Otele vardığımızda veya boş zaman verdiğimizde yakın davranıyorum. Öyle olunca zaten olay patlak vermeden halledilebiliyor. Bir de şöyle bir durum var bazı gruplarda kalabalık gelenler oluyor. İşte adam iki aile gelmiş bunlarda biraz daha eküri motivasyonu oluyor. Onlar daha çok sıkıntı yaratıyor. O yüzden ben turlarımda bakıyorum öyle varsa iki üç aile birleşip gelmiş onlara biraz daha böyle ılımlı davranıyorum…"* ifadesiyle söz konusu davranışlara karşı alttan almaya çalıştığını, sakin olup bir rehber olarak söz konusu davranışlarla baş etmede sezgilerine güvendiğini belirtmektedir. Ayrıca R33, grubun içerisinde eküri motivasyonuna sahip birbirini önceden tanıyan turist gruplarının söz konusu davranışları sergilemeye yatkın olduğunu dile getirerek bu tür gruplaşmalara yakın davranmaya çalıştığını belirtmektedir. R24 ise: *"Şey diyorum yani isterseniz bu konuyu daha sonra konuşalım. Sakin kalmaya çalışıyorum. Durumu idare ediyorum. Büyütmemek gerekiyor."* söylemiyle sakin kalmaya çalıştığını ifade ederek olayı büyütmemeye özen gösterdiğini belirtirken turiste konuyu daha sonra konuşabileceklerini söylediğini dile getirmektedir.

Araştırmada, turist rehberlerinin kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede mesleki deneyimlerinden yararlandıkları ortaya çıkarılmıştır.

Mesleki deneyimlerden yararlanma hakkında:

R3: *"Turist haklıysa sabırlı olmaya çalışıyorum. Genelde bu gibi durumlarda tecrübemi kullanıyorum. Güler yüzlü yaklaşıp haklısınız diyorum. Aslında beyaz yalan en iyi yöntem."* ifadesiyle tecrübelerinden yararlanarak sabırlı olup güler yüzlü

davrandığını ve turist haklıysa ona hak verdiğini, gerektiğindeyse beyaz yalanlarla turisti sakinleştirmek gibi tercihleri olduğunu belirtmektedir. Benzer bir şekilde R26: *"Siz taviz vermezseniz yapamıyorlar. Turistler de biraz rehberine göre şekil alıyor. Ben tecrübemi hissettiriyorum".* söylemiyle turistlerin davranışlarının rehberin tavırlarına göre şekillendiğini belirterek bir rehber olarak bu tür davranışlara taviz vermediğini, turist grubu üzerinde tecrübesini hissettirdiğini dile getirmektedir. R20 ise: *"Mesleğin başlarında tecrübesizken daha çok içerlerdim bazı şeyleri. Daha çok diş gösterirdim. Şimdi görmezden geliyorum olabildiğince. Çoğu zaman umursamıyorum. Tecrübeyle ilgili insan deneyim kazandıkça nerede ne yapması gerektiğini daha iyi anlıyor."* ifadesiyle mesleğe yeni başladığı yıllarda bu tür davranışların kendisini duygusal anlamda yıprattığını, turistlere karşı daha tehtitkar ve sert tavırlar takındığını ancak deneyim edindikçe hangi durumda ne şekilde davranması gerektiğini fark ettiğini belirtmektedir. Konuya ilişkin R32*: "Vallahi uzun zaman içerisinde iyi bir psikolog olmayı öğreniyoruz. Ee..rehberin en büyük problemi ego problemidir. Kendisi bazen aşağılanabilir. Hiç adamdan sayılmayabilir. Turda çalışan vasıfsız bir elemanmış gibi görülebilir. Rehberin öncelikle egosundan kurtulması gerekiyor. Rehberin her türlü şartta insanlarla iyi iletişim kurabilmesi gerekiyor. İletişim kurarken olayı daha sorunlu hale getirmek yerine misafiri bir şekilde ikna ederek grubun diğer üyelerine olayın etkisi sıçramadan bir şekilde onunla iyi müzakere ederekten onu iyi ikna ederekten olayı çözmesi lazım tatlıya bağlaması lazım. Zaman içerisinde insanları tanıyoruz. Tecrübeyle öğreniyoruz zaman içerisinde."* görüşüyle rehberin her koşulda turistle etkili iletişim kurabilmesinin önemine değinirken, rehberin turistle müzakere ederek onu ikna etmesi gerektiğine ve söz konusu davranışları çözüme kavuşturabilmenin zaman içerisinde tecrübeyle öğrenilen bir yeti olduğuna vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde R12: *"Turistlerden gelen böyle davranışlara karşı ortaya karakterimi koyuyorum. Sonuçta, turda lider benim söz sahibi olan benim ve mikrofon gücüne sahibim. Tüm bunları kullanarak mesleki anlamda biriktirdiğim bilgimden ve deneyimlerimden yararlanıyorum"* ifadesiyle bir rehber olarak turda liderlik vasfının olduğuna değinirken kendisine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede bilgi birikimi ve mesleki deneyimlerinden yararlandığını ortaya koymaktadır. R19 ise: *"Geçmişte karşılaştığım davranışlardan dersler çıkararak duruma göre şekil alıyorum".* ifadesiyle geçmişte karşılaştığı istenmeyen turist

davranışlarından deneyimsel çıkarımlarda bulunduğunu bu öğrenimler sonrası duruma göre davranışlarını konumlandırdığını belirtmektedir.

Turistlerin söz konusu davranışlarını kişisel almadığını ifade eden R25: *"Böyle davranışların başıma gelmesinin benimle ilgili olmadığının bilincindeyim. O yüzden kişisel algılamıyorum…Yani insan karşındaki en nihayetinde. Koruma içgüdüsüyle davranmaya çalışıyorum. Bakın şöyle böyle diye durumu izah etmeye çalışıyorum sakince. Belli bir noktadan sonra hafifçe sırtına dokunup bakın haklısınız ben acentaya gerekeni yazacağım. Onu artık anlıyorsunuz insan insan sarrafı oluyor bir noktadan sonra kimisi sırf size gıcıklaşmak için sımarık çocuk gibi davranıyor sizle inatlaşmak için sorun yaratıyor. Öyle kişileri kaba olmadan sindirmeye çalışıyorum. Bu çok önemli sonuçta bir acentayı temsil ediyorsunuz. Acentaya bilgi veriyorum mutlaka. Bir kişiyle özel bir çatışma olursa tüm grubun bilmesini istiyorum. Kendimi savunuyorum olabildiğince."* görüşünü paylaşarak turiste sakince durumu izah ederek gerektiğinde o kişiye hak verdiğini, mesleki deneyimi sayesinde kişileri davranışsal anlamda çözümleyebildiğini ifade etmektedir.

Araştırmada, turist rehberlerinin kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede turistlere jest yapma ve ikramlarda bulunma yöntemini kullandıkları ortaya çıkarılmıştır.

Turistlere jest yapma ve ikramlarda bulunma hakkında:

R1: *"Sorunun yaşandığı günden sonraki günlerde tüm gruba ufak tefek jestler yapabiliyoruz. Yani o şekilde kompanse edebiliyoruz."* ifadesiyle rehberlerin söz konusu davranışları karşılayabilmek adına turist grubuna jestler yapabildiğini ortaya koymaktadır. Benzer bir şekilde R19: *"Nadiren de olsa hediye alıyorum eğer benden kaynaklı bir şey olabilir mi? diye düşünüyorsam. Kimi zaman otobüste küçük ikramlar yapıyorum."* söylemiyle kendisinden kaynaklı bir durum olabileceği düşüncesine kapıldığında turiste hediye aldığını, bazen otobüste turistlere ikramlar yaptığını belirtmektedir. R8 ise: *"...dedim ki bırakın bir gün kalacağız burada gelin ben size çay ısmarlıyayım kahve içelim beraber yemek yiyelim dışarıda…".* şeklinde ifadesiyle turistlere içecek bir şeyler ısmarlamayı ve birlikte yemek yemeyi teklif ettiğini belirtmektedir. R29 ise: *"...ben onlara bir "favor" yaptım yani artı olarak programlarında olmayan bir yer gösterdim."* söylemiyle turistlere tur programında

yer almayan ekstra bir yere götürerek gruba jest yaptığını ifade etmektedir. Benzer bir şekilde R10: *"Bir problem olduğu zaman acentayla konuşuyoruz. Ya işte böyle böyle bir şey oldu. Napabiliriz bunları mutlu etmek için? Diyorum. İşte diyor ki ona da bir içki ısmarla vesaire jest yap diyor. Ben de yapıyorum"* diyerek seyahat acentasına danıştığını acentasının turistlere jest yapması talimatını verdiğini belirtmektedir.

4.3.8. Turist Rehberlerine Karşı Gerçekleşen İstenmeyen Turist Davranışlarının Engellenebilirliği

Araştırmada, turist rehberlerine kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının nasıl engellenebileceği sorusu yöneltilmiştir. Araştırmada, turist rehberlerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının; Rehberin, turistler üzerinde otorite kurması, saygın ve deneyimli bir rehber olduğunu turist grubuna benimsetmesi, tur programı ve tur ortamının kurallarıyla ilgili turistlere bilgilendirmeler ve açıklamalar yapması, durumsal olarak turistin perspektifinden bakıp empati yapması ve turistlerle olan iletişimini mesleki sorumlulukları çerçevesinde pozitif yönlü düzenleyerek engellenebildiği ortaya çıkarılmıştır.

Turistler üzerinde otorite kurma, saygın ve deneyimli bir rehber olduğunu turist grubuna benimsetme konusunda:

R26: *"Ben nasıl desem pek taviz vermeyen bir rehberim. Yani zamana uymuyorsa geride bırakırım taksiyle gelir. Siz taviz vermezseniz yapamıyorlar. Turistler de biraz rehberine göre şekil alıyor. Ben tecrübemi hissettiriyorum. Kurallar konusunda katı olduğumu anlıyorlar. Bana ne yapamayacaklarını biliyorlar. Biraz da bunun sayesinde belki çok az karşılaştım böyle şeylerle…Bana karşı nasıl davranamayacaklarını onlar anlıyorlar. Zamanlamaya uymayanı beklemem. Bırakırım taksiyle gelir. Kurallar konusunda katıyımdır. Disiplinli bir rehberim. Daha kuralcı davranarak bilgi birikiminle turiste saygı duydurarak bunlar engellenebilir. Turist sonuçta rehberine göre davranıyor. Bi diğer husus eğitim. Turist rehberleri kaliteli ve kalifiye olmalı iyi eğitim almış deneyimli bir rehber bunları pekala engelleyebilir. Yeni nesil yeni rehber arkadaşlar aman müşteri bir şey demesin diye düşünüyorlar. Böyle olunca tur zamanlamalarını aksatıyorlar. Geç geliyor turdan. Baktın anlamıyor uymuyor. Gerekirse müşteriyi bırakıp gideceksin."* ifadesiyle turistlere tur kuralları konusunda esneklik tanımadığını, tecrübesini

hissettirdiğini kuralcı bir rehber olduğunu belirtirken bu sayede söz konusu davranışlarla pek fazla karşılaşmadığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde deneyimli bir rehber olduğunu turistlere benimsetmenin önemine değinen R17: *"...O tecrübeyi insanlara hissettirmek lazım ilk tanışmada, daha tanışırken o vurguyu ağırlığı koymak lazım. Sonra misafirin her şeyiyle ilgilenmek lazım. Bir olumsuzluk olduğunda misafir desin ki bak rehber elinden geleni yapıyor adam daha ne yapsın yani?"* görüşünü paylaşarak rehberin turist grubuyla tanışma esnasında deneyimli bir rehber olduğu izlenimi vermesi gerektiğini belirterek rehberin kuracağı otoritenin temelinin ilk tanışma anında atıldığını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra R17, turistlerin turda yaşanan olumsuzluklarda rehberin çabasını gözlemlediğini rehberin çabasına göre bir tepkilenimde bulunduğunu vurgulamaktadır.

R25 ise: *"Müşteri sizden birazcık çekinmeli. Tabi o da tatilde onun farkında olarak. Biraz otoriter olmak lazım her zaman herşeye evet demek iyi rehber olmak değildir. Bu hatayı çoğu arkadaş yapar."* söylemiyle turistler üzerinde otorite kurmanın önemine değinmektedir. R4: *"Şu şöyle olabiliyor rehberin kibar yaklaşımıyla onlar bir derece kendilerini geri tutup göstermeyebiliyorlar. Bakıyorlar rehber kendilerinden emin bir rehberse duruşu netse tavrı netse bunlar böyle şeylere cesaret edemiyorlar. Ama bir kısmı da var ki ne bileyim Turizm Bakanı gelse rehberlik yapsa adam yapacağı terbiyesizliği yine yapar yani. Onlar engellenemeyen kısmı. Rehber duruşuyla, hissettireceği saygınlığıyla, müşteriye yaklaşımıyla, bir takım müşteriden gelecek rahatsız edici tavırlara karşı bir kalkan oluşturabilir. Bunu yaptığınızda o bahsettiğim bir kısmı size kaba yaklaşamıyor."* ifadesiyle rehberin, turistlere karşı kendinden emin, net tavırlar sergilemesi gerektiğini, rehberin turistler üzerinde hissettireceği saygınlığıyla, turistlere yaklaşımıyla kendisine yönelik kaba ve rahatsız edici davranışların bir kısmının önüne geçebileceğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde R22: *"Bu davranışları rehber engelleyebilir. Rehberin gruba hakimiyeti çok önemli tedirgin rehberle, tecrübesiz rehberle karşılaşırsa grup kitle psikolojisidir, topluluk psikolojisidir rehberi itip kakarlar. Grubu yönlendirir, grubun idaresini eline almaya çalışır, rehberin yerine geçmeye çalışır. Bunları yaşadım geçmişte özellikle Türk gruplarla zaten yabancı gruplarla bu tür şeyler pek yaşanmaz. Onlar rehberin idaresini bekler kimse öne çıkmaz. Rehberin tavrı, rehberin taa başından itibaren özgüvenli tutumu bu davranışları bertaraf eder."* ifadesiyle rehberin tur başlangıcından itibaren özgüvenli, tedirginlikten uzak net

tavırlar sergileyerek turist grubunun üzerinde deneyimiyle hakimiyet kurmasıyla rehbere yönelik gerçekleşebilecek istenmeyen turist davranışlarını engelleyebileceğini ortaya koymaktadır.

Rehberin, tur programı ve tur ortamının kurallarıyla ilgili turistlere bilgilendirmeler ve açıklamalar yapması, durumsal olarak turistin perspektifinden bakıp empati yapması ve turistlerle olan iletişiminde mesleki sorumluluklar çerçevesinde pozitif yönlü yaklaşım sergilemesi hakkında:

R17: *"...Halbuki, tabi biz deneyim kazandıktan sonra yaptığımız ilk şey gruba siz tatile geldiğiniz para ödediniz rahat olun. Bütün kararları, endişeyi yetişir mi yetişmez mi? Oldu olmadı ne yiyeceğiz falan bunları düşünmeyin. Bunları düşünmesi gereken biziz. Keyiflenin stres yapmayın. Sizin için buradayım diyorum en başında ve bunları engellemiş oluyoruz. Doğru cümlelerle insanların rahatlamasını sağlarsanız çok çok büyük bir şey olmadığı sürece insanlar ters tepki vermez. Bunu çok denemişimdir çok yapmışımdır. Rehberin mikrofonda ağırlığını kibarca ortaya koyması gerekiyor"* söylemiyle tur başlangıcında, sakinleştirici ve pozitif biçimde bir rehber olarak mesleki sorumluluklarını turistlere aktardığını bunu yaparken bir rehber olarak turda onların memnuniyeti için var olduğunu vurguladığını ifade etmektedir. R32 ise: *"Sonuç olarak tatile geliyor adam bir yıl boyunca çok çalışmış tatil hayali için geliyor bizim sebep olmadığımız bir şeylerden dahi olsa birazcık kendimizi o kişinin yerine koyaraktan davranmak gerekiyor. Rehber işini gerçekten doğru yapıyorsa biraz tecrübeliyse sadece çok basit bir açıklamayla misafirlerin kendisine saygı duymasını tabi ki sağlayabilir…Benim kendi yaptığım şu ben diyorum ki bakın ben rehberinizim burada benim programım var istiyorsanız programı elden ele dolaştırabilirim lütfen programı baştan sona inceleyin bu programın içerisinde size anlatılanla uyuşmayan bir şey varsa acentanız sizin paranızı geri iade etmek şartıyla turunuzu bitirebilir bitirmek zorunda ben bunu söylüyorum direkt. Bu haklarının olduğunu baştan söylüyorum…Mesleğe yeni başladığımız yıllarda olaylarla nasıl başa çıkabileceğimizi bilmiyorduk. İnsan yaşadıkça öğreniyor. Grubun sorunlarını idare etmeyi bir kenara bırakın yeni başlamış bir rehberde şu vardır yani mesleğe yeni başlamış bir rehberin kafasında Efes'i nasıl anlatacağım şurayı nasıl anlatacağım vardır. Zamanla insan ilişkilerini yönetmeyi öğreniyorsun rehber aslında liderdir liderlik etmeyi öğreniyorsun."* söylemiyle empati yaparak turistleri anlamak gerektiğini belirtirken, turistlerin

rehbere karşı saygı duymasını sağlamanın önemini vurgulamaktadır. Ayrıca R32, turist rehberliği mesleğinde tecrübe anlamında insan ilişkileri ve liderlik hususlarına dikkat çekmektedir. Benzer bir biçimde rehberin empati yapmasının önemi ve turistlerle olan iletişimine değinen R33: *"Bence engellenebilir bu davranışlar. Rehberlerin de turistleri biraz anlaması gerekli. Misal bu paket turlarda bazen başlıyorsunuz tura insanlar bütün bir sene boyunca çalışmışlar bir haftalık iki haftalık tatilleri var zaten insanların. Bunun bir haftasını adam tura vermiş. O adamın orada sıkıntı yaşamaması lazım. Aynı şekilde adamın gruba da sıkıntı yaşatmaması lazım… Tamamen insan ilişkisiyle alakalı rehberin iletişimiyle yani. Bu biraz rehberden de kaynaklı. Yani engellenebilir bunlar ne kadar büyük bir operasyonel problem de olsa. Başımıza da çok geliyor yani operasyonel problemler. Bazen öyle operasyonel problemler oluyor ki hani benim bile çantayı bırakıp gidesim geliyor. Ama bunları bile hiç sıkıntısız atlattığımız olabiliyor. Problemler olsa bile rehber onu orada bir şekilde halledebilir."* ifadesiyle tur operasyonuyla ilgili problemlerle çok sık karşılaşmasına rağmen turistler ile kurduğu sağlıklı iletişim sayesinde zaman zaman bunların üstesinden gelebildiğini ortaya koymaktadır. R28: *"Engellebilir bu davranışlar… Daha önceden aydınlatılmış programla ilgili detaylı bilginin müşteriye verilmesiyle ve gerekli donanıma sahip rehberlerle ters bir durum yaşanmaz. Bizlerin bilgili, donanımlı olmamızla deneyimimizi de bu yönde oluşabilecek şeylerde misafirle o iletişim anlamında kullanmamızla bu tür şeyler engellenir."* söylemiyle rehber tarafından turistlerin tur programı ile ilgili ayrıntılı olarak bilgilendirilmesinin, rehberin mesleki deneyimi ve bilgi birikimi anlamında donanımını turistlerle iletişimde etkili kullanmasının önemini ortaya koymaktadır. R11 ise: *"En başından turda misafirlerin hassas olması gereken durumların söylenmesi lazım. İşte şunlara şunlara dikkat edin demek gerek. Program dahilinde gidilecek yerlerde dikkat edilmesi gerekenler söylenmeli ki iş rehbere olumsuzluk olarak dönmesin."* görüşünü paylaşarak turistlerin turda dikkat etmesi gereken hususların rehber tarafından tur başlangıcında söylenmesinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. R5: *"…Grup halinde olan bir turda programa uyulma zorunluluğunun olduğunu ve saygı çerçevesinde hareket edilmesinin gerektiğini tekrar tekrar hatırlatmak lazım."* ifadesiyle rehberin, grupla beraber hareket edilen bir turda tüm turistlerin programa uymak mecburiyetinde olduğunu yinelemesi gerektiğine ve turistlerin saygı sınırları içerisinde kalmasının önemine dikkat çekmektedir. R5'in görüşünden farklı olarak R19: *"Turistler önceden yeterince bilgilendirilmiyor.*

Bence, turistlerin tur detaylarıyla ilgili acenta tarafından ön bilgilenmeler yapılmalı. Böylelikle bizim dışımızda gelişen, bizden kaynaklı bir durum olmasa da bize yansıyan olumsuzluklar giderilebilir. Turistler haklarını, tur programı içerisinde uyması, yapması gerekenleri önceden bilmeliler. Rehber harici kaynaklanan sorunlar acentalar tarafından minimize edilmeli." söylemiyle turistlerin seyahat acentaları tarafından tur öncesi program detayları ve turda uyması gereken kurallar ile ilgili yeterince bilgilendirilmediğini belirtirken bu tür bilgilendirmelerin sadece rehberin değil seyahat acentalarının da sorumluluklarının bir parçası olduğunu vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra R19, rehbere yönelik söz konusu davranışların engellenebilmesi için seyahat acentalarından kaynaklanan problemlerin minimum düzeye indirgenmesi gerektiğine de dikkat çekmektedir. Konuya ilişkin benzer biçimde R23: *"Çok zor değil aslında vaad edilenler gerçekleştirildiği zaman sorun çıkmıyor. Söyleyecek geçerli bir mazeretiniz olması lazım o zaman anlayışla karşılıyorlar.*" söylemiyle seyahat acentalarının turistlere sunduğu hizmetleri taahhüt ettiği şekliyle gerçekleştirmesi taktirde rehber ve turist arasında sorun yaşanmadığını belirtirken rehberin bu tür durumlara karşı turistlere söyleyebileceği geçerli mazeretlerinin olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Benzer biçimde R16: *"...Ama şu var önce acentanın müşteriye verdiği sözlerin hepsini yerine getirmesi lazım."* ifadesiyle seyahat acentlarının turistlere sunacağı hizmetlere yönelik sözlerini tutmasını söz konusu davranışların engellenebilirliğine bir ön koşul olarak belirtmektedir. Farklı bir hususa değinen R35 ise: *"Engellenebilir bence. Onları önemsediğinizi hissettirmelisiniz. Sabahleyin onları ilk karşıladığınız anki güler yüzünüz sıcak tavırlarınız size kredibilite olarak döner...Benim yapabileceğim bir şey yoksa acentanın sorumluluğunda olan şeylerde müşteriye acentaya şikayetini iletmesinde yardımcı bile oluyorum. Hani benim yapabilecek bir şeyimin olmadığına onları ikna etmeye çalışıyorum. Ben onların devamlı bir çalışanı değilim bunu söylüyorum. Serbest rehberim günlük anlaşıyorum diyorum"* ifadesiyle rehberin, turist grubuyla ilk karşılaşma anında güler yüzlü ve sıcak tavırlar sergileyerek turistlerde pozitif bir izlenim bırakmasının önemine değinirken seyahat acentaları kaynaklı yaşanan problemlerde kendi sorumluluklarının dışında olan hususları izah edip turistleri ikna etmeye çalıştığını ifade etmektedir. Rehberin turistlere karşı olumlu tavırlar sergilemesinin önemine değinen R8 ise: "*Hepimiz birbirimizden insan olarak negatif ve pozitif etkilenmeye açık insanlarız. Bu psikolojide var. Dolayısıyla turistlerin ilk dakikalardaki izlenimi size karşı negatifse siz negatif bir*

tutumla yaklaştıysanız müşteriye o size negatif davranacaktır. Pozitifse pozitif davranacaktır. Siz iyi hal ve tavırlar sergilerseniz ve onların yanında olduğunuzu hissettirirseniz onlar da tabiki de davranışlarını değiştiriyorlar. Hepimiz insanız ve hepimiz duygularımızla hareket ediyoruz." söylemiyle tur başlangıcında turist grubuyla tanışma anında rehberin turistlere pozitif yaklaşımda bulunmasının turistlerin rehbere karşı davranışlarını olumladığını ortaya koymaktadır.

Araştırmada, turist rehberlerine yönelik istenmeyen davranışların engellenebilir olmadığına ilişkin görüş bildiren katılımcıların seyahat acentalarının kâr amacı odaklı fırsatçı yaklaşımlarla özensiz turlar programlamaları, söz konusu davranışlara karşı acentaların turistlerin yanında yer alarak rehberini korumaması, her şeyden şikayet eden tatminsiz turistler, psikolojik problemleri olan kişiler ve kişilik anlamında sorunlu vurdumduymaz bireyler sebebiyle söz konusu davranışların engellenebilir olmadığı yönünde fikir beyan ettikleri görülmektedir.

Turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışlarının engellenebilir olmadığı görüşünü paylaşan katılımcı rehberlerin seyahat acentalarıyla ilgili söylemleri:

R2: *"Türkiye'de turizm çok kalitesiz yapılıyor. Birçok firma bu işi son derece kalitesiz yapıyor. Acenta olmanın daha sıkı kriterlere bağlanması lazım. Çok büyük cezalar olması gerekiyor. Rehberin hakkını koruyan hiçbir şey yok. Rehbere esnaf muamelesi yapılıyor. Halbuki biz orada esnaf değiliz bir kişiyiz yani. Bizi koruyan bir şey yok. Özellikle yerli turlarda ne koparsak kardır deyip paraları toplayıp paraları topladıktan sonra bir otobüs insanı rehbere verip git bunları eğlendir bana da sorun getirme naparsan yap düşüncesindeler. Acentaların umursamazlığı, özensizliği bizim başımıza dert oluyor."* ifadesinde turistlere kalitesiz hizmet sunan ticari kar sağlamaya odaklanmış fırsatçı seyahat acentalarından kaynaklanan problemlerin turist rehberlerine yansıdığı ve bu durumun önüne geçilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. R30 ise: *"Ben bunun pek engellenebilecek bir şey olduğunu düşünmüyorum. Acentalar zaten turistlerin arkasını kolluyor rehberinin arkasında durmuyor. Herşeyden rehber sorumlu herşeyde rehber suçlu. Turistler yüz buluyor. Piyasa şartlarının değişmesi lazım."* görüşünü paylaşarak turist rehberlerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarında seyahat acentalarının rehberin arkasında durmadığını, rehberini korumadığını belirtirken bu gibi durumlarda acenta

tarafından turistlere gösterilen hoşgörünün turistler tarafından suistimal edildiğini ifade etmektedir.

Her şeyden şikayet eden tatminsiz turistler sebebiyle söz konusu davranışların engellenebilir olmadığı yönünde ifadelerde bulunan katılımcı rehberlerin görüşleri:

R7: *"Bence engellenemez çünkü her grupta illa uyumsuz vardır. Mutlaka her grubun içinde o kişi mutlaka olur. İlla olur yani. Birden fazla da olabilir bu. İlla bir kişi de olsa mutlaka sorun çıkaran olacaktır. Kimseyi asla her zaman memnun edemeyiz. 30 kişinin aynı anda mutlu olması mümkün değil. Elimden ne gelirse yapsam da yaranamam yani. Öyle bir durum var o yüzden o bir iki kişiye illa tölerans tanıyacağız yani."* ifadesiyle turist gruplarında mutlaka rehberine sorun çıkartacak birkaç turist olduğunu bu kişileri tatmin etmenin mümkün olmadığını bunun farkında olarak turistleri tölere etmek durumunda kaldığını vurgulamaktadır. Benzer şekilde R13 ise: *"Yok bence bu davranışlar engellenemez. Turist ön yargılı gelmişse sorun çıkartmak için gelmişse herhangi bir şeyden sorun üretebilir. Aracın klimasından, restorantın yemeğinden, otelin çarşafından zaten kafasında kurmuştur yani rehberle polemiğe girmek rehberle tartışmak için bir şey üretecektir"* söylemiyle her şeyden şikayet eden tatminsiz turistlerin ön yargılı olduğunu, bu kişilerin rehber ile tartışmak için fırsat kolladığını belirtmektedir.

Psikolojik problemleri olan kişiler ve kişilik anlamında sorunlu vurdumduymaz bireyler hakkında:

R18: "O tamamen psikolojik yani insanların hiç yani benle alakası yok. Turda en önemli noktalardan biri de bu bence kişisel almamak gerekiyor bazı gereksiz veya olumsuz hareketleri. Herkesin psikolojisi farklı insandan insana değişiyor. Arkadaşlık ilişkilerinde bile öyle herkes herkese istediği gibi davranmıyor sonuçta. Sen ben değilsin ben de sen değilim hesabına çıkıyor aslında. İnsanların psikolojileri nihayetinde…Mutsuzdur kötü bir şey gelmiştir başına en son. Depresyondadır. Ne bileyim hani bir şey vardır mutlaka. Psikolojik tamamen. Bir insan niye durduk yere birine kötü davransın ki. Psikolojik tamamen ben ona bağlıyorum. Kişisel almayınca çok rahat oluyor çünkü." ifadesiyle turistlerin kendisine yönelik olan istenmeyen davranışlarına anlam veremediğinden durumu kişisel olarak algılamadığını söz konusu davranışları kişilerin süreçsel psikolojik duygulanımları ve kişilik yapılarına bağladığını belirtmektedir. R10: *"…Sonradan*

tabi öğreniyorsun sorunlu davranışları olan adamın psikolojik sorunlu olduğunu ailevi problemleri olduğunu. Bahsettiğim olayı her turda yaşıyorum olarak algılamayın lütfen genel anlamda turlarımız güzel geçer nadir olarak böyle bir iki sivri tip çıkıyor." söylemiyle yaşadığı bir istenmeyen turist davranışı deneyiminde kendisiyle problem yaşayan turistin psikolojik sorunları olduğunu öğrendiğini ifade etmektedir. Benzer şekilde istenmeyen turist davranışı deneyiminden bahsederken R26: *"...Normalde bu bir Amerika'lının yapmaması gereken bir şey ama herhalde psikolojik rahatsızlığı vardı böyle bir şey yaşadım."* ifadesiyle turistin kendisine olan davranışını garipsediğini, kişinin psikolojik sorunları olduğunu düşündüğünü belirtmektedir. R24: *"Bence engellenemez. Ne olursa olsun kötü davranmak isteyen kötü davranıyor. Zamanında gelmek istemeyen zamanında gelmiyor. Onlar yapmak istedikten sonra yapıyorlar yani. Çok zor engellemesi bence."* ifadesiyle rehberine kötü davranmakta ısrarcı olan rehberin otoritesini ve uyarılarını ne olursa olsun umursamayan turistlerden yakınarak söz konusu davranışların engellenemez olduğunu belirtmektedir. R21: *"Aslında çok nadir karşılaştığımız davranışlar bunlar. Bunu engellemenin bir yolu olduğunu düşünmüyorum. Biz ne desek de turist yine bildiğini okuyor."* söylemiyle rehberlerin söz konusu davranışları engellemeye yönelik uyarılarını ısrarla dikkate almayan turistler olduğunu vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra R21, turist rehberine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla nadiren karşılaştığını dile getirmektedir. R14 ise: *"...Biz engelleyemeyiz ama en iyi şekilde karşılayabiliriz o durumu"* görüşünü paylaşarak rehbere karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının engellenemez olduğunu ancak turist rehberinin kendilerine yönelik söz konusu davranışları karşılayabilmek adına girişimlerde bulunabileceğini ifade etmektedir.

4.3.9. Kritik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimlerinin Rehberler Üzerindeki Yansımaları

Araştırma kapsamında, katılımcı turist rehberlerinden meslek hayatları süresince karşılaştıkları, kendilerini en çok etkileyen istenmeyen turist davranışı deneyimlerinden bahsetmeleri istenmiştir. Turist rehberlerinin ifade ettikleri kritik istenmeyen turist davranışı deneyimleri doğrultusunda aşağıda yer alan Tablo 16 oluşturulmuştur.

Tablo 16. Rehberlerin Kendilerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimleri

Rehberlerin Kritik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimleri	Frekans	%
Saldırgan Davranışlar (sözlü hakaret, bağırma, söylenme, rehberin üzerine yürüme, sesini yükseltme, azarlama, taciz vb.)	22	68,75
Turistin Sorumluluklarından Kaçınması (sorumlu olduğu ödemeyi yapmamakta ısrar etme, tur prosedürlerini kabullenememe)	4	12,5
Dini, Tarihi veya Siyasi Konular Üzerinden Rehberle Polemiğe Girme (din, tarih veya siyaset ile ilgili kışkırtıcı söylemlerde bulunarak rehberle polemik oluşturma)	4	12,5
Rehberin İşine Karışma (rehberin otoritesine müdahale etme, rehberi yönlendirmeye çalışma)	2	6,25
TOPLAM	32	100

Tablo 16'ya bakıldığında turist rehberlerinin karşılaştığı kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerinde saldırgan davranışların ön plana çıktığını görülmektedir. Katılımcı turist rehberlerinin 22'si turistlerin kendisine karşı saldırgan davranışlarıyla karşılaştığını ifade etmektedir. Saldırgan davranışlar kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerinin önemli bir çoğunluğunu %68,75'ini oluşturmaktadır. Katılımcılar, turistlerin sorumluluklarından kaçınmasına ilişkin ise 4 kritik deneyim belirtmişlerdir. Turistlerin dini, tarihi veya siyasi konular üzerinden rehberle polemiğe girmesi yine 4 farklı deneyimde dile getirilmiştir. Rehberler, turistlerin rehberin işine karışması ile ilgili 2 kritik olay ifade etmişlerdir. Katılımcı turist rehberlerinden 3'ü ise etkisinde kaldığı bir istenmeyen turist davranışı deneyimiyle karşılaşmadığı ekseninde yanıtlamalarda bulunmuştur.

Araştırmada, katılımcı turist rehberlerinden kritik istenmeyen turist davranışı deneyimleriyle karşılaşma anındaki duygulanımlarına ilişkin hislerini ifade etmeleri istenmiştir. Aşağıda sunulan Tablo 17'de katılımcı turist rehberlerinin kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerindeki duygulanımları yer almaktadır.

Tablo 17. Turist Rehberlerinin Kritik İstenmeyen Turist Davranışı Deneyimlerindeki Duygulanımları

Duygulanım	Frekans	%
Üzgün	19	59,3
Sinirli	6	18,7
Şaşkın	5	15,6
Utanç duyma	2	6,2
TOPLAM	**32**	**100**

Tablo 17'ye bakıldığında turist rehberlerinin kendilerine yönelik olarak gerçekleşen kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerinde çoğunlukla üzgün bir duygulanım içerisinde oldukları görülmektedir. Katılımcıların ifade ettikleri 32 istenmeyen turist davranışı deneyiminin 19'unda rehberlerin üzgün bir duygulanım yaşadıkları tespit edilmiştir. Katılımcı turist rehberlerinin dile getirdikleri istenmeyen turist davranışı deneyimlerinde rehberlerin sinirli bir duygulanım yaşamasına sebep olan 6 istenmeyen turist davranışı deneyimi görülmektedir. 5 kritik istenmeyen turist davranışı deneyiminde ise turist rehberleri yaşadıkları olaydan ötürü şaşkın bir duygulanıma sahip olmuşlardır. Katılımcı turist rehberlerinin belirttikleri deneyimlerden 2'sinde rehberlerin utanç duygulanımı yaşadığı görülmektedir. Araştırmaya katılan 3 turist rehberi ise etkilenim yaşadıkları bir istenmeyen turist davranışı deneyimiyle karşılaşmadığını belirtmiştir. Dolayısıyla söz konusu üç turist rehberi duygulanım anlamında da bir yanıtlamada bulunmamıştır.

Turist rehberlerinin dile getirdikleri kritik istenmeyen turist davranışı deneyimleri şöyledir;

R17: *"Bundan 7 sene kadar önce Karadeniz turunda bir bayram turuydu yine. Pegasusla Trabzon'a uçtuk. Doğu Karadeniz turu yapıyorduk. Pegasus İstanbul'dan iki buçuk saat kadar geç kalktı çünkü hava şartları uygun değildi inişe. Tamamen hava şartlarıyla ilgili kimsenin hiçbirşey diyemeyeceği bir durum. Dolayısıyla Trabzon'a geç indik geç başladık ve öğle yemeği saat üçlere kaldı. Çünkü öğle yemeğimiz tam hatırlamıyorum ama Uzungölde planlanmıştı. Trabzon'a inip oradan iki gibi gelip Uzungöle devam etmemiz gerekiyordu. Tam olarak hava*

durumundan kaynaklı gecikme oldu. Ben de o zaman 10-15 yıllık tecrübeliydim yani. 12 yıllık tecrübem vardı. Mikrofonda güzelce durumu anlatmış olmama rağmen misafirlerden bir kadın bütün grubun önünde restorana indiğimizde bütün vadiyi inletecek kadar bağıra çağıra bana bir araba laf etti yani. Doğrudan şahsıma. Ne biçim iş yapıyorsun? böyle planlamamı olur? Böyle tur mu olur? Bu saatte yemek mi olur? İki saat buraya geç indik zaten dedi. Ama ağzına geleni söyledi çok bağırdı. Turun ilk günüydü. Hani en çok etkilendiğim bu. Şuradan hatırlıyorum misafirin bağırması biter bitmez şirkete telefon ettim. Dedim ki bu yaptığım son tur. Bırakıyorum işi. Bundan sonrasında bana tur yazmayın. Yani tamamen artık yani ben rehberliği bırakıyorum. Bu saçmalıklarla devam etmeyeceğim dediğimi hatırlıyorum. İşi bırakma aşamasına geldim. Tabi biz aşağı yukarı her stres yaşadığımız turda mesleği bırakmayı düşünürüz. Tur biter bitmez de havalimanında grubu uğurladıktan sonra hemen yeni tur ne zaman diye aramaya araştırmaya başlarız. O değişik bir psikoloji aşayı yukarı tüm arkadaşlarda var bu. Ama net olarak hava durumundan dolayı uçağın geç kalkmasını gecikmesini misafir o yol stresi gece uyku uyumamış muhtemelen ve ilk defa grupla tura gidiyor muhtemelen ondan da eminim. Biz bu şekilde 5 gün boyunca tur yaptık. O gün tabi çok etkilendim çok üzüldüm. Cümle kuramadım yani mikrofonda cümle kuramadım bütün tecrübeme rağmen. O gün yanıma çok gelen oldu misafirlerden sen şey yapma boşver diyenler oldu gördüler çünkü olanı. Neyse sonra toparladık çok güzel bir tur yaptık. O bana bağıran misafir de dahil mikrofonda konuşurken hatta onun gözlerine bakarak işimi yaptım. Ben havalimanında gruba veda ederken Trabzon'da onları uğurlayacağım zaman artık herkes boarding kartlarını da aldı. Kimlik kontrolünden geçeceklerdi. Ben Trabzon'da kalacaktım birkaç gün eşim oralı. Ben gruba veda ederken o müşteri gelip bir dakika konuşabilir miyiz? dedi. O an için konuşacak bir şey yok çıkın gidin demek geldi içimden ama buyrun konuşalım dedim. Hani bitmiş artık tur insanlık bende kalsın dedim. Hani mesleği bıraktırabilecek bir şey yaşattı. Herkesin ortasında bağırdı. Bağıracağı zaman bile bir dakika konuşabilir miyiz deyip kenara çekmesi lazımdı. Büyük bir acentanın turuydu diğer rehber arkadaşlar diğer acentalara iş yapanlar ve oradaki insanlar müşterinin bana bağırdığını görünce şey diye düşünmüşlerdir şu acentaya bak demek ki çok büyük sorun var. Halbuki diğer acentaların misafirleriyle aynı uçaktaydık herkes geç kaldı. Herkes aynı saatte yemeğe girdi ne benim ne havayollarının ne şirketi şuçu hava durumu kimsenin müdahale edebileceği bir şey değil. Neyse o müşteri benden çok samimi bir şekilde

özür diledi. Ona söyledim şirketi arayıp rehberliği mesleği bırakacağım dediğimi. Gidince şirketle konuşacağım dedi ki sonradan aramış gerçekten şirketi görüşmüş. Ben yanlış yaptım falan diye şirketle konuşmuş müşteri. Neticede en son saniyesinde de olsa iş tatlıya bağlandı. Ne zaman sorulsa işte sorduğunuz gibi en kötü olay diye hep aklıma gelen budur yani." R17 paylaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde tur akışında kendisinden kaynaklı olmayan bir gecikme yaşanması sebebiyle bir turistin saldırgan davranışlarına maruz kaldığını yaşadığı olay yüzünden o an rehberlik mesleğini bırakma kararı aldığını ifade etmektedir. R17, karşılaştığı istenmeyen turist davranışının kendisini çok üzdüğünü ve yaşadığı olayın etkisinde kaldığını belirtmektedir. R17, "*Cümle kuramadım yani mikrofonda cümle kuramadım bütün tecrübeme rağmen."* diyerek yaşadığı olay sonrasında işini yaparken kendisini ifade etmekte zorlandığını dile getirmektedir.

R25: *"Müşteri havalimanında yani Tükiye'ye gelirken valizi kaybolmuş. Valizsiz geldi. Tabiki gereken işlemler yapıldı hemen. Hergün de otel değiştiriyoruz çünkü şehir değiştiriyoruz hani. Hemen irtibat kurdu. Valiz bulunduğu taktirde birinci gün şu ikinci gün şu üçüncü gün şu otelde şu adreste olucaz diye sürekli de takip ediyor onu. Bir sürü iş var herkes eğleniyor ama bu kadın hiç nefes aldırmıyor. Sürekli beni taciz ediyor. Valizim nerde valizim nerde şuan nerdeymiş şuan nerdeymiş diye sorup duruyor. Arıyorum günde iki üç kere ilgileneceğiz deyip savuşturuyorlar. Sonra işte bir gün otele geldik sanıyorum turun üçüncü günüydü. Ben ara ara konuşuyorum havayollarıyla bir de çok yarım saat tutuyorlar telefonda müzikler falan o ondan ona aktarıyor. Üçüncü günün akşamı odaları dağıtıyordum. Böyle acayip öfkeli bir şekilde o valizini kaybeden kadın "dayanamıyorum artık" diye bağırmaya başladı. Benim valizimi aldı bütün gücüyle tekmeledi duvara çarptırdı ve valizimi çatlattı. Benim valizim yok işte sen kendi valizinle ilgileniyorsun gibilerinden söylenmeye başladı. Müşteri Kolombiya'lıydı ona sesimi yükselterek İspanyolca "yeter artık" dedim. Orada benim başıma gelen şey koskoca kadınım hüngür hüngür ağladım çocuk gibi. Bunu unutamıyorum. Aslında ona çok yardımcı olmaya çalışmıştım ben. O an çok üzüldüm. Sonrasını düşününce geldi geçti yaşananlar ama o anı unutamıyorum."* R25, başına gelen istenmeyen turist davranışı deneyiminde rehberliğini yaptığı turistin saldırgan davranışı sebebiyle ağladığını ifade ederken o anı unutamadığını vurgulamaktadır. Ayrıca, R25 yaşadığı kritik olay sonrası üzgün bir duygulanımı olduğunu belirtmektedir.

R4: *Samos'ta grubumun içerisindeki 3-4 kişiyle sorun yaşadım. Tur başlangıcında birinci günde daha ben bunların valizlerini odalarına çıkarttım ben 12:30 dedim onlar 14:30 sanmışlar. Arıyorlar beni siz nerdesiniz ? diye. Biz otobüse binmişiz başka bir yere gidip gezip turu yapıp yemeğe oturmuşuz artık. Dedim yahu biz çıkalı iki saat oldu. Bizi nasıl bırakırsınız? diyor. Bırakma diye bir şey yok bazıları katılmak istemediler bu tura otelde dinleneceğiz dediler. Kimisi hiçbir şey söylemeden gelmedi. Hatta ben bir on on beş dakika da ekstradan beklemiştim yetişemeyenler olur diye. Bunlar taksiyle bize katıldılar. Bu kadınlardan biri son derece terbiyesizce konuştu ve bana sen bizi bilinçli olarak bıraktın dedi. Benim size ne garezim olabilir. Kaldı ki sizi tanımıyorum. Neden sizi bırakayım?. Böyle bir şey nasıl olabilir? Daha önceden tanıyor muyuz birbirimizi? Hayır. Kadının kafa sabit. Hala ısrar edip sen bizi bilinçli bıraktın diyor. Hanımefendi ben size siz diye hitap ediyorum lütfen siz de öyle yapın dedim. Bu bana saygı göstersin anlamında değil bu seviyeyi düşürmeme taktiğiydi. O bana siz derse siz diyerek hitap edeceğinden daha düzeyli konuşma olur diye düşündüm. Bunlar hep deneyimle kazanılan şeyler. Ne diyeyim şimdi ben size dedim. Benim ne söyleyeceğime karışamazsın ben doktorum dedi. Ben çöpçü de olabilirim doktor da olabilirim savcı da olabilirim yani ne farkımız var?. Bu bizim birbirimize insani yaklaşımımızı etkileyecek bir şey değil yani. Doktorsanız doktorsunuz ben de rehberim öbürü de şoför yani. Kadın bağıra bağıra konuşuyor benimle. Lütfen izin verir misiniz ben gruba bir şey anlatmak zorundayım? dedim. Kadın bağrınmaya devam etti. Otobüse bindik gidiyoruz hala konuşuyor. En sonunda arka tarafta İzmirden gelen bir acentacı vardı o kadına susar mısınız hanımefendi burada bir tur oluyor? Yahu dedi. Bakın 25 kişi herkes otobüste bir şikayetiniz varsa gittiğinizde acentanıza iletirsiniz. Çözülecek bir şey yok geç kalmışsınız tura geç katılmışsınız tamam bitti şuan turdasınız yani. Herkes rahatsız oldu. Ben en sonunda durdurdum arabayı Yunan şoföre dedim aç kapıyı açtı. İnin aşağıya dedim. Siz bu grubun ahengini bozuyorsunuz. Buna müsaade edemem dedim. Gidin nereye istiyorsanız şikayet edin ben bu turu düzgün bir şekilde yapmak zorundayım siz de bunu bozuyorsunuz dedim. Sonra neyse ki kadın sustu. Annesi vardı yanında tamam kızım sonra şikayet edersin diyor ona bile sus ya sen diyor. (Gülüyor)Hatta daha sonra öğretmen bir müşterim vardı yanıma gelip yahu nasıl sabrettiniz o kadına ben olsam vallahi üzerine çullanırdım dedi. Ben özellikle vurguluyorum bakın siz buranın tarihiyle ilgili anlattığım şeyleri dinlemek istemiyor olabilirsiniz kaçırabilirsiniz ama bazı şeyler var ki bunları dinlemek zorundasınız.*

Ama bazı şeyler var ki gruba uymanız açısından bunları dinlemek zorundasınız çünkü grupla seyahat ediyorsunuz. Özellikle zaman çok önemli bunla ilgili söylediklerimi lütfen dinleyin diyorum. Sizin bu söylediğinizi bile dinlemiyor. Kadının bana söyledikleri sinirlerimi bozdu. Üzüldüm böyle bir şey yaşadığıma. R4, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde turistin sözlü hakaretlerde bulunarak kendisine bağırdığını ifade etmektedir. istenmeyen davranışla karşılaşma anında sabırlı olup sakin kalmaya çalıştığını belirten R4, yaşadığı olayı sinir bozucu ve üzüntü verici olarak nitelendirmektedir. Bunun yanı sıra R4, *"Herkes rahatsız oldu"* diyerek grupta bulunan diğer turistlerin yaşananlardan rahatsızlık duyduğunu belirtmektedir.

R29: *"En son başıma gelen birşeyi anlatayım. Bir 40 kişilik grubum vardı. Grubu toparlamak zordur. Biz genelde bayrak alırız yanımıza. O gün çok büyük bir hatam oldu bayrağımı evde unuttum ve ben 40 kişiyi Sultanahmet'te oradan oraya götürmeye çalışıyorum. En son ben onlara bir "favor" yaptım yani artı olarak programlarında olmayan bir yer gösterdim. Fakat dönüşte İtalya'nın Kuzeyi ve Güneyi insan karakteri olarak çok farklıdır. Neyse yani, arkadan biri bana bağırdı grubu kaybediyorum diye. Benim hiç beklemediğim bir davranıştı. 30 senelik deneyimime rağmen grubun önünde ağladım. Bir de üç senelik ara verdikten sonra dönmüştüm rehberliğe. İşte grup falan araya girdi rehberimizi üzmeyin diye. Sonra anladım bu adam yüksek sesle konuşan ve kendini pek kontrol edemeyen bir adammış. Grubu kaybediyorsun diye bağırmıştı baya böyle davudi bir sesi de vardı. Azarladı, azarlayınca ben de öyle ağladım."* R29, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde turist tarafından bağırılarak azarlandığını ifade etmektedir. Ayrıca R29, *"30 senelik deneyimime rağmen grubun önünde ağladım"* diyerek o anki üzüntüsünü dile getirmektedir.

R23: *"Özel dört kişilik gruplaydım yerli misafirlerle olan bir olay. Otelden iki buçuk saat geç çıktılar. Yani verilen saatten iki buçuk saat geç çıkıldı. Tek günlük tur idare edebiliriz mantığıyla acentanın da rızasıyla sakin davrandık sonra programdan bambaşka bir şey istenildi. Şöyle ki programdan 100 km uzaklıkta bir yer istenildi ve gittiğimiz zaman vardığımız nokta yani ören yeri kapalı olacaktı. Ben bunun mümkün olmadığını söyledim. Misafir bana hakaret etti. Yerli gruplarda bunlar çok şeydir. Hiç muhattap olmadan bana tur veren acentayı aradım. Çünkü ben serbest rehberim. Artık hani yani o noktada bir korkum da yoktu acentayı*

kaybetmeyi göze almıştım. Dedim bu şekilde iki buçuk saat otelde bekletildikten sonra çok farklı bir güzergahta bir talepleri var. Dedim saygısızlık yapıyorlar bana. Sizli bizli değil sen yapamıyor musun? Bu turu yönetmeyi beceremiyor musun? Dediler bana. Acentamı aradım dedim ben bu şekilde tura devam etmiyorum. Geliyorum gurubu acentaya getirip bırakıyorum turu dedim yani. Yapmayacağım başlamadan bitirmek istiyorum dedim. Acentaya gittik onlara rehberle bu şekilde konuşmamaları gerektiği, tur programına kendilerinin uymadığından dolayı turlarının iptal edileceği söylendi. O şekilde olmuştu tura başlamadan saygı çerçevesinde bitirdim. Saygısızlıktı sonuçta ben o mesleği yapmak için gidiyorum. Hem bekletilen taraf bendim hem de hiç hoş olmayan laflar işittim. Çok üzücü bir durumdu. Tabi o durumda tek düşüncem şirkete zarar gelmesindi. Şirketi de kaybetmedim sonrasında. Bana sorarsanız yerlilerle çalışan insanlar daha çok yaşıyor bu tarz şeyleri açıkçası." R23, paylaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde tur programının dışına çıkmak isteyen turist tarafından sözlü hakarete uğradığını, yaşananlardan çalıştığı acentayı haberdar ederek tura devam etmediğini ifade etmektedir. R23, "*Hem bekletilen taraf bendim hem de hiç hoş olmayan laflar işittim. Çok üzücü bir durumdu.*" diyerek yaşanan olayın kendisi adına çok üzücü bir durum olduğunu belirtmektedir.

R5: *"2 günlük bir turda misafirler onları almam gereken yerde yoktu. 15 dakika boyunca bekledim. Gelmeyince grupla birlikte yola çıktım. Kahvaltıya varış suremiz 30 dakika sürdü. Kahvaltının bitmesine yakın acentadan arandım. Misafirlerin taksiyle olduğum yere doğru yola çıktığı iletildi. Geldiklerinde tüm misafirler otobüse biniyordu. 3 kişi ve hint asıllı müşteriydi. Taksiden iner inmez ben çok para ödedim nasıl beklemezsin mecbursun diyerek hakaret içeren sözlerde bulundu ve bağırarak tüm misafirlerin yanında otobüste de bu duruma devam etti. Sinirlensem de tepki göstermeden sessizce bekledim. Acentayı sonradan aramıştım. Bu müşteriyi kahvaltı noktasında bırakacağımı tura katılmasını uygun görmediğimi belirttim. Otobüsten inmelerini rica ettim. Sorunu bu şekilde çözdüm ve turuma devam ettim."* R5, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde zamanlamaya uymayan turistler tarafından sözlü hakaretlere uğradığını, turistlerin grubun önünde kaba davranışlarını sürdürdüğünü, kendisinin sinirlenmesine rağmen sakin bir şekilde durumu karşılayarak bu kişileri turdan ayırdığını ifade etmektedir.

R2: "*Yerli bir grup almıştım. Toplama iş yapan bir acentadan. Ensesinden tutar gibi insan toplayıp otobüse doldurup rehbere veren evrakları eksik, otobüsleri arızalıydı. Otobüs iki defa arıza yaptı bana yeni otobüs göndermediler. Başının çaresine bak dediler. Yolcular otobüse binmek istemediler iki kere bozulduğu için haklı olarak. Acenta bir gün boyunca benim telefonlarımı açmadı. 45 kişilik bir gruptu sadece iki erkek vardı. Kadınlar arasından 5-10 tanesi bağırıp çağırmaya başladı bana. Küfürler etti. Allah belanı versin senin falan neler neler. Karşılarındaki tek muhatap siz olduğunuz için sorun acentanın sorunu olsa da farketmiyor. Halbuki siz durumu kurtarmak için onlardan çok çaba sarf ediyorsunuz ama. En son dedim ki ben otobüse biniyorum yola devam ediyorum dedim otobüs arızalı marızalı. İstanbul'a dönüyorum dedim. Ben biniyorum binmek istemeyen burada kalır dedim. Ben öyle deyince otobüse bindik. Tehlikeyi göze aldık aslında. Şöfor de uykusuzdu adam hiç uyumadan önceki turunun ardından gece tura çıkmış yani. Sonra yola devam ettik. O an utanç verici bir andı üzüldüm bana yapılanlara"* R2, başına gelen istenmeyen turist davranışı deneyiminde tur otobüsünün defalarca arızalandığını, acentanın bir gün boyunca telefonlarına cevap vermediğini belirterek bu yüzden kendisinin turistlerin sözlü hakaretlerine maruz kaldığını belirtmektedir.

R22: *"Şeydeydik Verona'da bir çift vardı küçük kızları vardı yanlarında. Buluşma saatinde gelmediler. Aradık saatinde gelmeleri gerekiyordu geç kaldılar. Aradık her ikisinin de telefonu kapalı. Oradan da havaalanına gidecektik Verona'dan Milano'ya gidecektik. Telefon cevap vermeyince tabi grup da hava alanına gideceğini biliyor. Grup tedirgin oldu. Biri çıktı dedi ki işte oylama yapalım bu aileyi bekleyecek miyiz beklemeyecek miyiz? Yani uçağı kaçırabiliriz. Ben de dedim kusura bakmayın burada karar mekanizması benim ben karar veririm. Her iki şekilde de ben katlanırım buna uçağı kaçırma pahasına da olsa. Ben dedim hiçbir şekilde kararı gruba bırakmıyorum. Bekleyeceğiz dedim bekleyeceğiz. Nitekim aile de geldi. Zamanında hava alanına yetiştik. Aradık kontuarı bizim için açık tuttular biz gelmeden check-in yaptılar falan yokluğumuzda. Grubun içerisinden böyle bir durumda bana müdahale etmeye çalışması hoş bir durum değildi tabi ki. Orada bir tane rehber var bırak kararı o versin. Yolu o biliyor ya da ne bileyim trafiğe takılır mıyız? takılmaz mıyız? hava alanına ne kadar geç gitsek uçağı kaçırırız? Uçak bekler mii beklemez mii hepsini rehber biliyor?. Tatsız bir şeydi benim adıma. Olmaması gerekirdi.* R22, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde turda

zamanlamaya uymayan ve buluşma yerine vaktinde gelmeyen kişilerin grupta tedirginlik yarattığını, turistlerin rehber olarak kendisinin otoritesini hiçe sayarak karar aşamasına dahil olmaya, bu yönde kendisine baskı yapmaya çalıştığını ifade etmektedir. R22, yaşananları *"Tatsız bir şeydi benim adıma. Olmaması gerekirdi."* diyerek olanlardan duyduğu rahatsızlığı belirtmektedir.

R21: "*Acentanın tur sözleşmesinde rehberin tüm yolculardan 30'ar lira toplaması gerektiği yazıyordu. Ben de hemen turun ilk günü para toplamak istemedim. İkinci gün otobüste paraları topluyordum. En arka koltukta oturan iki kişi vardı. Para vermek istemediler. Sürekli bu para neden isteniyor şeklinde durumu sorguladılar. Biz üniversite öğrencisiyiz biz vermeyelim gibisinden laflar ettiler. Ben ısrar edince. İri yarı olan kişi bana diklendi. Bağırmaya başladı sesini yükseltti. Dedim yani bu sizin tur sözleşmenizde yazıyor buna göre anlaşmışsınız. Orada yazıyor rehberin 30'ar lira para toplayacağı siz bunu görmediniz mi?. Görmemenize imkan yok kırmızıyla yazılmış büyük puntoda belirtilmiş. Ben bu paraya toplamakla yükümlüyüm. Hala itiraz ettiler. Sonra sinirlendim. Dedim yani madem öyle 250 liraya 2 günlük tur almışsınız ya konaklamalı daha ne istiyorsunuz. Dedim o zaman ben de otele gittiğimizde size oda kartınızı vermiyorum. Valizlerinizi de bir kenara aldırırım. Naparsanız yapın. Sizi turdan atma yetkim var. İndiririm sizi otobüsten. Birazdan görürsünüz gibi konuştum. Sonra ben öyle deyince korktular benden. Tabiri caizse geri vites yaptılar. Ödemeyi aldım tura devam ettim."* R21, paylaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde tur sözleşmesinde belirtilen ödeme tutarını ödememekte ısrar eden turistlerin kendisine karşı gelip sesini yükselterek bağırdığını ifade etmektedir. R21, karşılaştığı olayı turistlere yetkileri dahilinde göz dağı vererek çözdüğünü vurgularken yaşananların bir rehber olarak kendisini sinirlendirdiğini belirtmektedir.

R18: *"Yaşadığım en şey olay şuydu. Şehitlikte yaşandı. Çok yoğun bir gündü ve otobüsün durabildiği yer bizim olduğumuz yerden yaklaşık bir kilometre ileride. Yol tek yön ve bizim otobüse ulaşmamızın tek yolu yürümek ve hava çok sıcak. O yüzden bir adam bana bas bas bağırmıştı. Sen bizi niye yürüttün diye. Sanki ben yapmışım gibi hani olay yani. Koşullar sebebiyle sinirlenip bağıran insanlar olabiliyor. En fazla gördüğüm şiddetli tavır buydu. Bunda da etrafımdaki insanlar bana gelip ya bu adam zaten sorunlu hiç ciddiye almayın muhattap olmayın. Bu böyle gereksiz yere böyle tepkiler verebiliyor dediler bana diğer öğretmen*

arkadaşlar ki öğretmendi bu da. Onlar öyle söyleyince ben de hiç adamla muhattap olmadım. Konuşmadım olay orada kapandı. Yaşadığım en büyük olay buydu." R18, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde tur şartlarına uyum sağlayamayan turistin kendisine bağırdığını bunu gören diğer turistlerin kendisini teselli edecek söylemlerde bulunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca R18, diğer turistlerin o kişinin sorunlu olduğunu belirttiğini, kendisinin problemli müşteriyle muhattap olmadığını belirtmektedir.

R16: *"Bir İspanyol turistle sorun yaşamıştım bundan bahsedebilirim. Kendisi bana diklendi yani söylenerek üstüme yürüdü üslubu kabaydı. Bana vuracakmış gibi hakaret ederek üzerime yürüdü. Ona dedim ki eğer ki bana vurursan bana vurduğun an hapistesin seni hapisten çıkartmam. Başına bela alırsın dedim. Adam ondan sonra bıraktı. Yani uzun boyluyum biraz iri birisiyim. Normalde bana cesaret edemezler. Ağzının payını veririm. Gerektiğinde zaten sert davranıyorum turlarımda ama o adam şaşırtmıştı beni aniden parladı. Ben tehtid etmek zorunda kaldım. O da sindi. Şaşırdım çok aniden olduğundan. Ne olursa olsun işinizi yapmak zorundasınız. Devam ediyorsunuz bir şekilde tura geçip gidiyor böyle anlar ama hatırlıyor insan düşününce beklemediğin birşeydi.*" R16, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde bir turistin kendisini kaba bir üslupla tersleyerek üzerine yürüdüğünü, o an kişinin fiziksel şiddet uygulayacağını düşündüğünü belirtmektedir. R16, kişiyi fiziki bir eylem gerçekleştirmesi halinde yasal hakkını kullanmakla tehtid ederek sindirdiğini ifade etmektedir. R16, yaşanan olayın kendisini şaşırttığını dile getirmektedir.

R20: *"Benim bir Tayland turuma yine şuursuz diyebileceğim bekar erkek yolcu geldi. Tura tek başına katılmış birisiydi. Amacı belliydi. Önce bir baktı şöyle bu iş rehberle beleşe olur mu olmaz mı?. Çok afedersiniz özür dileyerek söylüyorum. Tacize uğradım diyebilirim. Ben orada bir terbiyesizlikle karşılaştım sakin davrandım. Biraz da gözdağı verdim. Nasıl diyeceksiniz?. Bu olay Singapur'da oldu ben Singapur'daki çok üst yetkili bir Türk beyefendiyi yanıma çağırdım. Bu olayın başıma gelebileceğini öngörünce yetkiliyi çağırdım. Ben bununla karşılaştım bir kereye mahsus olarak fakat bu yolcuyu yine enteresan tabi bu biraz da insan idare etmekle ilgili bir tecrübeden kaynaklanıyor. Beraber gelmiş üç kafadar bekar erkek de vardı grup içerisinde.Onlar son derece saygılıydılar. Hiçbir şekilde insanların içerisinde şekil bozmayan insanlardı. Bizlere karşı son derece terbiyelilerdi. Bu*

dediğim üç arkadaş en sonunda bu bahsettiğim tek kişiyi orta yerde dövdüler en sonunda. Bu durumda o kişi şikayetçi de olamadı. Hak etmişti yaptığıyla bunu." R20, başına gelen istenmeyen turist davranışı deneyiminde erkek bir turist tarafından tacize uğradığını, turistin terbiyesizce söylemlerine karşı sakin davranarak kişiye üst düzey bir acenta yetkilisini yanına çağırarak göz dağı verdiğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra R20, söz konusu olayın diğer turistler tarafından fark edildiğini, turist grubu içerisinden bazı kişilerin rehberi taciz eden kişiye yönelik fiziksel şiddet uyguladığını ifade etmektedir.

R19: "*Bir gün birlikte çalıştığım acentamdan arandım. Acenta yetkilisi aman dikkat et çok önemli grup geliyor iyi ilgilen dikkatli olalım memnun kalsınlar dedi. Bu grup Malezyadan bir üniversite grubuydu. Çok karışık bir gruptu içerisinde akademisyenler, asistanlar, öğrenciler falan da vardı. Grup başkanı otobüsün kullanımından, zamanlamadan tutunda gidilecek yerlere kadar müdahil olmak istedi. Acentasıyla iletişim kurdu. Acentası benim çalıştığım acentayı aramış. Grup başkanının isteklerini dinlemem töleranslı olmam gerektiği söylendi. Bu durum hiç hoşuma gitmedi. Grup başkanı direk tura müdahil olmuş oldu. Ben tepkimi belli ettim. Rahatsız olmuştum bu durumdan. İşin kötü yanı turdaki misafirler benden çok memnundu. Güzel bir iletişimimiz vardı. Bir kişinin istekleri yüzünden tadım kaçtı. Acentamdan arandım. Bana başka bir tur vereceklerini tura başka bir rehberin devam edeceğini söylediler. Çok üzüldüm. Otobüste mikrofondan, misafirlere seslendim hakkınızı helal edin hepinize teşekkür ediyorum bir kişi hariç dedim. Üzgündüm. İyi kazandıracak da bir gruptu. Artık grup başkanlarından daha çok çekiniyorum ve onlara karşı daha temkinli yaklaşıyorum.* R19, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde grup başkanı tarafından otoritesine müdahale edildiğini, bu duruma acentanın mahal verdiğini ifade etmektedir. R19, yaşanan olaydan rahatsız olduğunu söylemesi ve olanlara tepki göstermesi sebebiyle acentanın rehber değişikliğine giderek kendisine başka bir tur verdiğini dile getirmektedir. R19, olaydan duyduğu üzüntüyü ifade ederken karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyimi sonrası artık grup başkanlarından çekindiğini ve onlara temkinli yaklaştığını belirtmektedir.

R30: *"Bundan 5-6 sene önce Bangkok'tan bir turist grubuna topkapı sarayını gezdirecektim saray dışarıdan anlatılır. Bize genelde 1.30-2 saat süre tanınır orası için. Anlatımı yaptım. Şu saatte buluşma yerine gelin dedim. Sıra kuyruk olduğundan*

birkaçı hazine dairesinin bazı kısımlarını görememiş. Bunlar buluşma yerine geldi bağırdı çağırdı. Yok ben şurayı gezemedim burayı göremedim. Zaten zamana karşı yarışıyoruz. Adamın birisi beni kafaya taktı. Grup başkanına şikayet etti. Pazartesi günü rehberi değiştirin diye mesaj gitmiş ofise. Acenta benim yüzümden olmayan birşeyden ötürü beni turdan aldı. Acentalar rehberinin arkasında durmuyor. Ne olursa olsun rehber suçlu oluyor. Acentaların dediği şey bana şikayet getirme. Sen sebep olmasan da sana mal ediliyor herşey." R30, yaşadığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde ören yerinde sırada beklemek durumunda kalan turistlerin görmek istediği kısımları tur zamanlaması dahilinde göremediğinden bazı müşterilerin kendisine bağırdığını ifade etmektedir. R30, söz konusu olayda bağıran turistlerin kendisini grup başkanına şikayet ettiğini, acentanın ise bu durum karşısında kendisini turdan aldığını dile getirmektedir.

R35: *"4 kişiyi almaya gittim bir gemiden. Şeyden İstanbul'da salıpazarı limandan almaya gittim. Bir rehber arkadaşımın pasladığı bir işti. Bunlar ilk defa da bir rehberli tura çıkmışlar. İlk defa bir gemi turuna çıkmışlar. Anlatabiliyor muyum?. Bu adamlar dediler ki bize ilkten yahu işte bizde Euro var. Bunlar Eurolarıyla gelmişler TL yok yanlarında. Şu anda nasıl gideceğiz? Dediler. Taksiyle mi gitsek? Diye sordular. O zaman iki taksi yapmamız gerekecek. Dedim isterseniz şuradan tramvaya atlayalım. Sultanahmet'in oraya gideceğiz. Tamam dediler razı oldular. Adam başı rakam şu size kart da alalım isterseniz dedim. Ben sizi geri getiririm dedim. Ayasofya'ya geldik tabi gişede sadece TL kabul ediyorlar. Ben onların parasını da ödedim. Çünkü dedim yani döviz falan bozduracağız şimdi zaman geçmesin zaman kaybetmeyelim. Adamların da programı var diye. Ben onlara müşteri-rehber sözleşmesini imzalatacaktım o kaldı. Bakın böyle böyle bir sözleşmemiz var. Sizinle karaborsa bağlamında değil de şu şu şu taban fiyat üzerinden anlaştığımızı beyan eden bir şey. Grupta bir kadın yanında da eşi var. Allahım kadın tutturdu kırk dereden su getiriyor. Yahu niye imzalayacakmışım da bilmem ne. Bakın bunu imzalayın çantanızda dursun gerektiğinde yetkililer sorarsa göstermemiz lazım bunu yani. Almanya'da da bir takım şeyler kural dahilinde yapılmak zorundadır herhalde yani bu da dedim bunun formalitesi. Dresden kentinden gelmişlerdi bu Alman çift hatırlıyorum. Bizim sizi gezdirdiğimizin bir formalitesi bir belgesi yani. Bu baktım devam ediyor tavırlarına. Biraz yürüdüm başladım anlatmaya artık. Dedim aradan zaman da geçti bunu Ayasofya'ya gitmeden*

imzalamamız lazım. Dedin yok işte sen küstahlaşıyorsun falan diyor bana. Bu sefer bunu söyleyince benim şarterlerim attı. Halen daha ara sıra aklıma gelir kızarım o kadına bana yaptıkları için. Gruba dedim ki bakın siz çok iyi insanlarsınız ama sanırım hanımefendi bugün solundan kalkmış. TLmiz yok Euromuz var dediniz. Sabahtan beri giriş için sizin paranızı ödediğim halde ona rağmen sizde kalacağını söylememe rağmen beni zor duruma düşmekten kurtaracak bir belgeyi ufacık bir paraflamayı bile red ediyor. Ben de sizi red ediyorum. Ben de dedim yılların rehberiyim bırakıyorum sizi dedim. Almanya'daki bir acenta vasıtasıyla gelmişti bu iş arkadaşa o bana gönderdi. Bu kadın Ayasofya'nın önünde ben Alman Çeşmesi'ni anlatırken sürekli soru sormaya çalıştı. Ben anlatacağımı anlatayım izin verin daha sonra soru sorarsınız dedim. Kadının çok milliyetçilik duyguları mı kabardı artık ne olduysa o zaman da bana Almancan bir şeye benzemiyor demişti. Ee dedim o zaman İngilizce devam edelim. Dedim İngilizce olarak devam edelim. İngilizce bir cümle söyledim öyle dedim. Madem Almancam kötüymüş ya ben Almanya'da Köln'de doğdum büyüdüm. O zamandan beridir Almanca'ya hakimim hem de simultane tercümanım aynı zamanda İngilizce ve Almanca olarak. Kadın sataşıyor küstahlaşıyor diyor benim için. Ben de daha sonra kocasıyla konuştum. Bakın eşiniz bu şekilde davranıyor ben bu zamana kadar böyle bir şey görmedim. Ben turu yapamam böyle olursa dedim. Uyardım onları. Ona rağmen bu imza mevzusunda da aynı tavrı sergileyince dedim artık kusura bakmayın yani burama kadar geldi. Çekemeyeceğim artık sizi yani kusura bakmayın dedim. Gönderdim ben bunları. Sağolsun arkadaşım paramı verdi yine de. Kadın kaprisleriyle, hareketleriyle günümü mahvetti yani. Onca yılın deneyimi ama çok kötü hissettim kendimi o anda." R35, başına gelen istenmeyen turist davranışı deneyiminde rehberliğini yaptığını turistin kendisini aşağıladığını ve turist-rehber sözleşmesini imzalamamakta ısrarcı tavırlar sergilediğini belirtmektedir. R35, karşılaştığı söz konusu davranışa bir tepki olarak turu bıraktığını ifade etmektedir. Bunun yanı sıra R35, "*Halen daha ara sıra aklıma gelir kızarım o kadına bana yaptıkları için."* diyerek yaşadığı olayı unutamadığını ve anımsadığını dile getirmektedir. Ayrıca R35, "*Onca yılın deneyimi ama çok kötü hissettim kendimi o anda."* ifadesiyle tüm tecrübesine rağmen o an kendisini kötü hissetttiğini, üzgün bir duygulanıma sahip olduğunu belirtmektedir.

R34: "*Antalya'daki turumda başıma bir olay geldi. Müşteri ayağını yaraladı. Müşteriyi işte koydan özel yatla şeye kadar götürüp ambulansa bindirip hastaneye*

götürmemize rağmen müşteri rehber bana hiç yardımcı olmadı diyerek söylenip benden şikayet etti. Acentaya da şöylemiş. Bu bir rehber için çok acı bir şey yani sen bir rehber olarak bütün özverini yapıyorsun. Gruptaki herkes buna şahitlik ediyor. Kendi paralarını geri alma hırsıyla iftira atabiliyorlar. Üzülüyor insan." R34, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde tur esnasında yaralanan bir turiste özveride bulunarak yardımcı olmasına rağmen turistin kendisine söylendiğini ve seyahat acentasına şikayet ettiğini ifade etmektedir. R34, söz konusu olaydan üzüntü duyduğunu belirtirken bazı müşterilerin tura ödediği ücreti geri alabilmek için bu gibi durumlarda rehbere iftira atabildiğini belirtmektedir.

R27: *"40 kişi bir gruptu. Herşey çok güzeldi gezdik ettik. Derisaray vardı mağaza oraya gittik. Tabi o zamanlar revaçta çok. Sorardım gidelim mi gitmeyelim mi?. Acenta derdi ki götüreceksin mecbur. Demokratik davranırdım kim istiyor kim istemiyor sorardım. Ben bu çözümü bulmuştum. Herşey çok güzeldi ikinci gün üçüncü gün oluyor bu. O gün de o adam işte herhalde yorgundu canı falan sıkkındı girmek istemedi. Bir anda üstüme geldi. Cevap verecek bir durumum yok söylendi söylendi konuşmak istedim konuşamadım. Bugün düşünüyorum da o gün ben de yorgunmuşum herhalde. Artık sinir şeyim gözlerime vurdu başladım ağlamaya grup geldi yahu bu biraz şöyledir böyledir bitti olay. Dialog kurmadım o kişiyle. Tura devam ettik. O orada yaşandı bitti yani."* R27, başına gelen istenmeyen turist davranışı deneyiminde alışveriş amacıyla turistleri götürdüğü mağazaya girmek istemeyen bir müşterinin üzerine gelerek söylendiğini ifade etmektedir. R27, yaşadığı olay anında sinirlerinin bozulduğunu ve ağladığını problemli müşteriyle ise muhattap olmadığını belirtmektedir.

R7: *"En rahatsız olduğum olay şuydu grubumu dükkana götürmüştüm. Güvenmediler bana. Bana isyan etti müşterilerin bir kısmı. Bizi buraya soktun da buradaki fiyatlar ne böyle çok pahalı biz dolaştık daha ucuzunu bulduk gibisinden. Bu yüzden kapışma mı diyeyim ne diyeyim yani bir tartışma ortamı oldu müşterilerle. Ben bu durumdan çok rahatsız oldum. Komisyon olayını da söyleyenler oldu. O an tabi yerin dibine girmiş gibi hissettim kendimi. Bu tarz şeylerden hiç hoşlanmıyorum. O an çok rahatsız oldum tabi ama kötü anlardan çok iyi anları hatırlıyor insan."* R7, turist grubuyla alışveriş için gidilen mağazada turistlerin fiyatları yüksek bularak daha uygun fiyatta satış yapan bir yer bulmasıyla müşteriler ve kendisi arasında tartışma yaşandığını ifade etmektedir. R7, turistlerden bir kısmının rehberin

komisyon aldığını söylemesi anını *"O an tabi yerin dibine girmiş gibi hissettim kendimi"* diyerek ifade eden R7, yaşadığı olayı çok rahatsız edici, olanları ise kötü bir an olarak nitelendirmektedir.

R26: *"Turistin biri cebinden dolar çıkardı böyle eliyle bana doğru dolarları sallamaya başladı. Ben vardım orda tabi bana yapıyor. Bak benim param çok değerli gibisinden. Ülkeme ve bana karşı bir hakaret olarak gördüm. Alıp dolarını yırttım. Sen bunu sakla hiçbir zaman da aklından çıkarma dedim. Sana benim hatıram olsun dedim. Sinirlenmiştim biraz. Paranla sen Türkiye'de kimseyi satın alamazsın dedim. Normalde bu bir Amerika'lının yapmaması gereken bir şey ama herhalde psikolojik rahatsızlığı vardı böyle bir şey yaşadım."* R26, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde bir turistin cebinden para çıkararak kendisine doğru dolar tomarını salladığını ifade etmektedir. R26, turistin bu hareketini ülkeye ve kendisine yapılmış bir hakaret olarak algıladığını belirterek turistin söz konusu davranışına sinirlendiğini dile getirmektedir.

R9: *"Yemek yemek için misafirlerim restorant tavsiyesi istedi ancak tavsiyeme uymayıp kendi tercihleri bir restorant seçtiler bunun üzerine onlara o restorantın pahalı ve kaliteli olmadığını söylediğim halde orada yemek istediler. Beni dinlemediler. Tersler gibi konuştular. Ben 1 saat mola verdikten sonra onları tekrar almaya gittim.Memnuniyetsizlikleri yüzlerinden okunuyordu. Çok pahalı olduğunu söylediler ve bende teyit ettim ardından benim önerdiğim yerle fiyat kıyaslaması yaptık.Haklı olduğumu geçte olsa anladılar ve mahcup oldular. Turistlerin bana ortada bir neden yokken güvenmiyor olması kötü hissettiriyor. Sanki ben onları dolandıracakmışım gibi düşünüyorlar. Üzülüyorum. Restoranlarla ilgili tavsiye veresim gelmiyor."* R9, kendisinden restoran tavsiyesi isteyen turist grubunun tavsiyelerini dinlemediğini, önerisine karşılık tersler bir tavır takındığını ifade etmektedir. R9, turistlerin kendisine karşı güvensiz tavırlar sergilemesinden dolayı kendisini kötü hissettiğini ve buna üzüldüğünü dile getirmektedir. Bunun yanı sıra R9, yaşadığı olaydan sonra artık turistlere restoranlara ilişkin tavsiye vermek istemediğini belirtmektedir.

R24: *"Grubumla beraber Ayasofya'yı geziyorduk. Gruba anlatım yapıyordum. Grup dışından biri dinlemeye çalıştı beni. Ben de uyardım. Dedim yani dinleyemezsiniz buradaki insanlar benim hizmetim için para verdi. Ben seni dinlemiyorum ki sen kimsin de bana uyarıda bulunuyorsun falan söylendi. Siz bedavaya dinlemeye çalışıyorsunuz beni dedim. Kadını uyarınca başladı hiçbir yere gitmiyorum ben demeye. Umarım bu insanlar seni sevmez. Kendinden utanmalısın. İnşallah sana bahşiş vermezler bilmem ne. Dedim burada duramazsınız şuanda bizi dinliyorsunuz. Ondan sonra uzaklaştı gruptan. Kadın gitti. Gruptaki herkes güldü aslında onların haklarını koruduğum için. Yaklaşık 1-1.30 saat anlatım yaptım orada. Gruptakiler benden memnundular. Pek dert etmedim bu olayı çünkü gruptaki turistlerim benim arkamda durdu onu hissettim yani. Sonuçta haklarını korumuştum."* R24, grubuna anlatım yaptığı esnada grup dışından kendisinin anlatımını dinlemeye çalışan bir kişiyi uyardığını, uyardığı kişinin kaba söylemlerine maruz kaldığını belirtmektedir. R24, yaşanan olayda kendi turist grubundan destek gördüğünü ifade etmektedir.

R33: *"Sanırım evet yurtdışı turumda olmuştu. Yine böyle bir grup gelmişti daha önceki turlarında acenta nedeniyle sıkıntı yaşamış bir grup. O yüzden acenta bunları bir promosyon şeklinde bir tura daha göndermiş ve bu gruba bütün ekstralar alınmayacak şekilde teklif edilmiş. Hani bana dendi ki ekstra tur olduğunda bunlardan ücret alma diğerlerinden al. Ama bu promosyonla gelmiş grup o kadar herşeye karşı çıkmaya başladı ki o bölgeyi de biliyorum 2 sene kadar Kuzey Avrupa'da yaşadım. Bazen turlarda vakit olduğunda kendi bildiğim yerlere de götürüyorum gruplarımı. Normalde kaptanlar bir şey demez. Bazısı sıkıntı yaratıyor biraz bahşiş toplaman gerekiyor. Yine böyle bir grupta turumuz da güzel geçiyor. Yani bütün turu yaptık ekstraları da sattık. Her yere gidiyoruz. Sadece bir yere gideceğiz acenta da onu oraya yazmamış ki ne olur ne olmaz zaman yetmez diye. Oraya gidelim falan kaptan da biraz sıkıntı çıktı. Tamam o zaman biraz bahşiş toplayalım. Onu yapalım bunu yapalım. Bu sefer bir olay çıktı size anlatamam. Yani o bütün ekstra turlarda hiç para vermeyen ki eksra turların da maliyeti o zaman 500 Euro civarında hiçbir ekstra tura para vermeyen grup kaptana 5 Euro para toplayacaktık 5 Euro gibi bir parayı vermediler. Genelde bu para muhabbetleri benim canımı çok sıkar. Gruplaşma oldu. Ortam gerildi tartıştık. Bayağı bir olay çıktı otobüsün içerisinde herkes de anladı bunların parasız geldiğini diğerleri de*

anladı. Hiç birşeye para vermediniz bari buna para verin gibisinden çok büyük olay oldu otobüsü kenara çektim. Bir yarım saat kırk beş dakika mola verdim. O grupla konuştum diğerleriyle konuştum. Yani uğraştım buldum orta yolu. Rehber olarak ben bu ekstra turlu olan turları hiç sevmem zaten. En güzeli her şey dahil turda alıyorsun kafan rahat yapıyorsun. Çünkü böyle turlarda insanlar arası sıkıntılar yaşanabiliyor. Uzun sürüyor. Bir de iç içe geçiyorsun bir süre sonra herkes birbirinin gözüne batmaya başlıyor." R33, turist grubu içerisinde seyahat acentasının promosyonuyla gelen ayrı bir grup olduğunu, bu kişilerin ekstra turlarından ücret alınmaması yönünde talimat aldığını belirtmektedir. R33, promosyonla gelen turistlerin otobüs şoförü için toplanan bahşişi vermemekte ısrar ettiğini diğer turistlerin söz konusu kişilerin promosyon ile ekstra turlara ücret ödemediğini fark ettiğini ifade ederken turistler arası gruplaşma oluştuğunu ifade etmektedir. R33, yaşananların ortamı gerginleştirdiğini, kendisi ve turistler arasında şiddetli tartışmalar meydana geldiğini dile getirmektedir.

R6: *"Bir grup aldım. Bir grubun bir tanesinde ilk durak noktasında otele yerleştikten sonra bilirsiniz genelde otelde mini barların içerisi ekstra olur. Benim misafirlerim tamamen mini barın içerisini boşaltmışlar ve daha sonra bize söylenmedi gibisinden bütün masrafları benim üzerime yıkmaya çalıştılar mesela. Yalova'da yaşadığım bir durum. Bir rehber mini barın ekstra olduğunu söylemek zorunda değil seyahat eden bir kişi zaten bunu bilir. Otellerde ekstra ücretlidir mini barlar. Hele bir de oda kahvaltı konakladığınız bir otelde kesinlikle olmaz yani. Adam fındığına fıstığına kadar yemiş sabah da bana itiraz etti ödemek zorunda değilim diye mesela. Adam tutturmuş bize söylenmediği için ben ödemek zorunda değilim diyor. Tabi bunu yapan sadece bir tane müşteri de değildi hayatlarında belki ilk defa tatile çıkan 4-5 aileydi. 2 tanesi ödemedi 2'si ödedi kabul etti. Yapacak bir şey yok. Ben onlara söyledim herhalde dedim ilk defa tatil yapıyorsunuz hayatınızda. Dünyanın her yerinde bütün minibarlar ücretli dedim yani siz bunu nasıl bilmiyorsunuz gibilerinden deyip bu şekilde bağladık. Ödemeleri gerektiğini anlattım onlara kimisi ödedi kimisi ödemeden çıktı senin sorumluluğunda dedi. Ne yapayım dedim ödemezsen ödeme. Çıkarken de ben kendim ödedim çıktım mesela. Sinir bozucu bir durumdu. Hayret ettim."* R6, rehberliğini yaptığı turister arasında otel minibarının ekstra ücretli olduğunu bilmeyen turistlerin bulunduğunu bu kişilerin minibardan tükettiklerinin ücretinden kendisini sorumlu tuttuğunu ifade etmektedir.

Minibar ücretini ödememekte ısrar eden turistler ile sorun yaşadığını belirten R6, ödemenin bir kısmını kendisinin yapmak zorunda kaldığını belirtmektedir.

Başına gelen başka bir olayı da dile getirmek isteyen R6: "*Anadolu turunda sekiz günlük bir turda. Aradan dört gün geçtikten sonra önümüzdeki gelecek olan programda bir yer yok dedi mesela. Sizin programınızda bu yok dedi turist ben bu turdan memnun değilim dedi. Dedim yani turu alırken niye haber vermiyorsun?. Şimdi mi söylüyorsun diye konuştum turistle. Buraya gidilmeyecek turda bunu bilseydin de almasaydın gibilerinden yaklaştım ona. Ondan sonra baktım devam ediyor. Tura katılan içerdeki diğer misafirleri de rahatsız etmeye devam ediyor. Çektim arabayı kenarıya bekleyin dedim ben rehber değiştiriyorum. Siz memnun değilseniz rehber değişikliğine gidelim dedim. Dediği yer tur programında olmayınca rehbere bana yüklenmeye başladı. Turdan da senden de memnun değilim dedi. Ben firmaya haber vereyim o zaman size yeni rehber göndersin dedim. Diğer tura katılan misafirler turdan oldukça memnundu. Yani olayı aslında ben misafirlere çözdürüyorum. Adamı yani arıza çıkartan adamı misafirlere havale ettim ben. Misafirler onu iki dakikada hani biz rehberden memnunuz gidişattan memnunuz diye ikna edebiliyor. Yani kendim çözmeye uğraşmıyorum. Elbette uğraşıyorum elimden geleni tabi ki yapıyorum ama baktım olmuyor diğer misafirlere çözdürüyorum böyle olduğunda. Baktım olacak gibi değil herkesin önünde çözüyorum olayı."* R6, turist grubundan bir turistin tur programında bulunmayan bir yer ile ilgili kendisine söylendiğini, kişinin bu yüzden turdan ve kendisinden memnun olmadığını söyleyerek kendisini ve diğer turistleri rahatsız ettiğini dile getirmektedir. R6, sonuç itibariyle turistin tur programını önceden bilerek tercih ettiğini ifade ederken yaşananlardan rahatsızlık duyduğunu dile getirmektedir.

R1: *"Ben şöyle bir örnek vereyim. Ben o zamanlar Fethiye'de çalışıyordum. Yine serbest çalışıyordum. Karışık bir grup gidiyoruz işte İtalyan var İspanyol var. Hepsini beraber ingilizce yapıyoruz. Tavrı çok kötü olan bir adam vardı. Durduğumuz yerde adam bu ne yahu işte meyve suyu 20 lira misal tam fiyatı hatırlamıyorum şimdi onbeş yıl evvelki mevzu misalen 20 lira diyorum. Durduğumuz her yere laf söylüyor ama. İşte bu ne böyle tuvaletler çok kötüymüş falan filan her şeye bir tepki koyuyor. En sonunda dedim yani bir sıkıntın falan mı var?. Ya beğenmedim de turu bilmem ne? falan diyor. Ya dedim beğenmediysen milletin de huzurunu bozuyorsun. Ya dedim lütfen in aşağıya karşıya geç oteline geri dön ve*

şikayet et paranı da geri al madem dedim. Çünkü bu tavırla devam edeceksen yani zaten artık otobüstekiler de şey oldu ayaklandılar yani onun üzerine yürümeye başladılar. Adam toplama müşteriydi. Bu olayla ilgili kendimi haklı buluyorum açıkçası adam orada benim ve otuz kişinin huzurunu bozuyordu. O çok keskin bir karar yani ya ucu nereye giderse gitsin deyip indireceksiniz ya da kompanse etmeye çalışacaksınız. Ama işte o ayarı tutturmanız lazım. Bizim mesleğin olayı o yani her zaman nabza göre şerbet vermek lazım. Çünkü acenta başka ister müşteri başka ister. Arada siz kalırsınız." R1, turist grubu içerisinde her şeyden şikayet eden bir turistle karşılaştığını turistin kendisinin ve turist grubunun huzurunu bozacak tavırlar sergilediğini ifade etmektedir. R1, olayın büyümesine mahal vermeden kişiyi uyardığını ve duruma müdahale ettiğini belirtmektedir.

R32: *"CEO'ların olduğu bir gruptu CEO'ların başta olduğu bir gruptu. Öğrendiğim kadarıyla her ne kadar Amerika'lı olsalar da Ermeni asıllı olduklarını öğrendim. Özellikle Ermeniler ile ilgili sataşmada bulunulmuştu. İşte siz Ermenilere soykırım yaptınız şöyle yaptınız böyle yaptınız diyerek. İşte Yunanları buradan sürdünüz şeyden bahsediyor mübadeleden bahsediyor aklınca. Sonra bayağı bir siyasi polemik çıkartmışlardı ortaya ben de kendilerine hocalı katliamını hatırlatmıştım bakın işte hocalı var diye. Bu tür şeylere karşı kendimizi savunacak hazırlığımız var her zaman elbette. Ben de işte soykırımın sözde soykırım olduğunu detaylarıyla bahsettiğimde ve ardından hocalı katliamını örnek verdiğimde rakamlarla konuştuğumda ve yapılan zulümleri bunları hatırlattığımda sesleri kesilmişti tabi ki. Ben de o tartışmanın üzerine bunun bir siyasi saldırı olduğunu siyasi bir polemik yaratma amacında olduklarını bu tura devam edemeyeceğimi bu sözlü saldırının sınırları aşmış olduğunu ve milli bir saldırı olduğunu bildirerekten ben turu bıraktım yani yapmıyorum bu turu dedim kiminle yapıyorsanız yapın dedim. İndim otobüsten yürüdüm gittim yani. Kötü hissettim büyük ihtimalle önceden planlanmış bir şeydi gibi geldi bana. Gerekli mercilere de şikayetimi bildirerekten yapmıyorum bu turu dedim yani. Milli bir mesele olarak gördüm rahatsız oldum şey yapmadan kırıcı konuşmadan sinirlenmeden öfkelenmeden hakaret etmeden uslubuyla ağızlarının payını verdim. Yasal sınırları bozmadan haddimi aşmadan daha doğrusu gerekeni yaptım."* R32, yaşadığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde kendisiyle tarihi meseleler üzerinden siyasi polemik yaratma çabasında olan turistlerle karşılaştığını ifade etmektedir. R32, karşılaştığı olay sebebiyle

kendisini kötü hissettiğini, turistlerin siyasi ve tarihi meseleler üzerinden üstüne gelmeye çalışmasından rahatsızlık duyduğunu belirtmektedir. Bunun yanı sıra R32, turistlerin kendisiyle polemik oluşturma çabasına karşı sakinliğini koruduğunu durumu turistlere izah ederek turu bıraktığını ifade etmektedir.

R14: *"Bir karı koca çift vardı. Birgün önce bunlarla tur yapan rehber beni uyardı bak bunlar tuhaf şeyler söylüyorlar provakasyon gibi haberin olsun diye. Bunlar turda bana gelip "bizim ineklerimiz sizin camilerinizden güzel" diye bir laf etti. Şaşırdım ve duymamazlıktan geldim. Yok eşcinsel evlilikler var mı Türkiye'de diye sordular. Yok, hayır dedim. Ee İspanya'da köpeğinizle bile evlenirsiniz dediler. Yok işte siz turdasınız diye mi türban takmıyorsunuz normalde takıyorsunuzdur falan. Sizde çok kadınla evleniliyor değil mi?. Hayır çok kadınla evlenmek yasak diyorum. İki kadınla evlenmek normal değil mi yani diyorlar. Enteresanlar gerçekten yahu. Saçma ve rahatsız edici laflar yani. Dolaylı yoldan laf yapıyorlar. Çağdışı ve medeniyetsiz olduğumuzu söylemeye çalışıyorlar. En çok rahatsız olduğum konu bu bazı turistler özellikle Güney Amerikalılar, İspanyollar bunu yapıyor. Çünkü ortaçağ zihniyeti var onlarda hala. Kafalarındaki şablona uydurmaya çalışıyorlar Türkiye'yi Türk insanını."* R14, karşılaştığı istenmeyen turist davranışı deneyiminde enteresan söylemleriyle provokasyon yapma çabasında olan turistlerle karşılaştığını ifade etmektedir. R14, söz konusu turistlerin söylemlerinden rahatsızlık duyduğunu belirtmektedir.

R13: "*Avrupa'lı bir gruptu İspanya'dan gelmiş insanlardı. Sultanahmet meydanında her zamanki gibi klasik anlatımlarımı yaparken sıra Sultanahmet Camii'ni ziyarete geldiğinde orada tabi ister istemez avludaki çeşmeler insanın dikkatini çekiyor. Orada sıra beklerken namazdan abdestten hacdan oruçtan bahsediyorsunuz İslamiyet'ten bahsediyorsunuz. Adam diyor ki kardeşim yahu sen bana bunları niye anlatıyorsun ben ateistim. Birkaç defa başıma geldi bu. Orada turistin bir ön yargısı olduğu için müslümanlara karşı Türk insanına karşı. Turist şey diye düşünüyor herhalde bu rehber İslami propaganda yapmaya çalışıyor diye düşünüyor. Halbuki ben anlatmam gerekeni anlatıyorum yani Cami islamın mabedidir bahsetmeden olur mu?. Desem ki ben kardeşim başka dinden örnekler versem kıyaslasam tamam. Yani üzülüyor insan 35-40 kişilik bir gruba karşı liderlik rehberlik yapıyorsunuz ülkenizi temsil ediyorsunuz. Hoşgörülü şekilde yaklaşmaya çalışıyorum sadece siz değil diğer insanlar da var beni dinlemek mecburiyetinde*

değilsiniz diyerek buyrun isterseniz şurada bekleyebilirsiniz diyorum. Başıma böyle şeyler geldiğinde. Rehberlik zor iş böyle şeyleri idare etmek lazım" R13, ön yargılı turistlerin islamiyet ile ilgili anlatımlarına müdahale etmeye çalıştığını ifade etmektedir. R13, islamiyet ilgili anlatımlarını bölmeye çalışan turistlerden duyduğu üzüntüyü belirtmektedir.

R12: "*Gerçekten çok büyük negatif bir durum yaşadığım söylenemez lâkin bir defasında kültür ve tarih odaklı anlatımımı gerçekleştirirken grubun ufak bir kesiminin islamiyeti yeren konuşmaları sonrasında sinir harbi yaşadım lâkin sonrasında derin bir nefes alıp kendilerine sakin bir sekilde hakikatten bahsedince onlari ikna etmeyi başardım. Ama o an çok sinirlendim. Bazı insanlar bu gibi hasas konularda çok ön yargılılar. İnsan üzülüyor. Neyse ki onları ikna edebildim. Hatta ilk mola yerinde anlatımından etkilenmiş olduklarından gelip benden özür dilediler."* R12, dini ön yargılara sahip turistler tarafından islamiyete ilişkin anlatımlarının bölündüğünü ifade etmektedir. R12, turistlerin anlatımlarına müdahil olmasından rahatsız olduğunu belirtirken o an çok sinirlendiğini ancak sakinliğini koruyarak turistleri ikna ettiğini dile getirmektedir. R12, söz konusu olayın kendisini üzdüğünü vurgulamaktadır.

R11: "….*Gün öncesinden söyledim bakın camii gezeceğiz yarın şunlara şunlara dikkat edin. İşte yanınızda eşarp olsun. Kadınlar başlarını örtecek, omuzlarını kapatacak, uzun kıyafetler giyilecek diye bunlar çantalarında hazırlıklı olsun diye söyledim. Ertesi gün kadının biri mini etekle gelmiş eşarbı yok. O kadar söylemiştim dinlemiyorlar. Dinlenilmediğini fark edince sinir oluyor insan. Sonra siz suçlu oluyorsunuz üste çıkmaya çalışıyorlar. Böyle birşeyin suçlusu misafirin kendisidir yani ben anlatmışım anlatmamış olsam tamam."* R11, camii gezisi olacağı için gün öncesinden turistlere kılık kıyafet ile ilgili dikkat etmeleri gereken hususlara ilişkin uyarılarda bulunduğunu ancak turistlerin bu konudaki uyarılarını dinlemediğini ifade etmektedir. R11, turistlerin kendisini dinlemeyişine sinirlendiğini belirtmektedir.

R15: *"Grupta tespit edilmiş bir hayta gittiğimiz otelde kalan bir dansözü taciz etmiş. Bunu ilettiler bana. Adam kızın odasına sürekli telefon açıyormuş. Ben de dayanamadım tabi böyle bir şeye tepkisiz kalamam. Aradım adamın odasını "Sen galiba yurtdisi aramaya calisiyorsun ama başka bir odayi ariyorsun, rahatsız ediyorsun" deyip onu korkuttum. Daha sonra bu adam grup içinden başka bir*

müşteriden para da çaldı! Delil yok, yapacak bir şey yok. E tabi böyle bir durum olunca otomatikman benim de başım ağrıyor. Müşteriler tedirgin oluyorlar. Benim başıma üşüşüyorlar sonra. Ben de ne yaptım grup içinde bu adamı açık edip gruptan izole ettim. Afedersiniz öyle bir it ki, sonunda bizim tip zarfından da para çaldı. Bu müşteri bildiğiniz kriminal bir insan yani zor böyleleriyle uğraşmak." R15, turist grubunda bulunan problemli bir kişinin turistlerden ve kendi tip zarflarından para çaldığını, turistlerin yaşanan hırsızlık olayından dolayı tedirginlik yaşadığını dile getirmektedir. R15, hırsızlık yapan turistin kriminal biri olduğunu belirtmektedir.

R8: "*Yani şöyle bir şey olmuştu. Bir müşterim vardı. Yurt dışında turdaydım. Bir paket alması gerekiyordu o paketi alacağını söyledi. Ben de onun sözüne güvenerek onun rezervasyonunu yaptım. Ondan sonra turun sonuna geldik. Bana gelip yapmak istemediğini söyledi. Yaptığımız turun bu fiyata değmeyeceğini söyledi. Yabancı bir müşteriydi. Ben onu algılayamadım insanların bakış açısını yani insanların o parayı verip o tura katılıp ne kadar zevk aldıklarını mutlu olduklarını ama sadece o turun o paraya değmeyeceğini söylemesi ve bu parayı ödemeyeceğini söylemesi ben onun sözüne güvenerek rezervasyon yapmıştım. Beni çok büyük hayal kırıklığına uğratmıştı. Belki de en çok üzüldüğüm anlardan biri olmuştu çünkü acentaya kendimi bir şekilde ifade etmem gerekiyordu. Müşterinin sözüne güvenip onun rezervasyonunu yaptım ama müşteri gün sonunda bunu ödemek istemedi. Turu yapmaktan vazgeçmişti. O an benim çok zor bir durumda kaldığım andı. Ama acenta da çok anlayışlı davranarak böyle şeylerin olabileceğini söyleyerek ki her rehberin tarzını bilir acenta nasıl çalıştığını ve müşteriye nasıl yaklaştığını bilir. Onlar da bana bu konuda anlayış göstermişti.*" R8, ekstra tur için rezervasyon yaptığı turistin tur yapıldıktan sonra karar değiştirerek ödeme yapmamakta ısrar ettiğini dile getirmektedir. R8, turistin ısrarcı tutumu sonrası zor durumda kaldığını ifade ederek yaşananlardan dolayı hayal kırıklığına uğradığını ve üzüldüğünü belirtmektedir.

Katılımcı rehberlerin karşılaştıkları istenmeyen turist davranışları deneyimleri ışığında araştırmada, turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının turist rehberleri üzerinde anlatımlara konsantre olmakta güçlük çekme, moral bozukluğu, mesleğe ilişkin motivasyon kaybı yaşama, mesleği bırakmayı düşünme gibi yansımaları olabildiği belirlenmiştir.

4.3.10. Turist Rehberlerinin Turistlere İlişkin Davranış Beklentileri

Çalışmada, katılımcı turist rehberlerine turistlerin kendilerine nasıl davranmasını bekledikleri sorulmuştur. Katılımcıların yanıtlamaları doğrultusunda, rehberlerin turistlerin kendilerine karşı saygılı, anlayışlı, güler yüzlü ve samimi davranmasını beklediği ortaya çıkarılmıştır. Katılımcı rehberlerin önemli bir çoğunluğu özellikle saygının önemini vurgulayan söylemlerde bulunmuşlardır. Bunun yanı sıra, turist rehberlerinin turda anlatılanlara karşı turistlerin ilgili davranmasını, kendilerini dinlemesini ve turda zamanlamaya riayet etmesini beklediği ortaya çıkarılmıştır.

Şekil 10. Rehberlerin Turistlerden Davranış Beklentilerine İlişkin Kelime Bulutu[3]

Rehberlerin turistlerden saygılı, anlayışlı, güler yüzlü ve samimi davranması beklentileri konusundaki ifadeleri şöyledir:

R18: "*Saygılı ve hoşgörülü. Zaten bunlar herşeyi çözüyor. Saygı aslında kişinin düzgün yaklaşmasını ve turda dakik olmasını yani kısaca ihtiyaç duyulan herşeyi sağladığı için saygı diyebilirim buna. Saygı varsa iletişim zaten düzeyli devam eder.*" ifadesiyle saygının turist-rehber iletişiminde seviyeyi koruyan bir etken olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde R34: *"Bence rehberin turiste turistin de rehbere karşı saygılı olması gerekiyor. En önemli şey o. saygı ve nezaket düzeyini*

[3] Bu görsel MAXQDA2020 Analytics Pro 20.3.0 programı ile oluşturulmuştur. Katılımcı rehberlerin turistlerden davranış beklentilerine ilişkin ifade ettiği sözcüklerden oluşmaktadır.

kaybetmemek gerekiyor" görüşüyle karşılıklı saygının önemini vurgularken saygı ve nezaket düzeyini korumanın gerekliliğini vurgulamaktadır. R28 ise: "*Daha saygılı daha dinler olmalarını ve turla beraber kompakt bir şekilde hareket edebilmelerini beklerim. Bizim işleyişimiz açısından önemli bunlar. Yani işle ilgili sıkıntı yaşamadıktan sonra şahsi olarak bize bir güler yüz yetiyor yani bunun dışında başka bir şey yok. İşimizi yapmamıza engel olmadıkça bir sıkıntı yok.*" söylemiyle turistlerin saygılı, dinler ve güler yüzlü olması gerektiğine değinirken turistlerin tur ortamına uyum sağlamasına ilişkin beklentisini de ortaya koyarak turistlerin rehberin işini yapmasına engel teşkil etmeyecek davranışlar sergilemesi gerektiğini vurgulamaktadır.

R6: "*Onlar bir hizmet alıyor ben de o aldıkları hizmeti veriyorum. Onlar ben onlara hizmet verirken bunun benim bir işim olduğunu baştan bilmeleri gerekiyor. Bunu bir iş olarak yaptığımı bilmeleri gerekiyor. Bundan para kazandığımı bilmeleri gerekiyor. O yüzden yaptığım işe saygı göstermeleri gerekiyor. Beni iyi dinlesinler, ilgilerini göreyim isterim. Saygı duysunlar, saygılı olsunlar.*" ifadesinde turistlerin rehberlik mesleğini bilmesinin önemine değinirken mesleğe saygı göstermenin, rehberi dinlemenin, anlattıklarına karşı ilgili davranmanın ve saygılı olmanın önemini dile getirmektedir. R11: "*Saygı ve anlayış bekliyoruz misafirlerden. Zamanlamaya riayet etsinler, zamanlamaya mutlaka uysunlar bu konuda hassas olsunlar. Anlattıklarımızla ilgili olsunlar kesinlikle.*" söylemiyle bir rehber olarak turistlerden saygı ve anlayış beklediğini özellikle turda turistlerin zamanlamaya ilişkin direktiflere uymaları gerektiğini, rehberin anlattıklarına ilgi göstermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde R27: "*Saygı, sevgidir başka bir şey değil. Beni tanıyan gelen giden turistler hepsi bilir bir de zaman. Zaman altından ibarettir diye bir söz var. Bunu turistlerime hatırlatırım. Zamanlama konusunda otoriterim.*" söylemiyle saygılı olmak ve turda zamanlamaya uymak konularına değinmektedir. R12 ise: "*Bana karşı saygılı davranmalarını isterim. Hoşgörülü olsunlar. Anlattıklarıma ilgi gösterip sorular sorsunlar.*" turistlerin kendisine karşı anlayışlı ve saygılı davranmasını istediğini belirterek turistlerin turda anlatılanlara karşı ilgili olmasını beklediğini ifade etmektedir. R14: "*Saygılı ve söz dinler olsunlar istiyorum. Yarım saat sonra şurada buluşulacak dediğimde orada olsunlar. Dakik olsunlar yani.*" şeklinde görüş bildirerek turistlerin saygılı ve rehberi dinler olmalarını beklediğini ifade ederken turistlerin turda dakik olmasına ilişkin

beklentisini vurgulamaktadır. R21: "*Ben onlara saygı gösteriyorsam onlardan da saygı beklerim. Karşılıklı saygı ve sevgi olmalı. Benimle vakit geçirmek istemeleri beni mutlu ediyor. Yemek yerken masaya davet edilmek vb. jestler. Turistlerden ilgili olmalarını bekliyorum. Neşeli, şen davranmalarını bekliyorum. Öyle olunca daha eğlenceli keyifli oluyor hem onlar hem benim için.*" ifadesiyle karşılıklı saygının önemini vurgularken, turistlerin kendisine güler yüzlü ve pozitif davranmasının turu rehber ve turistler için daha eğlenceli ve keyifli hale getirdiğine dikkat çekmektedir. Benzer şekilde R35: "*Biz memleketin gülen yüzüyüz. Müşteriler de bize karşı güler yüzlü olsunlar. Sıcak bir gülümseme hatta biraz da heyacanlı olduklarını görsek sevinir gibi sevinirmiş gibi bile yapsalar yeter bize.*" ifadesiyle rehberlerin ülke insanının yansıyan güler yüzü olduğunu dile getirerek turistlerin de rehberlere karşı güler yüzlü olmalarını beklediğini dile getirmektedir. R30 ise: "*Önceden kutular dolusu mektuplar gelirdi. Bana teşekkürler edilirdi. Turistler gelip benle fotoğraflar çekilinirdi. Turistlerin samimiyeti kayboldu. Samimi davranmalarını rehbere yakın olmalarını beklerim.*" ifadesiyle samimiyet vurgusu yaparak turistlerin rehbere yakın davranışlarının kendisini memnun ettiğini bu yüzden turistlerin samimi ve sıcak davranmasını beklediğini dile getirmektedir. R4: *"Bana özel davranmasını beklemiyorum kimsenin. Sadece yaptığımız işi takdir etmelerini hepimiz isteriz. Her meslekte istenen bir şey bu. Bunun parayla pulla da ilgisi yok. Memnuniyetlerini belli etsinler. Mesela tur biter bir kısmı arkasına bakmadan gider bazıları da gelir elinizi sıkar teşekkür ederler. En basitinden güzel bir tur oldu emeğiniz için teşekkür ederiz derler. Turun düzenine uymalarını isterim. Turun ahengini bozacak davranışlarda bulunmamalarını isterim. Onun dışında istediğim başka bir şey yok."* ifadesiyle turistlerden samimiyetle memnuniyetlerini belirtmesini beklediğini, tur kuralları ve düzenine uygun davranmalarını istediğini dile getirmektedir. R5: *"Anlattıklarımla ilgili olmalarını isterim. Saygılı olsunlar. Bana karşı içten ve samimi davrandıklarını görmeyi isterim*" söylemiyle turistlerin kendisine samimi davranmasını istediğini ifade etmektedir.

R24: "*Saygılı olup dinlesinler. Söylediğim şeyleri dinlemek istemese de sevmese de en azından saygı göstermeliler….Saygı sınırını aşmadan tepkisini gösterebilir her insan.*" görüşünü paylaşarak turistlerin rehberine saygılı yaklaşmasının önemine değinirken turistlerin tepki göstereceği durumlarda saygı sınırını aşmamaya özen göstermesi gerektiğini vurgulamaktadır. R25 ise: "*Dinleyen*

müşteriyi çok seviyorum. Dinlemeyip anlattığım şeyi tekrar tekrar soranlar oluyor. Açık şeffaf müşteriyi çok seviyorum. Varsa bir sorunu arkadan dedikodu yapan değil de direkt gelip sorununu insanca söyleyen müşteriyi seviyorum. Saygı ve sevgi çerçevesinde tur yapılsın başka bir şey istemiyoruz." ifadesiyle bir rehber olarak kendisini dinleyen turistleri çok sevdiğini, turda sorun yaşayan turistin direkt olarak kendisiyle insancıl bir şekilde iletişim kurarak sorununu dile getirmesinden mutluluk duyduğunu belirtmektedir. Bunun yanı sıra R25, turistlerden turda saygı ve sevgi çerçevesinde davranışlar sergilemelerinin dışında bir beklentisinin olmadığını paylaşarak karşılıklı saygı ve sevginin önemini vurgulamaktadır. R17: "*Saygılı olduktan sonra arada hiçbir sıkıntı olmaz. Saygılı davransınlar.*" ifadesiyle turistlerin rehberine karşı saygılı davranması halinde turda yaşanabilecek problemlerde turist-rehber arasında sorun oluşmayacağını belirtmektedir. R26: "*Karşılıklı anlayış içerisinde saygılı davranması en büyük isteğimiz olur*". söylemiyle karşılıklı saygı ve anlayışın en önemli beklentileri olduğunu dile getirmektedir. R32: "*Misafirlerim anlattıklarımla daha ilgili olsunlar istiyorum.*" ifadesiyle turistlerin turda anlattıklarına ilişkin daha ilgili davranmalarını beklediğini dile getirmektedir. R16 ise: "*Uyumlu davransınlar, tatminkar olmasını bilsinler. Anlattıklarıma karşı ilgili davransınlar bunlar beni mutlu eder.*" söylemiyle turda anlattıklarıyla turistlerin ilgili olmalarının bir rehber olarak kendisini mutlu ettiğini ifade etmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist rehberleri, turizm sektöründe sunulan hizmetlerin önemli bir bölümünü oluşturan tur hizmetlerinin turistlere ulaşmasını sağlayan kişiler olarak mesleki anlamda turist deneyimlerini şekillendiren anahtar bir role sahiptirler. Turist rehberleri mesleklerinin doğası gereği turistlere liderlik eden, turist gruplarını yöneten ve yönlendiren bir pozisyonda görev yapmaktadırlar. Rehberlik hizmeti, turist-rehber arasında gerçekleşen iletişim ve etkileşim yoluyla var olabilmektedir. Bu bağlamda, iletişim sürecinde sergilenen karşılıklı davranışlar önem arz etmektedir. Bilindiği üzere davranış, genel itibariyle insanın çevresinde olanlara karşı gösterdiği tepkiler olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda, turist rehberlerinin kendilerine yönelik olarak karşılaştığı istenmeyen turist davranışları ve söz konusu davranışların rehberler üzerine yansımaları araştırmanın merak konusu olmuştur.

Toplumsal normlara aykırı olarak hizmet ortamında gerçekleşen, doğrudan veya dolaylı olarak gerek işgörene gerekse de diğer müşterilere negatif yansıyan, tüketim ortamına zarar verecek nitelikteki davranışlar istenmeyen müşteri davranışı olarak bilinmektedir. Bu bağlamda, olguya turist-rehber etkileşimi açısından bakıldığında, rehberler mesleğinin gereklerini yerine getirerek mesleki donanımını işini gerçekleştirebilme adına turistlere sunarken, mesleğinin doğası gereği turistlerin kendisine saygı duymasına ve itaat etmesine aslında bir bakıma turist topluluğu tarafından benimsenmeye ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla, rehber açısından sağlıklı bir hizmet ortamının oluşumu rehber hizmet sunumunu gerçekleştirirken yani turist tur ürününü tüketim halindeyken kendisini güç duruma düşürecek herhangi bir olumsuz turist davranışıyla karşılaşmamasına bağlıdır.

İstenmeyen müşteri davranışları kısmen yeni bir araştırma sahası olarak son zamanlarda giderek artan bir şekilde akademinin ilgisini çekmektedir (Fisk, Grove, Harris, Keeffe, Daunt, Russell-Bennet ve Wirtz, 2010: 418). İstenmeyen müşteri davranışları konusu tam olarak aydınlatılmış veya anlaşılmış bir konu değildir. Bu nedenledir ki, konu keşfedilmeye ve derinlemesine incelenmeye ihtiyaç duymaktadır (Harris ve Daunt, 2004). Alanyazında konu ekseninde gerçekleştirilmiş az sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu bakımdan araştırma konuya yönelik keşfedici bir çalışma olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın, gelecekte istenmeyen turist davranışları perspektifinde yapılacak araştırmalara yol göstereceği düşünülmektedir.

Çalışmada, görüşme yapılan turist rehberlerinin kendilerine yönelik davranışları bakımından istenmeyen turist tanımlamalarına ilişkin ifadelerinden elde edilen verilere uygulanan içerik analizi sonucu "turistin rehberle iletişimi" ve "turist rehberinin işini zorlaştırma" olmak üzere iki tema belirlenmiştir. Bu kapsamda araştırmada, turistin rehberle iletişimi boyutunda turist rehberlerinin hizmet ortamında kendisine karşı egoist tavırlar sergileyen, saygısızlıkta bulunan ve kaba davranan turistlerin tavırlarından rahatsızlık duydukları ortaya çıkarılmıştır. Turist rehberlerinin işini zorlaştırma boyutunda ise rehberin anlattıklarını dinlemeyen, tur programının dışına çıkmayı isteyen, zamanlamaya uymayan, gruba uyum sağlayamayan, her şeyden şikayet eden, rehberin otoritesini sorgulayan, ülkemize karşı ön yargılı söylemlerde bulunan, rehberin anlatımlarını bölen, rehberi satın aldığını sanan, rehberin uzmanlığını sorgulayan ve gruba yanlış bilgi veren turistlerin rehberler tarafından istenmeyen turist olarak tanımlandığı tespit edilmiştir. Böylelikle, çalışmada turist rehberlerine karşı davranışları bakımından hizmet ortamında istenmeyen turistin davranış özellikleri belirlenmiştir.

Çalışmada, seyahat acentalarının turda sunduğu hizmet unsurlarının turistler tarafından beğenilmemesi, acentaların taahhüt ettiği şekilde hizmet sunmaması ve tur operasyonunda yaşanan acenta kaynaklı aksaklıkların turist rehberine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarına yol açtığı ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada, turist rehberlerinin anlatımlarını dinlemeyen, anlatımları bölen ve zamanlamaya uymayan turistler yüzünden iş akışlarında problemler yaşadıkları ve bundan rahatsızlık duydukları belirlenmiştir.

Çalışmada, katılımcı turist rehberlerinin yanıtlamalarına uygulanan içerik analizi sonucunda turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışları agresif davranışlar, egolu davranışlar, kaba davranışlar ve rehberin işini zorlaştıran davranışlar olmak üzere dört tema dahilinde bulgulanmıştır. Turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarında agresif davranışlar; bağrınmak, sözlü hakaret etmek, sesini yükseltmek, rehberi taciz etmek, rehbere diklenmek, rehberle sert dialoğa girmek, fiziksel şiddet uygulamak, rehberin üzerine yürümek olarak tespit edilmiştir. Egolu davranışlar ise; bilgiçlik taslamak, rehbere karşı büyüklenmek, rehbere hava atmak ve laubali tavırlar sergilemek olarak belirlenmiştir. Turist rehberlerine yönelik istenmeyen turist davranışlarının kaba davranışlar kategorisini oluşturan davranışlar; emrivaki biçimde istekte bulunmak,

uygunsuz şekilde hitap etmek, kaba jest ve mimikler olarak tespit edilmiştir. Turist rehberlerinin işini zorlaştıran istenmeyen turist davranışlarının; zamanlamaya uymamak, rehberi dinlememek, rehberin anlatımlarını bölmek, rehberin işine karışmak, ülkemiz ile ilgili ön yargılı söylemlerde bulunmak, rehbere iftira atmak, sorumlu olduğu ödemeyi yapmamak, tur programının dışına çıkmayı istemek, rehberin anlatımı esnasında konuşmak, rehberin yanlış bilgilendirme yaptığını iddia etmek, rehbere karşı şüpheci ve güvensiz tavırlar sergilemek, rehberin verdiği restoran tavsiyesine söylenmek, rehberi komisyon alması üzerinden suçlamak olduğu belirlenmiştir.

Çalışmada turist rehberlerinin, kendilerine yönelik istenmeyen davranışlara tepkisel anlamda karşılık verdiği bu bağlamda rehberlerin sözlü uyarıda bulunma, durumu açıklama ve kendilerini savunma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Turist rehberlerinin söz konusu davranışlara tepkilenimlerini gerekçelendirmesinin ise turist grubu üzerindeki otoritesini korumak, turda düzeni sağlamak, turistlerin işine müdahale etmesine engel olmak, turist grubunun önünde küçük düşürülmeyi kabul etmemek ve saygısızlığa izin vermemek doğrultusunda gerçekleşmekte olduğu tespit edilmiştir.

Turistlerin rehberlerine karşı istenmeyen davranışlar sergilemesini tetikleyen durumların tur organizasyonunda acenta kaynaklı yaşanan problemler, olumsuz hava şartları, tur programında yer alan uzun yolculuklar, kültürel farklılıklar ve turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesi olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Turist rehberlerinin kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede özellikle seyahat acentalarından kaynaklanan operasyonel problemlerin yol açtığı istenmeyen turist davranışlarında kendilerinin sorumluluğunda olmayan hususları turistlere açıklama yöntemini tercih ettikleri ortaya çıkarılmıştır. Bunun yanı sıra, turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen davranışlarına karşı turistlerin gözünde seyahat acentasını savunur bir duruma düşmemeye özen gösterdikleri, seyahat acentasından yana taraf olmamayı bir çözümleme yöntemi olarak kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada, turist rehberlerinin kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede mesleki deneyimlerinden yararlandıkları ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada, turist rehberlerinin kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarında aşırılık olmadığı müddetçe kibar üsluplarını korumaya çalıştıkları, saygı sınırını aşmadan, sabırlı olmaya özen göstererek durumu alttan aldıkları ortaya konmuştur.

Çalışmada, turist rehberlerinin kendilerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla baş etmede turistlere jest yapma ve ikramlarda bulunma yöntemini kullandıkları ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada, turist rehberlerine karşı gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının; Rehberin, turistler üzerinde otorite kurması, saygın ve deneyimli bir rehber olduğunu turist grubuna benimsetmesi, tur programı ve tur ortamının kurallarıyla ilgili turistlere bilgilendirmeler ve açıklamalar yapması, durumsal olarak turistin perspektifinden bakıp empati yapması ve turistlerle olan iletişimini mesleki sorumlulukları çerçevesinde pozitif yönlü düzenleyerek engellenebildiği ortaya çıkarılmıştır.

Seyahat acentalarının kar amacı odaklı fırsatçı yaklaşımlarla özensiz turlar programlamaları, söz konusu davranışlara karşı acentaların turistlerin yanında yer alarak rehberini korumaması, her şeyden şikayet eden tatminsiz turistler, psikolojik problemleri olan kişiler ve kişilik anlamında sorunlu vurdumduymaz bireylerin var olmasının söz konusu davranışların önüne geçilmesine engel teşkil ettiği belirlenmiştir.

Turist rehberlerinin karşılaştığı kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerinde saldırgan davranışların(sözlü hakaret, bağırma, söylenme, rehberin üzerine yürüme, sesini yükseltme, azarlama, taciz vb.) ön plana çıktığını görülmektedir. Rehberlerin kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerinde turistlerin sorumluluklarından kaçınması(sorumlu olduğu ödemeyi yapmamakta ısrar etme, tur prosedürlerini kabullenememe), turistlerin dini, tarihi ve siyasi konular üzerinden rehberle polemiğe girmesi(din, tarih veya siyaset ile ilgili kışkırtıcı söylemlerde bulunarak rehberle polemik oluşturma), turistlerin rehberin işine karışması(rehberin otoritesine müdahale etme, rehberi yönlendirmeye çalışma) olmak üzere dört farklı davranış şekli tespit edilmiştir.

Turist rehberlerinin karşılaştıkları kritik istenmeyen turist davranışı deneyimlerinde rehberlerin çoğunlukla üzgün bir duygulanım yaşadıkları tespit

edilmiştir. Bunun yanı sıra, rehberlerin kritik deneyimlerinde sinirlilik, şaşkınlık ve utanç duyma gibi duygulanımlar yaşadığı belirlenmiştir.

Katılımcı rehberlerin karşılaştıkları istenmeyen turist davranışları deneyimleri ışığında araştırmada, turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarının turist rehberleri üzerinde anlatımlara konsantre olmakta güçlük çekme, moral bozukluğu, mesleğe ilişkin motivasyon kaybı yaşama, mesleği bırakmayı düşünme gibi yansımaları olabildiği ortaya çıkarılmıştır.

Alanyazında, müşteri temaslı çalışanlara ilişkin konu ekseninde gerçekleştirilen çalışmalar (Wen, Li ve Hou, 2016; Kim Ro Hutchinson ve Kwun, 2014; Huang ve Miao, 2016; Tsaur, Cheng ve Hong, 2019; Harris ve Reynolds, 2003; Harris ve Daunt, 2013; Goussinsky, 2011; Aslan ve Kozak, 2012; Altintas ve Altintas, 2010; Kavi ve Ceylan, 2016; Kim, 2012; Güler, Dalgıç ve Kadıoğlu, 2017) araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir. Bakıldığında araştırmalarda, müşteri temaslı işgörenlerin müşterilerin olumsuz davranışları neticesinde demoralize olup kendi statülerini sorguladığı, mesleğine ilişkin motivasyon kaybı yaşadığı görülürken kaba, agresif, saldırgan ve zorlayıcı davranışlarla karşılaşmanın işgörenleri mental olarak yıpratan bir durum olduğu ve işgörenlerin duygu durumlarına negatif yansıdığı görülmektedir.

Çalışmada, katılımcıların yanıtlamaları doğrultusunda rehberlerin turistlerin kendilerine karşı saygılı, anlayışlı, güler yüzlü ve samimi davranmasını beklediği ortaya çıkarılmıştır. Rehberlerin, önemli bir çoğunluğu özellikle saygının önemini vurgulayan söylemlerde bulunmuşlardır. Bunun yanı sıra, turist rehberlerinin turda anlatılanlara karşı turistlerin ilgili davranmasını, kendilerini dinlemesini ve turda zamanlamaya riayet etmesini beklediği ortaya çıkarılmıştır.

Seyahat acentalarının tur organizasyonlarını oluştururken tur programlarına dahil ettikleri hizmet unsurlarının seçiminde (otel, restoran, otobüs, tur programına dahil edilen ören yerleri vb.) daha dikkatli ve özenli olmaları gerekmektedir. Bilinmelidir ki, seyahat acentaları tur hizmetlerini turistlere taahhüt ettiği biçimde sunmakla yükümlüdür. Bu noktada, seyahat acentaları ticari kazançlarını maksimize etmek amacıyla turistleri yanıltan ve kandıran hamleler yapmaktan kaçınmalıdırlar. Öyle ki, araştırma sonuçlarının da gösterdiği üzere bu tür durumlar turistlerin rehberine yönelik istenmeyen turist davranışlar sergilemesine yol açmaktadır.

Turistlerin rehberlerine yönelik istenmeyen davranışlar sergilemesi rehberlerin, moral motivasyonuna ve iş akışlarına olumsuz yansımaktadır. Dolayısıyla bu durum turistlerin edineceği tur deneyiminin niteliğine zarar vermektedir. Bu anlamda TÜRSAB'ın turizm sektöründe "vur kaç" mantığı ile tur hizmeti sunan seyahat acentalarına yönelik teftiş ve kontrol mekanizmalarını harekete geçirmesi gerekmektedir. Seyahat acentalarının organize edeceği tur operasyonlarının niteliğinin artması turist rehberlerine yönelik söz konusu davranışların minimize edilmesine katkı sağlayabilir.

Turistler, tur hizmetlerinin tüketilmesi sürecinde seyahat acentasının tek muhatabı olarak turist rehberlerini görmektedir. Bu sebepledir ki, tur organizasyonunda yaşanan operasyonel problemler veya seyahat acentalarının tur hizmetlerini taahhüt ettiği şekliyle sunmaması gibi durumlar turistlerin rehbere karşı istenmeyen davranışlar sergilemesine yol açmaktadır. Dolayısıyla, turist rehberlerinin mesleki görev ve sorumluluklarının kapsamının turistler tarafından iyi bilinmesi gereklidir. Bu anlamda, turist rehberlerinin görev ve sorumluluklarının sınırlarına ilişkin turistlerin bilgilendirilmesi rehberlerin olduğu kadar seyahat acentalarında çalışan satış temsilcilerinin de bir görevidir. Gerek sıcak satış gerekse de çevrimiçi tur satışı süreçlerinde rehberlik hizmetinin tur fiyatına dahil olduğu ibaresiyle birlikte turist rehberlerinin görev ve sorumluluklarının çerçevesine birkaç cümlede kısaca yer verilebilir. Bu bağlamda, TÜRSAB ve TUREB işbirliğiyle tur broşürlerinde ve çevrimiçi tur ürünlerinin gösteriminde turist rehberlerinin görev ve sorumluluklarını belirten ibarelerin yer alması sağlanabilir. Bu durum, turistlerin rehberlik mesleğinin sınırlarını bilmesi ve bu yönde bilinçlenmesini sağlayabilir.

Seyahat acentalarının tur programlama aşamasında turistlerin uzun süreli yorucu yolculuklar yapmasını gerektirecek planlamalardan olabildiğince kaçınması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, turistlerin ören yerlerinde çok fazla beklemesinin önüne geçebilmek adına turist akışının yoğun olduğu ziyaret yerlerine giriş vakitlerinin yoğun saatler gözetilerek planlanması yerinde olacaktır. Turist akışının yoğun olduğu müze ve ören yerleri ile ilgili Turizm Bakanlığı öncülüğünde ziyaretçi yönetimi ve planlaması gerçekleştirilebilir. Ayrıca, tur planlamaları gerçekleştirilirken (yüksek sıcaklık, yağış, sert rüzgarlı hava vb.) olumsuz hava şartları gözetilmelidir. Bu noktada, turist rehberlerinin hava şartları ile ilgili turistlere ön bilgilendirmeler yapmaları gerekmektedir. Bu bağlamda, turist akışının yoğun

olduğu ziyaret noktalarında turistleri olumsuz hava şartlarından sakınabilmek adına koruyucu bekleme ve dinlenme alanları oluşturulabilir.

Seyahat acentalarının rehberlerini istenmeyen turist davranışları karşısında korur bir tavır takınabilmesi, hizmet ortamına zarar veren söz konusu davranışlarda aşırılık olması takdirde rehberin sorunlu turistleri turdan ayırabilme inisiyatifine sahip olması bu anlamda önem arz etmektedir. Bu doğruluda, rehber tarafından seyahat acentalarının bilgisi dahilinde sorunlu turistlerin turdan ayırılması yetkisi elzemdir. Söz konusu davranışlara karşı gerek işgören gerekse de turistlerin yaşayacağı deneyimlerin zarar görmemesi adına seyahat acentaları her daim rehberin arkasında durmalıdırlar.

Turist rehberlerinin, turistlere görev sorumlulukları dahilinde olan ve olmayan hususları, turda uyulması gereken kuralları turistlere açıklaması, kendilerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarıyla karşı karşıya kaldığı takdirde gerekli gördüğünde kullandığı üsluba dikkat ederek turistlere sözlü uyarılarda bulunması gerekmektedir. Rehberlerin, tur organizasyonu sebebiyle mağduriyete uğrayan ve turistik deneyimi zarar gören turistler olması durumunda turist perspektifinden bakıp empati yapması, sakinleştirici ve anlayışlı bir tavır sergilemesi önem arz etmektedir. Kendilerine yönelik istenmeyen turist davranışlarından kaçınabilmek adına turist rehberleri, turistlere karşı kibar üslubu her daim koruyan, güleryüzlü, pozitif iletişim odaklı ancak otoriterlikten de taviz vermeyen yaklaşımlar sergilemelidirler. Bu bağlamda, özellikle turist grubuyla ilk tanışma esnasında kibar, saygıdeğer, güleryüzlü ve sıcak bir intiba bırakmak turist rehberlerinin olası olumsuz davranışları minimize etmesine fayda sağlayabilir.

Turist rehberliği hizmeti turist rehber iletişimi ve etkileşimiyle mümkün olabildiğinden bu noktada davranışların yadsınamaz bir önemi bulunmaktadır. Turist rehberlerinin iş gerçekleştirme süreçlerinde hizmet ortamında karşı karşıya kalabileceği kendilerine yönelik istenmeyen turist davranışlarıyla ilgili eğitilmesi bu bağlamda bir gereklilik olarak düşünülebilir. Turist rehberlerinin eğitim müfredatlarında turist davranışı çerçevesi dahilinde rehberlerin kendilerine yönelik karşılaşabileceği istenmeyen turist davranışlarının, söz konusu davranışlarla baş etme ve çözümleme kapsamında yer bulması faydalı olabilir. Ayrıca bu noktada, TUREB tarafından verilen uzmanlaşma eğitimlerinde turist davranışları ayrı bir uzmanlık sertifikası olarak eğitim programlarına dahil edilebilir.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoğlu, S. (1997). *Seyahat İşletmelerinde Tur Planlaması-Yönetimi ve Rehberliğin Meslek Olarak Seçilmesinin Nedenleri Üzerine Bir Uygulama*, 1. Baskı, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Yayını, Ankara.

Akbari, M., Abdolvand, M. A., & Ghaffari, F. (2016). "Developing a model in antecedents of consumer misbehavior on chain stores". REMark: Revista Brasileira de Marketing, C: 15(2), ss. 146-163.

Akman, T.K. (2011). *Genel İletişim*, İlya Yayınevi, İzmir.

Albuz, N. (2018). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Turizm Sektörü İçindeki Yeri ve Önemi*. Turist Rehberliğine Giriş. Albuz N., Çakmak, F. T., Eren A., Tekin Ö. ve Yeşildağ G. N. G. (Ed.), Turist Rehberliğine Giriş İçinde (17-49), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Ap, J., & Wong, K. K. (2001). "Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems", *Tourism management*, C: 22(5), ss. 551-563.

Arslantürk, Y. (2003). "A Grubu Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Beklentileri ve Beklentilerin Karşılanma Derecesi", T.C. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Arslantürk, Y. (2016). "Mesleki bağlılık: Turist rehberleri üzerine bir inceleme", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C: 8(1), ss. 186-207.

Aslan, A., & Kozak, M. (2012). "Customer deviance in resort hotels: The case of Turkey", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, C: 21(6), ss. 679-701.

Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi*, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Bal, C. G. (2013). "Sağlık Kurumlarında İletişim Doyumu Üzerine Bir Alan Araştırması", *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C: 13(25), ss. 107-125.

Balta, S. (2017). *Rehberlikte Kişisel Gelişim ve Paydaş İlişkileri*, Turist Rehberliği Araştırmaları: Öngörüler ve Uygulamalar içinde Güzel Ö. Altıntaş V. Şahin İ. (Eds.), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Baş, T., Akturan, U. (2017). *Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri,* 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Başaran, İ. E. (2000). *Örgütsel Davranış*, Feryal Matbaası, Ankara.

Başkale, H. (2016). "Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi", *DEUHFED,* C: 9(1), ss. 23-28.

Baysal, A. C. ve Tekarslan, E. (2004). *Davranış Bilimleri*, 4. Basım. Avcıol Basım-Yayın, İstanbul.

Benligiray, S., & Geylan, R. (2004). *İnsan kaynakları yönetimi*. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayını.

Berry, L. L., ve Seiders, K. (2008). "Serving unfair customers". *Business Horizons*, C: 51(1), ss. 29-37.

Bingöl, D. (2006). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 6. Baskı. İstanbul, Arıkan Basım.

Bitner, M. J., B., B. H., & Mohr, L. A. (1994). "Critical service encounters: The employee's viewpoint", *Journal of marketing,* C: 58(4), ss. 95-106.

Blackwell, R. D., Miniard, W. P., Engel, F. J. (2006). *Consumer Behaviour,* 10th Edition, Thomson-Southwestern: USA.

Brief, Arthur. P. (1998). *Attitudes in and Around Organizations*. Thousands Oaks Sage Publishing.

Boo, H. C., Mattila, A. S., & Tan, C. Y. (2013). "Effectiveness of recovery actions on deviant customer behavior—The moderating role of gender". *International Journal of Hospitality Management,* C: 35, ss. 180-192.

Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). "Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research", *Human performance,* C:10(2), ss. 99-109.

Bowie, D., Chang, J. C. (2005). "Tourist Satisfaction: A view from a mixed international guided package tour". *Journal of Vacation Marketing,* 11(4), pp. 303-322.

Budak, G. (2008). *Yetkinliğe Dayalı İnsan Kaynakları Yönetimi*, Fakülteler Kitabevi, İzmir.

Büyüköztürk, Ş., Akgün Ö. E., Karadeniz Ş., Demirel F. ve Kılıç E. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.

Byars, L. L. & Rue, L. W. (2000). *Human Resource Management*, 6th Edition, McGraw Hill Inc, USA.

Caber, M., Ünal, C., Cengizci, A. D., & Güven, A. (2019). "Conflict management styles of professional tour guides: A cluster analysis". *Tourism Management Perspectives*, C: 30, ss. 89-97.

Campbell, John P., Rodney A. McCloy, Scott H. Oppler, Cristopher E. Sager. (1993). "*A Theory of Performance",* Personnel Selection in Organizations, Edt. Neal Schmidt, Walter C. Borman ve diğerleri, Jossey-Bass, San Francisco.

Çakmak, F., T. (2018). *Turist Rehberliğinin Tarihsel Süreç İçerisindeki Gelişimi*. Turist Rehberliğine Giriş, Albuz N., Çakmak, F. T., Eren A., Tekin Ö. ve Yeşildağ G. N. G. (Ed.), Turist Rehberliğine Giriş İçinde (1-17), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Chesser, J. (2016). *Human Resource Management in a Hospitality Management in a Hospitality Environment*, Apple Academic Press, Canada.

Chang, K. C. (2014). "Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, C: *19*(2), ss. 219-247.

Chei, H. C., Yee, C. H., Men, P. L., Bee, L. L. (2014). Factors Affect Employees' Performance in Hotel Industry, Doctoral Dissertation, Faculty of Business and Finance Department of Business, UTAR.

Cleveland, J. N. Kevin R. Murphy, and Richard E. W. (1989). "Multiple Uses of Performance Appraisal: Prevalence and Correlates", *Journal of Applied Psychology*, C: 74(1), ss. 130-135.

Creswell, J. W. (2013). *Araştırma Deseni, Çev. Ed. SB Demir). Eğiten Kitap,* Ankara.

Cohen, E. (1972). "Toward a sociology of international tourism", *Social research*, C: 39, ss. 164-182.

Çetin, G., & Yarcan, S. (2017). “The professional relationship between tour guides and tour operators”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, C: 17(4), ss. 345-357.

Çimrin, H. (1995). *Turizm ve Turist Rehberliğinin ABC’si*, 1. Baskı, Akdeniz Kitapevi, Antalya.

Çolakoğlu, O., Epik, F. ve Efendi E. (2010). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Daunt, K. L., & Harris, L. C. (2012). “Motives of dysfunctional customer behavior: an empirical study”. *Journal of Services Marketing*, C: 26(4), ss. 293-308.

Dalen, E. (1989). “Research into values and customer trends in Norway”. *Tourism Management*, C: 10 (3), ss. 183-186.

Demir, Ş. Ş. ve Kozak, M. (2013). *Tüketici Davranışları*, 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Dixit, S. K., Lee, K. H., & Loo, P. T. (2019). “Consumer behavior in hospitality and tourism”. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 29(2), ss. 151-161.

Düz, B. (2016). “Turist Rehberlerinin Performans Kriterlerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma: Turist Rehberliği Performans Ölçeği Geliştirilmesi”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

Ekici, R. ve Arslantürk Y. (2018).*Turist Tipolojileri ve Turist Rehberliği*. Turist Rehberliği. S. Eser, Şahin S. ve Çakıcı C. (Ed.), Turist Rehberliği İçinde (ss. 187-204), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Ekiz, E., Au, N. ve Hsu, K. (2012). “Development of a Tourist Complaint Constraint (TCC) Scale”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, C: 12(4), ss. 373-399.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, R.W. (1995). *Consumer behavior*. FortWorth, TX: Dryden Press.

Erbaş, D., Özkan, Y. Ş. (2017). *Uygulamalı Davranış Analizi,* 1. Baskı, Pegem Akademi, Ankara.

Erkuş, A. (2017). *Davranış Bilimleri İçin Bilimsel Araştırma Süreci,* 5. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Ersarı, G., & Naktiyok, A. (2012). "İş görenin içsel ve dışsal motivasyonunda stresle mücadele tekniklerinin rolü", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C: 16(1), ss. 81-101.

Ertan, H. (2008). "Örgütsel bağlılık, iş motivasyonu ve iş performansı arasındaki ilişki: Antalya'da beş yıldızlı otel işletmelerinde bir inceleme", Afyon Karahisar Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi.

Eroğlu, F. (2007). *Davranış Bilimleri*, 6. Baskı, Beta Basım, İstanbul.

Eser, S. (2018). *Meslek Olarak Turist Rehberliği.* Turist Rehberliği. S. Eser, Şahin S. Ve Çakıcı C. (Ed.), Turist Rehberliği İçinde (ss. 25-46), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Fan, G., Ma, Q., Liu, R., & Hao, J. (2012, May). Why customers behave badly? The review of antecedent research on customer misbehavior, *In 2012 International Joint Conference on Service Sciences* (ss. 185-190), IEEE.

Filippo, B. E. (1984). *Personnel Management*, International 6. Edition, McGraw-Hill Book Co, Singapore.

Forsyth, P. (2006). *Yaratıcı Motivasyon Teknikleri*, (Çev. Derya Demiray), 1. Baskı, Kaizen Yayınları, İstanbul.

Foxall, G. (2014). *Consumer Behaviour (RLE Consumer Behaviour): A Practical Guide*. Routledge.

Fullerton, R. A. ve Punj, G. (1993). "Choosing to misbehave: A structural model of aberrant consumer behavior". *ACR North American Advances*, C:20, ss. 570-574.

Fullerton, R. A., & Punj, G. (1997). "What is consumer misbehavior?", *ACR North American Advances*.

Fullerton, R. A., & Punj, G. (1998). "The unintended consequences of the culture of consumption: An historical-theoretical analysis of consumer misbehavior". *Consumption, Markets and Culture*, C: 1(4), ss. 393-423.

Fullerton R A, Punj G. (2004). "Repercussions of promoting an ideology of consumption: consumer behavior". *Journal of Business Research*, 57(11): pp. 1239-1249.

Grybs-Kabocik, M. & Marie, A. (2016). *Consumer Misbehavior in Tourism Market*, CBU Internatıonal Conference On Innovations In Science And Education, March 23-25, Prague, Czech Republic.

Goussinsky, R. (2011). "Customer aggression, emotional dissonance and employees' well-being", *International Journal of Quality and Service Sciences*, C: 3(3), ss. 248-266.

Gök, S.G. (2018). "Farklı inançlara sahip çalışanlar açısından çalışma ahlakı değerlerinin iş performansı üzerindeki etkisi". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü. İşletme Ana Bilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Güler, O., Dalgıç, A., & Kadıoğlu, C. T. (2017). "Gayri Ahlaki Müşteri Davranışı ve Başa Çıkma Taktikleri: Restoran ve Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma". *Mersin Üniversitesi*, ss. 632-645.

Gürbüz, S. (2017). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Günbayı, İ. (2000). *Örgütlerde iş doyumu ve güdüleme*, Özen Yayıncılık, Ankara.

Güzel, Ö., Türker, A., & Şahin, İ. (2014). "Profesyonel turist rehberlerinin algıladıkları mesleki engelleri belirlemeye yönelik bir araştırma". *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, C: 2(2), ss. 179-180.

Güzel, Ö. ve Şahin, İ. (2018*). Turist Rehberlerinin Bakış Açısıyla Türkiye'de Yaşanan Olumsuz Güncel Gelişmelerin Mesleğe Etkileri ve Çözüm Önerileri*, Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar, N. Hacıoğlu, Avcıkurt C., Kılıç A., Y. U. Hasret, (Ed.), Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar İçinde (ss. 385-395), 1. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.

Güzel, F., & Köroğlu, Ö. (2015). "Turist Rehberlerinin Mesleklerine Yönelik Pozitif Ve Negatif Yönlü Algilarinin İçerik Analizi Yöntemi İle Belirlenmesi", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C: 16(1), ss.155-174.

Hacıoğlu, N., Saylan U. ve Sümbül, G. (2018). *Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Sorunları ve Çözüm Önerilerine Yönelik Bir Araştırma*, Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar. N. Hacıoğlu, Avcıkurt C., Kılıç A., Y. U. Hasret, (Ed.), Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar İçinde (ss. 446-455). 1. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.

Hansen, A. H., & Mossberg, L. (2017). “Tour guides’ performance and tourists’ immersion: facilitating consumer immersion by performing a guide plus role”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, C: *17*(3), ss. 259-278.

Harris L., Reynolds, K. (2003). “The consequences of dysfunctional customer behavior”, *Journal of Service Research*, C: 6(2), ss. 144-161.

Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2004). “Jaycustomer behavior: an exploration of types and motives in the hospitality industry”, *Journal of Services Marketing*, *18*(5), ss. 339-357.

Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2003). “The consequences of dysfunctional customer behavior”, *Journal of service research*, C: *6*(2), ss. 144-161.

Harris, L. C., & Daunt, K. (2013). “Managing customer misbehavior: challenges and strategies”, *Journal of Services Marketing*, C: 27(4), ss. 281-293.

Henslin, J. M. (2003). *Sociology: A down-to-earth approach*. Boston, MA: Allyn and Bacon.

Heung, V. C. (2008). “Effects of tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth”, *Journal of Vacation Marketing,* C: 14(4), ss. 305-315.

Huang, M. C. J., Wu, H. C., Chuang, S. C. ve Lin, W. H. (2014). “Who gets to decide your complaint intentions? The influence of other companions on reaction to service failures”, *International Journal of Hospitality Management*, C: 37, ss. 180-189.

Huang, Z. ve Miao, L. (2016). “Illegitimate customer complaining behavior in hospitality service encounters: A frontline employee perspective”, *Journal of Hospitality & Tourism Research,* C: 40(6), ss. 655-684.

Jawahar, I. M., & Carr, D. (2007). “Conscientiousness and contextual performance: The compensatory effects of perceived organizational support and leader-member exchange”, *Journal of Managerial Psychology*, C: 22(4), ss. 330-349.

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

Karataş, Z. (2015). “Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri”, *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, C: 1(1), ss. 62-80.

Kavi, E., Ceylan, Ş. (2016). “Çalışanlara Yönelik Müşteri Saldırganlığı ve Yalova İlindeki Kargo Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma”, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 13(5), ss. 103-125.

Kayabaşı, A. (2010). *Rekabet gücü perspektifinde lojistik faaliyetlerde performans geliştirme*, İstanbul Ticaret Odası.

Keser, A. (2006). *Çalışma Yaşamında Motivasyon*, 1. Baskı, Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul.

Keser, A. (2012). *Çalışma Psikolojisi*, 3. Baskı, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.

Kim, G., Ro, H., Hutchinson, J., & Kwun, D. J. (2014). “The effect of jay-customer behaviors on employee job stress and job satisfaction”, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, C: 15(4), ss. 394-416.

Kim, G. (2012). “How Does Jay-customer Affect Employee Job Stress And Job Satisfaction?. Rosen Collage of Hospitality Management”, Master Thesis, University of Central Florida.

Koç, E. (2008). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım*, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Koçak, B., Kabakulak A. (2018). “Turist Rehberlerinin Meslekten Beklentileri Üzerine Bir Araştırma”, *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, C: 1(1), ss. 24-30.

Koçel, T. (1982). “Örgütsel İlişkiler Açısından Yöneticilik ve Motivasyon”, Organizasyon Dergisi, C: 1(4), ss. 214-227.

Koçel, T. (2014). *İşletme Yöneticiliği,* 15. Baskı. Beta Yayıncılık, İstanbul.

Kozak, A. M., Bahçe, A. S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Köroğlu, Ö. (2011). “İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi, turist rehberleri üzerine bir araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Köroğlu, Ö. (2013). “Turist Rehberlerinin İş Yaşamındaki Rolleri Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C: 16, ss. 91-112.

Köroğlu, Ö., & Avcıkurt, C. (2014). “Turist Rehberlerinin Motivasyonu İle Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C: (39), ss. 45-60.

Kuo, N. T., Cheng, Y. S., Chang, K. C., & Chuang, L. Y. (2018). “The asymmetric effect of tour guide service quality on tourist satisfaction”, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, C: 19(4), ss. 521-542.

Kula, S., & Çakar, B. (2015). “Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi bağlamında toplumda bireylerin güvenlik algısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişki”, *Bartın Üniversitesi İİ BF Dergisi*, C: 6(12), ss. 191-210.

Lam, S. S. K., Schaubroeck, J. ve Aryee, S., (2002). “Relationship between Organizational Justice and Employee Work Outcomes : A Cross - National Study”, *Journal of Organizational Behavior*, C: (23), ss. 1-18.

Larsen, J., & Meged, J. W. (2013). “Tourists co-producing guided tours”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, C: 13(2), ss. 88-102.

Li, T., & Chen, Y. (2017). “The destructive power of money and vanity in deviant tourist behavior”. *Tourism Management*, *61*, 152-160.

Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). “Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions”, *International Journal of Intercultural Relations*, C: 28(3-4), ss. 181-200.

Lovelock, Christopher H. (1994). *Product Plus: How Product and Service = Competitive Advantage*, McGraw-Hill, New York.

Lovelock, C. H. (2001). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, (4th Edition), Eaglewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Lugosi, P. (2019). “Deviance, deviant behaviour and hospitality management: Sources, forms and drivers”, *Tourism Management*, C: 74, ss. 81-98.

Mathis, L.R. ve Jackson, H. J. (2009). *Human Resource Management: Essential Perspectives*, South-western Cengage Learning, Canada.

McDowall, S. (2010). “International tourist satisfaction and destination loyalty: Bangkok, Thailand”, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, C: 15(1), ss. 21-42.

Merriam, B. S. (2018). *Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber,* (Çev. Selahattin Turan), 3. Baskı, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Moschis, George P., and Dena Cox (1989), “Deviant Consumer Behavior,” *Advances in Consumer Research*, C: 16 (1), ss.732–737.

Moutinho, L. (1987). “Consumer behaviour in tourism”. *European Journal of Marketing*, 21(10), ss. 5–44.

Isin, F. B., Altintas, H., & Altintas, F. C. (2010). “Research on the attitudes of consumers and workers towards customer misbehaviors”, *Journal of Service Science*, C: 2(1), ss. 55-80.

İlhan, Y., & Soybalı, H. H. (2018). “Turist Rehberlerinin Mesleki Sorunları Üzerine Bir Araştırma”, *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)-Journal of Tour Guiding (JOTOG)*, C: *1*(1), ss. 13-23.

Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*, Newbury Park, Sage, CA.

Pearce, L. P. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*, Channel View Publications.

Plog, S. (1977). *Why destination areas rise and fall in popularity*, In Domestic and International Tourism, Ed. Kelly E. Institute of Certified Travel Agents, Wellesley, MA.

Prakash M., Chowhary N., Sunayana (2011). “Tour Guiding: Interpreting the challenges”, *Tourismos: An Internatıonal Multıdıscıplınary Journal Of Tourism*, C: 6(2), ss. 65-81.

Polat, S. A., & Polat, S. (2016). “Turizm Perspektifinden Yabancılaşmanın Sosyo-Psikolojik Analizi: Günlük Yaşamdan Turistik Yaşama Yabancılaşma Döngüsü”, *Sosyoekonomi*, C: *24*(28), ss. 235-254.

Poussard, M., J. (2006). *İş Yaşamında Güvenli Davranış*, Morpa Kültür Yayınları, İstanbul.

Rabotic, B. (2010). “Professional tourist guiding: The importance of interpretation for tourist experiences”, *In 20th Biennial International Congress: New Trends in Tourism and Hotel Management* (ss. 06-08).

Reynolds, K. L. ve Harris, L. C. (2006). “Deviant customer behavior: An exploration of frontline employee tactics”, *Journal of Marketing Theory and Practice*, C: 14(2), ss. 95-111.

Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm ve Toplumsallaşma,* Üçüncü Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Rızaoğlu, B. (2010). *Turizm Davranışı*, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Sabuncuoğlu, Z. & Tüz, M. (1995). *Örgütsel Psikoloji*, (1. Baskı), Ezgi Kitapevi Yayınları, Bursa.

Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz V. M. (2008). *Örgütsel Psikoloji*, 4. Baskı, Alfa Aktüel Basım, İstanbul.

Selek F., Zorlu, Ö. ve Kabakulak (2018). *Turist Rehberlerine Yönelik Etik Dışı Davranışlar: Antalya İli Örneği. Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar*, N. Hacıoğlu, Avcıkurt C., Kılıç A., Y. U. Hasret, (Ed.), Turist Rehberliği Üzerine Güncel Araştırmalar İçinde (ss. 385-395). 1. Baskı. Detay Yayıncılık, Ankara.

Seidman, I. (1991). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social sciences*, Teachers college press.

Sonnentag, S. ve Frese, M. (2002). *Psychological Management of Individual Performance*. S. Sonnentag içinde, Performance Concepts And Performance Theory, (s. 4- 25), John Wiley & Sons, Germany.

Şahin, S. (2018). *Turist Rehberlerinin Yetkinlikleri*, Turist Rehberliği. S. Eser, Şahin S. ve Çakıcı C. (Ed.), Turist Rehberliği İçinde (47-74), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Selstad, L. (2007). “The social anthropology of the tourist experience. Exploring the “middle role”. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, C: 7(1), ss. 19-33.

Şimşek, E., Eroğlu, Ö. (2013). *Davranış Bilimlerine Giriş*, 1. Baskı, Eğitim Yayınevi, Konya.

Şimşek, Ş., Çelik, A. ve Akgemci, T. (2014). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, 9. Baskı, Eğitim Yayınevi, Konya.

Smith, V. (1989). *Hosts and Guests. Antropolgy of Tourism*, 2nd Edition, University of Pensylvania Press, Philadelphia, PA.

Stewart, C. J. & Cash, W. B. (1985). *Interviewing: Principles and Practices*, (4th Edition). Dubuque, IO: Wm.C.Brown Publishing.

Şenel, G. (2011). "Stres Faktörlerinin İş Motivasyonuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama", T.C. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans.

Ünsalan, E. ve Şimşeker, B. (2008). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Odabaşı, Y. ve Barış G. (2003). *Tüketici Davranışı,* Mediacat Akademi, İstanbul.

Odabaşı, Y. (2000). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Olukayode, L. (2017). "Work Stress Factors and Employee Job Performance in a Nigerian Manufacturing Firm: An Empirical Assessment". *Ife PsychologIA*, C: 25(2), ss. 218-233.

Onay, M. (2011). "Çalışanın Sahip Olduğu Duygusal Zekasının ve Duygusal Emeğinin, Görev Performansı ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi", *Ege Akademik Bakış*, C:11(4), ss.587-600.

Önen, L. ve Tüzün B. (2005). *Motivasyon*, 1. Baskı, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.

Öter, Z. ve Sarıbaş Ö. (2018). *Turist Rehberlerinin Görevleri ve Rolleri*, Turist Rehberliği. S. Eser, Şahin S. ve Çakıcı C. (Ed.), Turist Rehberliği İçinde (ss. 102-119), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Özdemir, M. (2010). "Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C: 11(1), ss. 323-343.

Özer, S. P. ve Topaloğlu, T. (2008). *Motivasyon ve Motivasyon Teorileri*. Liderlik ve Motivasyon: Geleneksel Güncel Yaklaşımlar. Serinkan C. (Ed.), Motivasyon ve

Motivasyon Teorileri. Liderlik ve Motivasyon: Geleneksel Güncel Yaklaşımlar İçinde (ss. 83-102), 1. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Özdemir, S., ve Cemaloğlu, N. (2017). *Örgütsel Davranış ve Yönetimi*. 2. Baskı, Pegem Akademi, Ankara.

Özdoğan, B. F. ve Alkibay, S. (2007). Fonksiyonel Olmayan Tüketici Davranışlarının Kavramsal Boyutu, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi.*(2), 156-168.

Özer, A. M., Akçakaya M., Sökmen, A. ve Özaydın, M. M. (2017). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Birinci Baskı, Gazi Kitapevi, Ankara.

Özgen, Hüseyin, Azim Öztürk ve Azmi Yalçın. (2002). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Nobel Yayıncılık, Adana.

Özkalp, E. (1998). *Sosyolojiye Giriş,* Anadolu Üniversitesi Yayınları, 9. Baskı, Eskişehir.

Tang, C. Y., & Chang, J. C. (2006). *An investigation of service quality between the licensed and un-licensed tour leaders,* In The 7th Biennial Conference on Tourism in Asia (ss. 19).

Taştan, H., & Genç, E. (2017). Turist Rehberlerinin Yaşadıkları Mesleki Zorlukların Cinsiyete ve Yıllara Göre İncelenmesi. *In The First International Congress on Future of Tourism, Mersin University* (ss. 857-867).

Taştemur, B. (2018). "Beş faktör kişilik özelliklerinin algılanan iş performansı üzerindeki etkisinde psikolojik sermayenin aracı rolü: özel sektör çalışanları üzerine bir araştırma". Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Tetik, Nuray. (2006). "Türkiye'de Profesyonel Turist Rehberliği ve Müşterilerin Turist Rehberlerinden Beklentilerinin Analizi (Kuşadası Örneği)", Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Tekin, Ö. (2018). *Turist Tipolojileri,* Turist Rehberliğine Giriş. Albuz N., Çakmak, F. T., Eren A., Tekin Ö. ve Yeşildağ G. N. G. (Ed.), Turist Rehberliğine Giriş İçinde (ss. 101-110), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Telman, N., Ünsal, P. (2004). *Çalışan Memnuniyeti,* Epsilon Yayınevi, İstanbul.

Tsaur, S. H., Cheng, T. M., & Hong, C. Y. (2019). “Exploring tour member misbehavior in group package tours”. *Tourism Management*, C: 71, ss. 34-43.

Tuna, M. (2016). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 1. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.

Tutar, H. (2017). *Örgüt Kültürü*, 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Tutar, H. (2018). *Davranış Bilimleri*, 4. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Torres, E. N., van Niekerk, M., & Orlowski, M. (2017). Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry“, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, C:26(1), ss. 48-66.

Urry, J. (2009). *Turist Bakışı,* (Çev. Tataroğlu E. ve Yıldız İ.), 1. Baskı. Bilge Su Yayıncılık: Ankara.

Ünlü, O. ve Yürür, S. (2011). Duygusal emek, duygusal tükenme ve görev/bağlamsal performans ilişkisi: yalova’da hizmet sektörü çalışanları ile bir araştırma. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C: 37, ss. 183-207.

Van Scotter, J. R. (2000). “Relationships of task performance and contextual performance with turnover, job satisfaction, and affective commitment”, *Human resource management review*, C: 10(1), ss. 79-95.

Verderber, K.S., Verderber R.F. ve Sellnow, D. (2010). *Communicate*, 13th Edition, Wadsworth-Cengage Learning, Toronto.

Yalçın, S. (2002). *Personel Yönetimi*, 7. Baskı, Beta Basım, İstanbul.

Yalçın, M. (2018). “Çalışanların Sergiledikleri Duygusal Emek Davranışlarında Etkili Liderliğin Rolü: Hizmet Sektörüne Yönelik Bir Araştırma”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C: 11(61), ss. 1061-1071.

Yarcan, Ş. (2007). “Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, C: 18(1), ss. 33-44.

Yavuz, F. K., Alptekin, F. B. (2017). “Davranışın İşlevsel Analizi”. *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 6(2), ss. 88-94.

Yetgin, D., Yılmaz, A. ve Çiftçi, G. (2018). “Krizlerin Turist Rehberliği Öğrencilerinin Kariyer Planlamasındaki Etkisi”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, C: 6(3), ss. 195-214.

Yetiş, A. Ş. (2016). *Deneyimsel Pazarlama: Turizm Pazarlamasında Yeni Yaklaşımlardan Seçmeler*. Yılmaz İ. (Ed.), Turizm Pazarlamasında Yeni Yaklaşımlar içinde (ss. 118-136), 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri*, (9. Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yıldız, Rıfat, Salih Kuşluvan ve Yücel Şenyurt. (1997). *Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi*. Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV, ss. 9-14.

Yıldız, S. M. (2015). *Lider-üye etkileşimi, işyerinde mobbing ve mesleki tükenmişlik ilişkisi*, Detay Yayınevi, Ankara.

Yılmazer, A. (2013). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, 3. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). "Intercultural communication and mediation: A framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides", *Journal of Vacation Marketing*, C: 8(1), ss.75-87.

Yüksel, A. (1998). *Globallesme: Neo - Korporatizmin Sonu mu? Türk Ağır Sanayi ve Hizmet Sektörü*, Kamu İşverenleri Sendikası Yayınları.

Zengin, B., Eker N. ve Bayram, E. G. (2017). "Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, C: 14(2), ss. 142-156.

Zakrisson, I., & Zillinger, M. (2012). "Emotions in motion: tourist experiences in time and space", *Current Issues in Tourism*, C: *15*(6), ss. 505-523.

Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2014, Turist Rehberliği Hizmetleri. http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,120445/turist-rehberligi-meslek-yonetmeligi.html (Erişim tarihi 25.06.2019).

Wen, J., Li Y. & Hou, P. (2016). "Customer Mistreatment Behavior and Hotel Employee Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role of Perceived Organizational Support", *Nankai Business Review International*. C: 7(3), ss. 322-344.

Wilkes, R. (1978). “Fraudulent behavior by consumers”. *Journal of Marketing*, 1(October): 67-75.

Williams, R. S. (2002). *Managing Employee Performance: Design and Implementation in Organisations*, Thomson Learning, London.

World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA), http://wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide, 17.06.2019.

6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu, http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm, 17.06.2019.

EK1: Görüşme Soruları

Katılımcılara aktarılan kavramsal bilgilendirme ve amaca ilişkin açıklama: İstenmeyen müşteri davranışı, "*müşteri ve çalışan etkileşiminde sorun meydana getiren suistimal edici, kaba, uygunsuz olan alışılmışın dışında müşteri davranışları*" olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer tanımda ise "*tüketim durumlarında genel olarak kabul edilmiş normların dışına çıkılarak tüketim düzenini bozacak şekilde sergilenen davranışlar*" şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin, rehberliğini yaptığınız bir turist tarafından tehdit edilmeniz, fiziki şiddete maruz kalmanız, hakarete uğramanız, anlatımlarınızın bölünmesi, mesleki yeterliliğinizin sorgulanması vb. olumsuz davranışlar istenmeyen davranışlardır. Bu araştırmanın amacı, turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarını ve söz konusu davranışların rehberler üzerindeki yansımalarını keşfetmektir.

1.Cinsiyet

2.Yaşınız?

3.Medeni durumunuz?

4.Turist rehberliği çalışma kartını edinme şekliniz?

5.Çalışma şekliniz?

6.Mesleki deneyiminizin süresi nedir?

7.Ağırlıklı olarak hizmet verdiğiniz grup türü?

8.Genellikle rehberliğini yaptığınız hizmet grubu?

9.Turlarınızda görmek istemediğiniz turisti size davranışları bakımından nasıl tanımlarsınız?

10. Turlarınız esnasında karşılaştığınız şahsınıza yönelik istenmeyen turist davranışlarından bahseder misiniz? Söz konusu davranışlara ne tepki verdiğinizi ve tepkinizin gerekçesini ifade eder misiniz?

11. Turistlerin size karşı istenmeyen davranışlar sergilemesinin nedenleri nelerdir?

12. Hangi olay veya durumların turistlerin size karşı istenmeyen davranışlarını tetiklediğini düşünüyorsunuz?

13. Turistlerin size karşı olumsuz davranışlarıyla baş etme yöntemleriniz nelerdir?

14. Turistlerin rehberlerine karşı istenmeyen davranışlar sergilemesi nasıl engellenebilir?

15. Meslek hayatınız süresince karşılaştığınız, şahsınıza yönelik gerçekleşen ve sizi en çok etkileyen istenmeyen turist davranışı deneyiminizden bahseder misiniz? Tam olarak ne oldu? O an ve sonrasında kendinizi nasıl hissettiniz? Yaşadığınız bu deneyim ve karşılaştığınız davranış size ne şekilde yansıdı?

16. Turistlerin size karşı nasıl davranmasını beklersiniz?

EK2: Etik Protokol

Merhaba Sayın Katılımcı,

Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesinde Araştırma Görevlisi olarak görev yapmaktayım. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Turizm İşletmeciliği doktora programı öğrencisi olarak turist rehberlerine yönelik gerçekleşen istenmeyen turist davranışlarını konu alan doktora tezim üzerinde çalışmaktayım.

Görüşme talebini kabul ettiğiniz için teşekkür ederim. Görüşme esnasında aktardıklarınız çalışma adına yararlı olacak, ifade ettikleriniz çalışmaya değer katacaktır. Görüşme haklarınız ve görüşme kuralları aşağıda yer almaktadır. Bunlar;

1. Görüşmeye gönüllü olarak katılmış bulunmaktasınız.
2. Görüşme esnasında sorulara itiraz etme hakkınız saklıdır.
3. Görüşmede sesinizin kaydı alınacaktır.
4. Dilediğiniz zaman görüşmeyi sonlandırabilirsiniz.
5. Görüşmeden elde edilen veriler gizli tutulacak ve güvenli bir şekilde saklanacaktır. Yalnızca araştırmacı ve araştırmayı değerlendirecek jüri üyesi öğretim üyeleri verileri görebilecektir.
6. Görüşmede bahsettikleriniz çalışma dâhilinde kullanılacaktır.
7. Kimlik bilgilerinize ve özel hayatınıza ilişkin bir bilgiye araştırmada yer verilmeyecektir.

Lütfen okuduğunuzu belirtmek adına kağıdı paraflayın veya kağıdı imzalayın.

Tarih:

Araştırma sonuçlarından haberdar olmak isterseniz lütfen aşağıya mail adresinizi yazınız.

…….....