



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2026, 10(3): 239-261.

<https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1684>

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Gastronomi Rehberliği Alanında Uzmanlaşma Eğitimi Alan Rehberlerin Kişilik Özellikleri ve Yenilikçilik Düzeylerinin Belirlenmesi*

Aygül AYRAN, Yüksek Lisans Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, e-posta: aygl1992samara@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1509-0435>

Prof. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR, Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, e-posta: birdirss@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-5837>

Öz

Bu çalışma gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin kişilik özelliklerini ve yenilikçilik düzeylerini belirlemeye yöneliktir. Çalışmada karma desen kullanılmıştır. Araştırmada TUREB'e bağlı 13 turist rehberi odasına kayıtlı turist rehberlerinden 10 Mayıs 2021-31 Aralık 2023 tarihlerinde veri toplanmıştır. Veriler kolayda ve kartopu örnekleme yöntemine göre yarı yapılandırılmış anket yoluyla toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS ve MAXQDA paket programları ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, rehberlerin gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alma nedenleri yedi tema altında toplanmıştır. Söz konusu eğitimin kişilik özelliklerini etkileme temalarının “anlatım becerisini geliştirme”, “merak uyandırma ve “dışadönüklük” olduğu saptanmıştır. Öte yandan, söz konusu eğitimin yenilikçilik düzeyi olarak “bilgili kılar”, “farklılık yaratır” ve “kendini yenileme şansı sunar” temalarında katkı sağlayacağı belirlenmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda alandaki araştırmacılara ve sektör temsilcilerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

*Aygül AYRAN'nın yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uzmanlaşma, Uzmanlaşmış Gastronomi Rehberleri, Kişilik Özellikleri, Yenilikçilik Düzeyleri.

Makale Gönderme Tarihi: 22.04.2026

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2026

Önerilen Atıf:

Ayran, A. ve Sahilli Birdir, S. (2026). Gastronomi Rehberliği Alanında Uzmanlaşma Eğitimi Alan Rehberlerin Kişilik Özellikleri ve Yenilikçilik Düzeylerinin Belirlenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(3): 239-261.



Journal of Turkish Tourism Research

2026, 10(3): 239-261.

<https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1684>

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Determination of Personality Characteristics and Innovation Levels of Guides Who Received Specialization Training in Gastronomy Guidance

Aygül AYRAN, MSc. Student, Mersin University, Institute of Social Sciences, Mersin, e-mail: aygl1992samara@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1509-0435>

Prof. Dr. Sevda SAHİLLİ BİRDİR, Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin, e-mail: birdirss@mersin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-5837>

Abstract

This study aims to determine the personality traits and innovativeness levels of guides who receive specialization training in the field of gastronomy guidance. A mixed design was used in the study. In the research, data was collected from tourist guides registered in 13 tourist guide chambers affiliated with TUREB between 10 May 2021 and 31 December 2023. Data were collected via semi-structured surveys using convenience and snowball sampling methods. The collected data were analyzed with SPSS and MAXQDA package programs. According to the results obtained, the reasons for receiving specialized training in the field of gastronomy are grouped under 7 themes. It was determined that the themes of the education in question affecting personality traits were "improving expression skills", "arousing curiosity" and "extraversion". On the other hand, it has been determined that the training in question will contribute to the level of innovation in the themes of "makes you knowledgeable", "makes a difference" and "offers the chance to renew yourself". As a result of the findings, recommendations were developed for researchers in the field and industry representatives.

Keywords: Specialization, Specialized Gastronomy Guides, Personality Traits, Innovation Levels.

Received: 22.04.2026

Accepted: 02.09.2026

Suggested Citation:

Ayran, A. and Sahilli Birdir, S. (2026). Determination of Personality Characteristics and Innovation Levels of Guides Who Received Specialization Training in Gastronomy Guidance, *Journal of Turkish Tourism Research*, 10(3): 239-261.

GİRİŞ

Turizm ekonomiyeye katkısından ötürü dünyanın en önemli sektörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Turizm hizmet sektörü olup emeğe dayalı istihdama katkısı yüksektir. Hizmet sektörü içinde farklı meslekler ortaya çıkmıştır. Turist rehberliği de bu mesleklerden biridir (Kabakulak, 2018). Turizmin en temel üyeleri turist rehberi ve turist olarak kabul edilebilir. Turist rehberi, belirli bir destinasyonun sahip olduğu değerlere yönelik bilgileri turistlere doğrudan aktarmakla ve bu destinasyonlarla ilgili turistik eylemlere yönelik yol göstermekle sorumlu olan kişidir. Turist rehberleri farklı alanlarda mesleklerini sürdürdüğü gibi, farklı alanlarda uzmanlaşma eğitimi de almayı planlamaktadırlar. Belirli bir alanda uzmanlaşma, iş performansının artışı, kaliteli hizmet verme ve destinasyonlar arası rekabet avantajını sağlama açısından önemli olup, bu alanlardan biri de gastronomi alanıdır (Başoda vd., 2018). Yüksel (2019) ve Mulcahy (2021), gastronominin şov olmadığını, yeme bilincinin öne çıktığını; pahalı malzemelerle yemek yapmak anlamına gelmediğini ve insanın beslenmesiyle alakalı mantıklı bilgi birikimi olduğuna vurgu yapmıştır. Gastronomi, *The Good for Living*, (1814) kitabında “yemenin kuralları” olarak tanımlansa da Brillat-Savarin “Lezzetin Fizyolojisi (*The Physiology of Taste*)” adlı kitabında gastronomiyi bizi sağlıklı bir şekilde hayatta tutacak beslenmemizle alakalı herşeyin mantığa uygun bir kavrayışı olarak tanımlamaktadır (Başoda vd., 2018). Gastronominin ne olduğunu bilmek kadar ne olmadığının da bilincinde olmak gerekmektedir. Yeni tatlara ve bununla birlikte yeni kültürlere açık olmak gastronomi rehberlerinin sahip olması gereken özelliklerindendir. Bundan ötürü uzmanlaşmış gastronomi rehberlerinin kişilik özellikleri ve yenilikçi düzeyleri yaptıkları mesleğin amacına ulaşmalarında önemli bir yere sahiptir. Gastronomi, gidilen bölgenin yerli halkının kültürü, tarihi, arkeolojisi, yiyecek ve içeceklerin kültürler arası aktarılması, farklı bölgeleri orta noktada birleştirmesi ve turistlerin yeni kültürleri, yeni inançları, yeni tarihleri, yeni ülkeleri, yeni insanlara ve yeni dünyalara açık bir kapı niteliğindedir.

Gastronomi rehberlerinin yeterli bilgiye sahip olması ve bunları doğru bir şekilde anlatması kişilik özellikleri ve yeniliğe açık olma anlayışlarıyla doğru orantılıdır. Kabakulak (2018), kişiliğin insanın düşünce, tutum, davranış ve inanışlarının özgün bir sentezi olduğunu vurgulamaktadır. Verimli bir turist rehberi olmanın temelinde mesleki donanıma sahip olmanın büyük bir önemi olduğu kadar kişilik özelliklerinin de önemli ölçüde etkisine işaret etmiştir. Çolakoğlu, Epik ve Efendi’ye (2017) göre, bir turist rehberinin bilgiyi sunabilme, saygı görme veya gösterme ve güven verme gibi olumlu özelliklere sahip olması gerekmektedir. Yenilikçi bireylerin sahip olduğu kişilik özelliklerinden en bilineni proaktif olmalarıdır. Kriz anında olayları öngörebilen ve saptamaya çalışan, değer ve inançları çatısı altında davranan, risk almayı seven ve sorumluluk bilincine sahip bireyler proaktif bireylerdir (Kayır, 2020).

Bu araştırmada gastronomi alanında uzmanlaşma eğitimi almış rehberler incelendiğinden ötürü araştırma, gastronomi alanında değerli bir çalışma niteliğini taşımaktadır. Gastronomi hayatın pek çok alanında önemlidir fakat turizm alanında daha çok ön plana çıkmaktadır. Gastronomi ile ilgili yapılan tanımlara bakıldığında; yeme bilinci ve insanın beslenmesiyle ilgili mantığa uygun bilgi birikimi, tat duyumunun sosyolojik, biyolojik ve tarihi kültürü (Yüksel, 2019); bir yemekten alınan tadı zirveye erişirme; tarihi, kültürü ve yemeği iç içe sunmaya çalışan bilim dalı (Küçükkömürler vd., 2018; Ürekli ve Çevik, 2025) olarak tanımlandığı görülmektedir. Bu tanımlar dikkate alınarak, gastronominin turizme etkisinin önemli derecede olduğu söylenebilir. Bu durum gastronomi rehberlerine çok büyük sorumluluklar atfedilmesine neden olmaktadır. Gastronomi alanında uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin sayısının azlığının da önemsenmesi ve bu yetersizliğin giderilmesi için rehber odalarının bulundukları bölgelerde gastronomiyi genişletmek ve gastronomi kültürünün doğru bir şekilde aktarılması için uzmanlaşma

programlarını arttırmaları gerekmektedir. Böylece, rehberlerin donanım dünyalarını doldurarak verimli hizmet vermelerinin mümkün olduğu söylenebilir (Akpınar, 2020).

Araştırmanın temelini, uzmanlaşma eğitimi alan gastronomi rehberleri ve onların kişilik özellikleri ve yenilikçilik düzeyleri oluşturmaktadır. Turist rehberliğine yönelik çalışmaların büyük oranda rehberlerin genel mesleki rolleri, iş tatminleri, tükenmişlik sendromları veya hizmet kalitesi algıları üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Gastronomi turizmi özelindeki çalışmalar ise ağırlıklı olarak destinasyon imajı, yerel mutfakların pazarlanması ve turistlerin motivasyonları gibi tüketici odaklı konulara yöneliktir. Dolayısıyla, gastronomi rehberlerinin bireysel-psikolojik dinamiklerini ve bu dinamiklerin mesleki performanslarına yansımalarını inceleyen ampirik çalışmaların son derece kısıtlı olduğu, hizmet inovasyonunun ve özgün deneyim tasarımına yönelik gastronomi turlarında, rehberlerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve kişiliklerini birlikte inceleyen ve uzmanlık eğitimi alan rehberlerin profillerini, aldıkları eğitimin çıktıları bağlamında analiz eden çalışmaların eksikliği bulunmaktadır. Web of Science veri tabanında “guide specialization in gastronomy guidance” ve “gastronomy guide expertise” anahtar kelimeleri ile yapılan aramada sadece Budak (2022) tarafından yapılan çalışmanın olduğu belirlenmiştir. Söz konusu çalışma zeytin tarımı ve zeytinyağı alan uzmanlığına bir öneri niteliğini taşıdığından ele alınan çalışmaya benzerlik taşımamaktadır. “Gastronomy guidance” ve “specialization in guidance” anahtar kelimeleri ile yapılan aramada ise hiç çalışma olmadığı görülmüştür. Google Akademi de “gastronomi rehberliği” ve “gastronomi rehberliği alanında uzmanlık” anahtar kelimesi ile yapılan aramada birçok çalışmanın olduğu (Başoda vd. (2018); Kılıçhan (2018); Kök vd., (2021); Bahar (2021); Celep (2022); Kurnaz (2024); Özkan (2024); Karamustafa ve Kılıçhan (2024); Çetinkaya (2025)) saptanmıştır. Söz konusu çalışmalar incelendiğinde genel olarak gastronomi turizmi, turist algısı, genel turist rehberliği ve becerileri, gastronomi trendleri veya rehberlik eğitimi incelemiştir. Özellikle gastronomi alanında uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin kişilik özelliklerini ve yenilikçilik düzeylerini belirlemeyle ilgili çalışmalara rastlanmamıştır. Mevcut çalışmada ise, doğrudan gastronomi rehberliği uzmanı rehberlerin kişilik özellikleri ile yenilikçilik düzeylerine odaklanılmaktadır. Bu alanda turistlere eşlik eden ve deneyimi yöneten gastronomi rehberliği uzmanı rehberlerinin rolü büyüktür. Destinasyonun mutfak kültürünü somut olmayan kültürel miras unsurlarıyla birleştirerek turiste aktaran en kritik aktör gastronomi rehberidir. Dolayısıyla, çalışmanın temel problemi; “gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma eğitimi alan turist rehberlerinin kişilik özellikleri ile yenilikçilik düzeyleri nelerdir?”, sorusuna cevap bulmaya çalışılmıştır. Konu özelinde yapılan çalışmaların sınırlı olması nedeni ile bu çalışmanın, turist rehberliği ile ilgili literatüre önemli ve faydalı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR

Turist Rehberlerinin Kişilik Özellikleri

Turist rehberi, ülkesini ve kültürünü en iyi bilen ve en doğru aktaran kişi olduğu kabul edilmektedir. Bundan ötürü turist rehberinin kendini daima yenileyen, kişilerle rahatça iletişim kurabilen ve bilgisini etkili bir şekilde aktaran güler yüzlü aktif kişiler olması beklenmektedir. Tur esnasında pek çok sorunla karşılaşma ihtimali ile yetkili ve sorumlu kişi olan rehberin bu sorunlara en hızlı ve uygun çözümü de getirebilecekleri vurgulanmaktadır (Gürsoy ve Karaman, 2019). Turistlerin turlardan sonra memnun olmaları turist rehberlerinin bilgi, beceri, tutum ve davranışlarına bağlıdır. Turist rehberinin sahip olması gereken bazı özellikler arasında açık fikirli, açık sözlü, disiplinli, cana yakın, nazik, kararlı, özgüvenli, dışadönük, sabırlı ve aktif olma gibi özellikler vardır (Deveci, 2020).

Farklı ülkeden gelen turist grubunu karşılayan rehber ile turist grubu arasında ilk iletişim bağı kurulmaktadır. Tur boyunca profesyonel turist rehberlerinin ilk davranışı, görünümü, konuşması, donanımı ve tutumu olumlu veya olumsuz izlenimi oluşturacak bazı önemli özelliklerden birkaçıdır. Profesyonel turist rehberlerinin en önemli bazı karakteristik özellikleri şunlardır (Güzel, 2007): dışadönük, misafirperver, esprili ve iletişim becerileri yüksek olan; sevgi, dürüstlük ve iş ahlakı ilkelerine bağlı, kendine güvenen, lider ruhlu ve organizasyon yeteneğine sahip bir kişilik; yabancı dilden ilk yardıma, genel kültürden yöre bilgisine kadar geniş bir donanım ile yenilikleri takip ederken, üstün anlatım, yorumlama ve soru-cevap kabiliyetiyle fark yaratandır.

Yenilik - Yenilikçilik Kavramı ve Turist Rehberlerinin Yenilikçilik Düzeyleri

Zaltman, yeniliğin ilgili birimin yeni olarak algıladığı bir uygulama, bir fikir veya sunulan bir eser olduğu tanımını yapar. Akademisyenlerin bazıları, yeniliği yeni düşüncelerin keşfedilmesi, ilerletilmesi ve uyarlanması olarak tanımlamaktadırlar. Bununla birlikte yeniliğin temelini oluşturan bazı kavramlar olduğu söylenmektedir; İcat (tamamen yeni bir şeyin yaratılması, Geliştirme (geliştirilen bir şeyin iyileştirilmesi) ve Adaptasyon (başka yerlerde geliştirilen bir yeniliğin benimsenmesi. Yenilik aynı anda bu kavramların hepsini veya birini kapsayabilmektedir (Özkan, 2009).

Yenilikçilik kavramı, pek çok tanımının literatürde kullanıldığı bilinen bir kavramdır (Çetin, 2017). Yenilikçilik yeniliği de içine alan bir kavram olduğu için ayrı bir konuya sahip olduğu söylenemez. Yenilikçilik sürekliliği olan faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Çalışkan (2013) yenilikçilikten “işletme içerisinde yeni bir ürün veya hizmetin ortaya çıkarılması, ürün geliştirme sistemlerinde yeniliklerin yapılması, bu yeniliklerin sergilenmesi ve tanıtılması, çalışma koşullarında yeni yöntemlere başvurulması, çalışanların yenilik ve yaratıcılıklarının geliştirilmesidir” şeklinde söz etmektedir. Bununla birlikte, yeni düşünceler, yenilikçilik faaliyetlerini ortaya çıkarabileceği gibi yapılan her yeniliğin kişiler ve topluluk tarafından benimsenmediği söylenebilir. Yaratma yeteneği, yenilikçilik aşamalarının temelini oluşturmaktadır. Yaratıcılık düşünsel süreç olarak kabul edilir ve yenilik ise, bu düşünsel sürecin bir sonucu olarak yenilikçiliği ortaya çıkarır (Kayır, 2020).

Bireysel yenilikçilik aynı zamanda, bireylerin yeniliğe olan yatkınlıkları ve yenilikçiliğe karşı gösterdikleri faaliyetleri açıklayan kavramdır. Yaptıkları işlerde veya bulundukları herhangi bir etkinlikte bireyler, yeniliklerin zihinlerinde uyanmasıyla onları benimsemeleri ve faaliyete geçirmeleri bu bireylerin kendi yaşamlarında da bu yenilikçi özelliklerini sergilediklerine bir kanıt olabilir. Yenilikçi bireyler sahip oldukları fikirleri genişletme ve bu fikirlerin üzerine yeni tasarımlar ekleme çabasıyla asla çekinmezler ve böylece gündelik yaşamlarında dahi bu yenilikçi davranışları sürekli olarak gösterirler. Bu davranışlarıyla diğer bireylerden ayrılarak sorunlara da kısa zamanda etkili çözümler bularak, fırsatları değerlendirip liderlik etme becerisini de gösterirler. Bireysel yenilikçi veya yenilikçi bireylerin bilinen temel özelliklerinden bazıları şunlardır (Akan ve Kutlu Abu, 2023): bilimsel ve teknolojik yenilikleri topluma sunarak öncülük eden inovatif liderler, kuşkuçulara yeni bakış açıları kazandırıp örgütler için can alıcı dönüşümler gerçekleştirirken; her ortamda yenilik dilini konuşan dinamik yapılarıyla çevrelerindeki yenilikçi ruhu sürekli perçinlerler.

Turist rehberlerinin turlarda verimli bir akış sağlayabilmeleri için meslek doyumunun yanında kişilik özellikleri de önemli bir yere sahiptir. Yıldız ve diğerleri (1997) turist rehberinin hem donanımını hem de kişiliğini sürekli olarak geliştirmesi gerektiği savunurken, Yıldız ve Yılmaz (2019) turist rehberlerinin kendini daima yenilemeleri gerektiğine işaret etmektedir. Gürsoy ve Karaman (2019), turist rehberlerinin mesleki olarak donanımlı olmasının yanında bu bilgiyi

kullanarak kendi yorumunu katması ve yenilikleri sürekli gören ve bu yeniliklere mesleğini uyarlayabilen bireyler olması gerektiğini vurgulamaktadır. Turist rehberi deneyimlediği her turda kendi bilgilerine yeni bilgiler katmalı, yeni kültürleri ve yeni damak tatlarına açık olarak yeni mutfak kültürlerini tanımalıdır (Kabakulak, 2018). Bunların aksine rehber otoriter, baskıcı, yeniliklere ve değişimlere kapalı davranış sergilerse, rehberin iş doyumunu azalarak başka bireyleri saldırgan görmesine sebep olur. Bu durum rehberlerin mesleğinde kötü bir deneyimin oluşmasına zemin hazırlar (Köroğlu, 2014).

Özoğul (2017), turist rehberinin yeni gelişmeleri takip ederek, planlı olması, zamanı verimli kullanması ve mesleğine dair olan yenilikleri sürekli olarak izlemesi gerektiğini ifade etmektedir. Rehberlerin dışadönük olması onları konuşkan, sosyal ve eğlenceli bireyler yapmaktadır ve bu özelliğe sahip olan rehberler risk alabilen, yenilikçi ve özgün kişiler olarak da değerlendirilmektedir. Bakay ve Birdir (2025) turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin yenilikçilik düzeylerini etkilediğini ve yaşam tarzlarının da yenilikçilik düzeyleriyle doğru orantılı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma

Yenipınar ve Yılmaz (2019), uzmanlaşmayı ekonomik açıdan üretimde iş bölümü, verimlilik artışı ve maliyet düşüşü olarak; toplumsal açıdan işlerin derinlemesine bilgi ve beceri gerektiren alanlara bölünmesi olarak; genel anlamda ise, işlerin küçük görevlere ayrılarak aynı kişi tarafından sürekli tekrar edilmesi şeklinde tanımlamaktadır.

Uzmanlaşmanın sağladığı avantajlar; görevlerin derinlemesine bilgi sahibi uzmanlar eliyle yürütülmesi, sektörel yeniliklerin ve kalıcılığın güvenceye alınması, işin detaylarına olan hâkimiyet neticesinde ise en yüksek performansın en kısa sürede elde edilmesi şeklinde savunulmaktadır (Güzel ve Köroğlu, 2019).

Güzel ve Köroğlu (2019), uzmanlaşmanın olumsuz yönlerini; ilgili alana yönelik talebin azalması, pazarın doygunluğa ulaşarak işletmenin büyüme potansiyelini kısıtlaması, departmanlar arası iletişim ve koordinasyonun zayıflaması ve içeriğin parçalanması nedeniyle bütüncül algıdan uzaklaşılması olarak sıralamaktadır.

Turizm sektöründe en donanımlı olması beklenen turist rehberliği mesleğidir. Mesleğin sürdürülebilir olması turist rehberliğinde uzmanlaşmanın gerçekleşmesine bağlıdır. Bununla birlikte rehberler turlarda tur operatörlerinin hazırladıkları paket turları uygulayan, turizm sektörünün kültür düzeyi en yüksek, çeşitli alanlarda donanımlı ve kalifiyeli çalışan kişi olarak tasvir edilmektedir. Uzman turist rehberi meslektaşlarından farklı olarak ulusal veya uluslararası popüler turizm gelişmelerini en yakından takip eden ve herhangi bir tur bölgesi veya turistik ürün tipleri hakkında da bilgi edinmeyi kendine alışkanlık edinen bireydir. Yenipınar ve Yılmaz (2019) uzman turist rehberiyle ilgili şunları ifade etmektedirler. Uzman turist rehberi, her rehberin bildiği ve daima gittiği yerlerden başka yerleri keşfetmeye çalışarak çalışma yaşamlarındaki tekdüzeliği değiştirmekte ve hayatına her an yeni bir dinamizm eklemek için mesleğinde hep yenilikçi olmaya çabalamaktadır.

Güzel ve Köroğlu (2019), turist rehberliğinde uzmanlaşmayı bir süreç olarak ifade etmekte ve bu süreçte; rehberin bireysel ilgi, kişisel donanım, eğitim ve kültür unsurlarıyla edindiği ve tur operatörlerinin yeni destinasyonlar için talep ettiği, nadir bulunan, yoğun bilgi donanımına sahip ve benzersiz alanlarda fark yaratan bir profesyonel olduğuna işaret etmektedir.

Gastronomi Rehberliği

Gastronomi rehberliği, bilinen bir destinasyonda turistleri yerel mutfak kültürü ile buluşturarak destinasyonun bulunduğu bölgenin kültürüne özgü bütün değerleri kapsayan yoğun bilgiyle donatmak ve turistlere çeşitli tecrübeler edindirmek gayesiyle gastronomi alanında uzman turist rehberleri tarafından sağlanan rehberlik hizmetlerinin hepsi olarak tanımlanmaktadır (Başoda vd., 2018; Akyurt Kurnaz ve Kurnaz, 2019). Akyurt Kurnaz (2024) gastronomi rehberliği uzmanlığı ile ilgili olarak 2016'da Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası tarafından "Güneşin ve Ateşin Tadında Yolculuk" adında bir sertifika programı düzenlendiğine vurgu yapmıştır. Ülkemizde gastronomi alanında uzmanlaşma hedefinde olan turist rehberlerine yönelik son dönemde eğitim programları ve sertifikalar verilmesine yönelik çabalara rağmen bu girişimlerin yetersiz kaldığı ve nitelikli gastronomi rehberlerinin eksikliğinin olduğu söylenebilir (Kök vd., 2021).

Bir gastronomi rehberinin amacı, yıllar süren mutfak eğitimi yoluyla yiyecek ve içeceklerin beğenisini arttırmanın ötesine uzanır. Aynı zamanda yemek hazırlamanın inceliklerini açığa çıkarmayı ve mutfak uygulamalarındaki bölgesel farklılıkların ortaya koymasını da içerir (Akyurt Kurnaz ve Kurnaz, 2022). Hem devlet hem de özel üniversitelerde gastronomi eğitimi alan yetenekli şeflerin sayısında yaşanan artış gastronomi rotalarını ve turlarını geniş alana yaydığından ötürü gastronomi alanında uzmanlaşmış rehberlere ihtiyaç olduğu ifade edilmektedir (İrigüler ve Güler, 2017). Bu doğrultuda gastronomi alanında uzmanlaşmış rehberlerin kaliteli bir rehberlik eğitime sahip olması, kendini sürekli yeniliklere açık tutması ve tur esnasında tur içeriğine hâkim olması gastronomi rehberliği için önemli noktalardandır (İrigüler ve Güler, 2015).

En fazla uzman rehber gereksiniminin olduğu kabul edilen alanlardan biri olan gastronomi (Akpınar ve Avcı, 2021) adına bazı araştırmaların sonuçlarında rehberler, aynı zamanda destinasyonların yerel mutfak kültürlerine en ince ayrıntısına kadar hâkim olmak amacıyla bu konularda eğitim alarak gastronomi rehberliği yapma yetkisine ulaşan rehberlere de ihtiyaç olduğu belirtilmektedir (Başoda vd., 2018). Turist rehberleri açısından gastronomi rehberliğinin aktif olduğu durumlar bulunmaktadır. Bunlar iki düzeyde ele alınmıştır (Başoda vd., 2018; Arslan Özkan, 2024): Bilgilendirme ve Deneyim Kazandırma.

Bilgilendirme; Tarih-coğrafya-kültür-demografi-toplum mozaigi, doğal çevre unsurları, gastronomik ürünler, sanat ürünleri, uygulamalar, fonksiyonlar, etkinlikler, mekânlar, ticaret, bölgeler, kuruluşlar, medya, sistemler, olaylar, kurallar: lezzetler, sağlık, ulaşım, konaklama, eğlence, bilim, inançlar, gelenekler, görenekler, merasimler, bitkiler, hayvanlar, gereçler, kıyafetler, hikâyeler, destanlar, mitler, yarışmalar, festivaller, gösteriler, eğitimler, alanlar, merkezler, tesisler, yapılar, dükkânlar, müzeler, bahçeler, galeriler, caddeler, sokaklar, restoranlar, halk pazarları, çiftlikler, güzergâhlar, topluluklar, dernekler, ajanslar, yeme-içme tescilleme/denetim sistemleri vb.

Deneyim Kazandırma; Özgü lezzetleri tattırma, Uygulamaları gösterme/yaptırma, Etkinliklere/törenlere katılmayı sağlama, özel yer/alanları/merkezleri gezdirme ve güzergâhları izletme olarak gerçekleştirilmektedir.

Güzel ve Köroğlu'na (2019) göre, gastronomi rehberlerinin taşıması gereken özellikler şu şekilde ifade edilebilir. Gastronominin akademik ve kelime anlamından dünya mutfak kültürüne, malzemelerin hasat dönemlerinden ürünlerin teknik ve fiziksel özelliklerine kadar derin bir bilgi birikimine sahip olan uzman; yemek yapmayı ve yeni tatlar keşfetmeyi seven, lokanta araştırmaları yapan, yerel pazar kültürüne hâkim, geniş bir gastronomi çevresi bulunan, yemeğin ait olduğu bölgenin tarihi, etnik yapısı ve oran kültürü üzerine ciddi saha çalışmaları yürüten ve

gerektiğinde ürünlerin yetiştirme veya yapılış sürecini görsel materyallerle destekleyerek sunabilen nitelikli bir bilgi alıcısıdır.

Gastronomi Rehberliğinde Uzmanlaşma

Gastronomi uzmanlığına yönelik eğitimlerin artmasının sebebi gastronomi destinasyonu olarak bazı bölgelerin belirlenmesi ve gastronomiye olan ilgilinin artması, gastronominin özellikle son yıllarda ciddi bir trende ulaşması olarak belirlenmektedir. Bununla birlikte uzmanlaşmanın öneminin arttığını ve turizm sektöründe gastronomi alanında uzmanlaşmış rehberlere ihtiyaç duyulduğu da görülmektedir. Gerekli eğitim programlarını oluşturarak yöresel bazı uzmanlaşma eğitim programlarının düzenlenmesi ve yörelere ait daha geniş bilgi sağlamak amacıyla o yörelere düzenlenecek turlar açısından turist rehberleri ciddi önem arz etmektedir. Gastronomi uzmanlığı alanları turist rehberleri tarafından üç farklı başlıkta toplanmıştır (Güzel ve Köroğlu, 2019): Belirli bir destinasyonun yöresel mutfak kültürüne yönelik olarak gerçekleştirilen konu uzmanlığı (gastronomi, yörenin mutfacı, yöre kültürü, bölge turizmi, potansiyel turistleri ve gastronomi rehberliğine ait bilgiler), Etkinlik uzmanlığı (gastronomi ile ilgili tüm etkinliklerin içeriği, paydaşları, yönetimi ve yöresel mutfak uygulamaları ile ilgili içerikler) ve Mekân uzmanlığı (tarihi alanlar, kuruluşlar, bölgenin coğrafi özellikleri, gastronomi güzergahları ve gastronomi özel alanları ile ilgili bilgiler).

Okech (2014) tarafından ortaya konan ve Güzel ve Köroğlu (2019) tarafından aktarılan bulgular, gastronomi rehberliğinde uzmanlaşmanın gerekliliğini turist eğilimleriyle açıklamakta olup; tüm turistlerin seyahatlerinde yemek yemesi, bu eylemin en popüler üç turistik faaliyet arasında yer alması ve yerel mutfacının destinasyon seçiminde temel bir motivasyon kaynağı olması dikkat çekmektedir. Ayrıca, gastronomi turizminin tüm yaş gruplarına yayılması, yıl boyunca sürdürülebilmesi ve beş duyuya hitap eden bir sanat niteliği taşıması önem arz ederken, mutfak kültürüne ilgi duyan turistlerin açık hava rekreasyonunun yanı sıra müze, festival ve alışveriş gibi diğer kültürel etkinliklere de yüksek düzeyde katılım gösterme eğiliminde olduğu belirtilmektedir. Bu bulgular çerçevesinde, gastronomi rehberlerinin uzmanlaşmasının turizm destinasyonlarının çekiciliğini artırmada kritik bir role sahip olduğu değerlendirilmektedir.

Literatürde gastronomi rehberliğinde uzmanlaşma olgusu; gelecekteki sektörel eğilimler, rehberlerin rolleri, kavramsal çerçeve, ülke potansiyeli ve eğitim gereksinimleri boyutlarıyla ele alınmaktadır. Stratejik açıdan Akpınar ve Avcı (2021), geleceğin en yüksek talep görecek turları arasında gastronomiyi konumlandırarak bu alanın önemli bir uzmanlaşma potansiyeli barındırdığını vurgularken, Karamustafa ve Kılıçhan (2024) da bu vizyonu bölgesel düzeye taşıyarak Türkiye genelindeki potansiyel uzmanlaşma alanlarını coğrafi bazda haritalandırmayı amaçlamıştır. Bu potansiyelin işlevsel boyutuna odaklanan Barışan (2022), profesyonel turist rehberlerinin yüksek eğitim seviyeleriyle destinasyon gelişiminde üstlendikleri aracı ve köprü olma rollerine dikkat çekmiştir. Benzer şekilde Kök ve diğerleri (2021), bu köprü rolünü ülkenin küresel tanıtımı ekseninde değerlendirerek turizm rehberliği öğrencilerinin gastronomi rehberliğini verimli bir yeni çalışma alanı olarak gördüklerini belirtmiş; sahadaki bu potansiyeli nitelikli kılmak adına uzmanlık eğitimlerinin genişletilmesini önermiştir. Destinasyon bazlı algı çalışmalarında ise İrigüler ve Güler (2015), profesyonel rehberlerin Türkiye'nin zengin gastronomik mirasına ve yüksek potansiyeline olan inançlarını ortaya koyarak bu süreçte uzmanlaşmanın kaçınılmaz bir gereklilik olduğunu savunmuştur. Tüm bu pratik ve sektörel projeksiyonların teorik zeminini oluşturan Başoda ve diğerleri (2018) ise gastronomi uzmanlığının kavramsal çerçevesini çizerek; bu uzmanlık alanının destinasyon odaklı olarak konu, etkinlik ve mekân uzmanlığı olmak üzere üç temel analitik bileşenden meydana geldiğini belirlemiştir.

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmanın temel amacı, gastronomi rehberliği uzmanlık eğitimi alan turist rehberlerinin kişilik özelliklerini ve yenilikçiliğe olan eğilimlerini tespit etmektir. Gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşmış turist rehberlerine yönelik bir çalışma olmadığı gibi, söz konusu rehberlerin kişilik özellikleri ve yenilikçilik düzeylerinin de belirlenmesine yönelik daha önce kısıtlı sayıda (Bakay ve Birdir, 2025) çalışma olması çalışmanın ele alınmasında etkili olmuştur. Araştırma, Türkiye’de Rehberlik odalarına kayıtlı gastronomi alanında uzmanlaşma eğitimi alan turist rehberleri ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Karasar’a (2012) göre, araştırmanın evreni “araştırmanın genellemek istediği elemanlar bütünü”dür. Bu araştırmanın evreni, turist rehberi odalarına kayıtlı gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan turist rehberleridir. Örneklemi ise, turist rehberi odalarına kayıtlı, gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan ve araştırmaya gönüllü katılım sağlayan turist rehberleridir. TUREB’e kayıtlı 13 oda mevcut olup, 2021 yılı itibariyle gastronomi eğitimi alanında uzman turist rehberi sayısının belirlenmesi için, turist rehberi odalarına mail atılmıştır. Gelen cevaplar doğrultusunda söz konusu eğitimi alan turist rehberi sayıları incelendiğinde, İRO’ya bağlı 66, İZRO’ya bağlı 4 ve ŞURO’ya bağlı 4 rehberin, toplamda 74 rehberin bu eğitimleri aldığı belirlenmiştir.

Araştırma, önceleri nicel araştırma deseninde tasarlanmıştır. Gastronomi alanında uzmanlık eğitimi ilk kez Gaziantep Rehberler Odası tarafından verilmiştir. GARO tarafından söz konusu eğitimler düzenli aralıklarla verilmektedir. Araştırmacı, gastronomi alanında uzmanlık eğitiminin gerçekleştiği sırada anketini uygulamak için ilgili yerlerden yasal izinlerini alıp turist rehberleri ile 10-14 Mayıs 2021 tarihlerinde Gaziantep’te yüz yüze anketini uygulamaya çalışmıştır. Ancak, turist rehberlerinin araştırmacıya hiç kolaylık sağlamamaları ve anketi doldurmak istememeleri nedeniyle beklenen örneklem sayısına ulaşamamış, 4 gözatım ile sınırlı kalmıştır. Daha sonra araştırmacı, anketi bütün rehber odalarına mail aracılığıyla göndermiştir. Anket 10 Mayıs 2021 ile 26 Ekim 2022 tarihleri arasında online olarak rehberlerle paylaşılmıştır. Ancak, yeterli örneklem elde edilmeyince anket tekrar 2023 yılı boyunca rehberlere cevaplamaları için süre verilmiştir. Belli bir süre beklenmiş ancak, cevap alınamaması nedeniyle araştırma nitel araştırma desenine dönüştürülmüştür. Bu açıdan araştırmada karma desen kullanılmıştır denebilir.

Nitel araştırmalarda örneklem tercihinde katılımcıların araştırma konusuyla ilgi ve bilgi düzeylerine öncelik verilmektedir. Bunun temel nedeni, en derin ve doğru bilgiye ulaşma isteğini içermesi (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013; Nakip, 2013) olup, küçük bir gruptan veriler elde edilebilmektedir. Dolayısıyla, bu tür çalışmalarda, örneklem sayısı 4-10 gibi az sayıdaki katılımcı ile gerçekleştirilmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2015). Çalışmada, gastronomi alanında uzmanlaşan rehberlere ulaşabilmek için kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Toplamda 11 rehberle ulaşılmıştır. Katılımcılara, çalışmaya dair bilgi verilmiş, gönüllülük esasıyla görüşme yapılmıştır. Veriler Kasım-Aralık 2023 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Görüşme bitiminde verilerin kalıcı ve korunması için bilgisayara aktarılmış ve katılımcılar, “K1” ve “K11” şeklinde sıralanmıştır.

Arslan (2022), nitel araştırmalarda güvenilirliği, “bir veri toplama prosedürünün ve analizinin araştırma sürecindeki birden fazla katılımcı için aynı cevabı verme derecesi olarak” ifade

ederken, Kozak (2018) “araştırmacının doğrudan veri toplama aşamasına dahil olması ve notunu tutmasıdır” şeklinde ifade etmektedir. Arslan (2022), nitel araştırmalarda geçerliliğin, herhangi bir araştırmada elde edilen sonuçların, çalışılan gerçek dünyayı doğru şekilde yansıtmada verilerin uygun bir şekilde toplanıp yorumlanmasına vurgu yapmaktadır. Nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerliliği sağlayan aşamalar yerine getirilmiş olup, bu aşamalar şunlardır: araştırmacının amacı net bir şekilde belirlenerek süreç ayrıntılı olarak aktarılmış, elde edilen görüşme formları birkaç kere gözden geçirilmiş, konu ile ilgili uzman desteği alınmış, verilerin analizinde tüm araştırmacılar bulunmuş, analizlerde betimlemeler kullanılarak kabul edilebilecek bir örneklem ile çalışılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veriler birincil kaynaklardan elde edilmiştir. Çalışma ile ilgili ulusal ve uluslararası literatür taranmış ve araştırmacının kavramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Daha sonra, araştırma için veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu ile yüz yüze ve online olarak toplanmıştır. Görüşme formunda katılımcıların demografik bilgileri ile turist rehberliği eğitimi, gastronomi alanında uzmanlaşma eğitimi, kişilik özellikleri ve yenilikçilik düzeyleri ile ilgili sorular yer almıştır. Bazı sorular kapalı uçlu iken bazı sorular açık uçlu olarak sorulmuştur.

Anket Formunun Oluşturulması ve Analiz

Çalışmada, katılımcıların kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik Kılıç (2020) tarafından kullanılan ölçek baz alınmıştır. Ölçek on maddeli olup 7’li Likert şeklinde derecelendirilmiştir: (1) tamamen katılmıyorum, (2) kısmen katılmıyorum, (3) biraz katılmıyorum, (4) kararsızım, (5) biraz katılıyorum, (6) kısmen katılıyorum ve (7) tamamen katılıyorum. Turist rehberlerinin yenilikleri benimseme düzeyine yönelik Micazoğlu Çakmak (2019) tarafından kullanılan ölçek kullanılmış olup, 21 ifadeden oluşmaktadır. İfadeler 5’li Likert olarak (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum derecelendirilmiştir. Anket için Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan 04.10.2021 tarih ve 123 no’lu karar ile onay alınmıştır. Anket verileri araştırmacı tarafından yüz yüze toplanmıştır.

Çalışmada kullanılan 10 maddeli Kişilik Ölçeği’ne yönelik ölçeğin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı ,754 olarak belirlenmiştir. On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeğinin yapı geçerliliği açıklayıcı faktör analizine göre, KMO örneklem yeterliliği oranının ,576; Bartlett’s Küresellik Testinin 29,956; serbestlik derecesinin 10 ve anlamlılık düzeyinin ise, ,001 olduğu saptanmıştır. Kişilik Özellikleri ölçeği, toplamda on madde ve beş alt boyuttan oluşmakta ve toplam varyansın %88,341’ini açıklamaktadır. On Maddeli Kişilik Özellikleri ölçeği puan aralığı 10-70 arasında değişmektedir. Her bir alt boyut puan aralığı ise, 2-14 puan arasında değişmektedir. Boyutlar: dışa dönüklülük-içe dönüklük (1-6 nolu maddeler), yumuşak başlılık-hırçınlık (2-7 nolu maddeler), sorumluluk- dağınıklık (3-8 nolu maddeler), duygusal denge-dengesizlik (4-9 nolu maddeler) ve deneyime açıklık/zekâ-gelişmemişlik (5-10 nolu maddeler) olarak isimlendirilmiştir. Bu çalışmada, Dışadönüklük boyut ortalaması 4,64, Yumuşakbaşlılık boyut ortalaması 4,82, Sorumluluk boyut ortalaması 4,36, Duygusal Dengelilik boyut ortalaması 4,45 ve Deneyime Açıklık boyut ortalaması 4,09 olarak belirlenmiştir. Çalışmada ölçek puan ortalaması ise, 4,473 olarak gerçekleşmiştir.

Turist rehberlerinin yenilikleri benimseme düzeyine yönelik 21 maddeli ölçeğin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı ,830 olarak belirlenmiştir. Ölçeğinin yapı geçerliliği açıklayıcı faktör analizine göre, KMO örneklem yeterliliği oranının ,282; Bartlett’s Küresellik Testinin 81,940;

serbestlik derecesinin 45 ve anlamlılık düzeyinin ise, ,001 olduğu belirlenmiştir. Toplamda dört faktörlü yapının toplam açıklanan varyansı %86,622’ dir.

Araştırmada ayrıca MAXQDA paket programı, içerik ve frekans analizleri de kullanılmıştır. MAXQDA paket programı, metinlerin sistemli bir şekilde değerlendirilerek yorumlanmasını (Creswell, 2013) kolaylaştırmaktadır. MAXQDA aracılığıyla görüşme formları içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, birbirine yakın anlama sahip verilerin belirli temalar altında bir araya getirilerek, sade, net ve anlaşılır bir şekilde düzenlenmesi ve yorumlanmasına yardımcı olan bir süreçtir. Bu süreçte öncelikle verileri kodlanır, alt temaların oluşturulur, temalar ve kodlar bir düzene geçirilir ve son olarak bulgular açıklanarak yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). Bu çalışmada ise; içerik analizi kapsamında veriler kodlanmış, kodlar sistematik bir şekilde düzenlenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Kodlama aşamasında, araştırma ile ilgili sorulan sorular ile soru ile ilişkili cevap kodları oluşturulmuştur. Programda cevaplayıcıların ifadeleri analiz edilmiş ve ilgili cevap kodlarına yerleştirilmiştir. Daha sonra, veriler araştırma soruları doğrultusunda tablolara dönüştürülmüş, bulguların açıklanması ve yorumlanması yapılmıştır. Frekans analizi aşamasında ise, sözel veriler ya da ögeler nicel ifadelerle tekrar edilme sıklığına göre ve sözel ögelerin önem derecesine göre sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmada temel amaç, sözel ifadelerin sıklığını ve önemini kavramaktır (Bilgin, 2006).

Araştırma Soruları

Araştırmada, turist rehberlerinin gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alma sebepleri ile bu eğitimi alan turist rehberlerinin demografik, kişilik ve yenilikçilik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla altı araştırma sorusu oluşturulmuştur. Söz konusu araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

AS1: Gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan turist rehberlerinin demografik özellikleri nasıldır?

AS2: Gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan turist rehberlerinin kişilik özellikleri nasıldır?

AS3: Turist rehberlerinin gastronomi alanında uzmanlık eğitimini alma sebepleri nelerdir?

AS4: Gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan rehberlerin yenilikçilik düzeyleri nelerdir?

AS5: Gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan turist rehberlerinin kişilik özelliklerini etkileyen yönler nelerdir?

AS6: Gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alan turist rehberlerinin yenilikçilik düzeylerini etkileyen yönler nelerdir?

BULGULAR

1.Gastronomi Alanında Uzmanlık Eğitimi Alan Turist Rehberlerinin Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular Tablo 1’de sunulmuştur. Katılımcıların cinsiyet özellikleri ele alındığında %27,3’ünü “kadın” ve %72,7’sinin “erkek” olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, turist rehberliği mesleğinde erkek istihdamının kadınlara oranla daha yüksek olduğunu ortaya koyan çalışmalarla da desteklenmektedir (Zengin vd., 2017; Karacaoğlu, 2024). Yaşları itibarıyla turist rehberlerinin en yüksek oranın %63,6’lık bir oranla “51 ve üstü” yaş aralığında oldukları saptanmıştır. Bu durum, mesleğin uzun yıllara dayanan deneyim ve birikim gerektiren doğasıyla açıklanabilir. Bunu %18,2’lik bir oranla, “31-40” ve “41-50” yaş aralığındaki katılımcılar izlemiştir. Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımları incelendiğinde

%45,5'inin "bekâr" ve %54,5'inin "evli" olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %54,5'inin "lisansüstü", %36,4'ünün "lisans" ve %9,1'inin "lise" mezunu olduğu tespit edilmiştir. Örneklemin yüksek eğitim düzeyi, turist rehberlerinin "kültür elçisi" rollerini yerine getirebilmek adına sürekli öğrenme ve akademik gelişim eğiliminde olduklarını gösteren literatürdeki çalışmalarla (örn. Güzel ve Köroğlu, 2019) örtüşmektedir. Katılımcıların %54,5'inin "ortanın üstü", %9,1'inin "yüksek" ve %36,4'ünün "orta" gelir düzeyine sahip oldukları bulunmuştur.

Turist rehberlerinin mesleğini kaç yıldır yaptıklarına yönelik elde edilen bilgilere göre, %63,6'sının "26 yıl ve üzeri" çalıştıkları belirlenmiştir. Bunu, %18,2'lik bir oranla "2-7 yıl" arasında çalışanlar, %9,1'lik bir oranla "20-25 yıl" ve "8-13 yıl" arasında çalışanlar izlemiştir. Örneklemin çok büyük bir kısmının çeyrek asrı aşan bir mesleki deneyime sahip olması, önceki demografik bulgulardaki 51 yaş ve üzeri yoğunluğuyla doğrudan tutarlılık göstermektedir.

Turist rehberlerinin mesleği icra ederken kullandıkları yabancı dillerin dağılımlarına bakıldığında, en yüksek oranın %45,5'lik bir oranla "İngilizce" diline ait olduğu görülmüştür. Bunu, %36,4'lük bir oranla "Almanca", %9,1'lik bir oranla "Fransızca" ve %9,1'lik bir oranla "diğer" seçeneği izlemiştir. Bu bulgu, Türkiye'deki ruhsatname sahibi turist rehberlerinin dil dağılımı istatistikleri ve geleneksel turizm pazarları ile tam bir uyum içerisinde.

Katılımcıların turist rehberliği eğitimini nerede tamamladıklarına yönelik elde edilen verilere göre, %72,7'sinin "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turist rehberliği sertifika programı" ile %27,3'ünün "Üniversitelerin rehberlik eğitimi veren lisans programlarından turist rehberliği eğitimlerini tamamladıkları belirlenmiştir. Bu dağılım, Türkiye'deki turist rehberliği eğitiminin tarihsel dönüşümünü doğrudan yansıtmaktadır. 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu çıkmadan önce mesleğe girişler ağırlıklı olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın açtığı kurslar (sertifika programları) aracılığıyla gerçekleşmekle birlikte, son yıllarda üniversite programlarının ağırlık kazandığı görülmektedir.

Turist rehberlerinin gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma eğitimlerini nereden aldıklarına dair veriler ele alındığında, katılımcıların %81,8'inin "GARO Sertifikalı uzmanlık programına katıldıkları belirlenmiştir. Bunu, %18,2'lik bir oranla "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği sertifika programına katılan rehberler izlemiştir. Bu durum, gastronomi turizmi gibi niş alanlarda meslek odalarının ve bölgesel rehber odalarının (örn. İstanbul Rehberler Odası - İRO, Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası - GARO) üstlendiği aktif rolü ve uzmanlaşma eğitimlerindeki dinamizmini ortaya koymaktadır. Güzel ve Köroğlu (2019) tarafından vurgulandığı üzere, rehberlikte uzmanlaşma bireysel bir donanım ve gereksinim alanı olup; GARO gibi gastronomi destinasyonlarının merkezinde yer alan odaların düzenlediği spesifik uzmanlık eğitimleri, rehberlerin alandaki benzersizlik ve farkındalık kazanma hedefleriyle tam olarak örtüşmektedir.

Turist rehberlerinin ağırlıklı olarak hizmet verdikleri gruplara yönelik bulgular şöyledir: %63,6'sı "yabancı gruplara", %18,2'si "yerli gruplara" ve "hem yerli hem yabancı gruplara" hizmet vermektedirler. Turist rehberliğinin hangi statüde yapıldığına ilişkin elde edilen verilere göre, rehberlerin %54,5'inin "bağımsız olarak tam zamanlı" çalıştıkları belirlenmiştir. Bunu, %36,4'lük bir oranla "bağımsız olarak sezonluk" ve %9,1'lik bir oranla "bir seyahat acentasına bağlı-sezonluk" çalışan turist rehberlerinin izlediği tespit edilmiştir. Bu bulgu, Türkiye turizminin makro yapısı ve döviz girdisi odaklı uluslararası turizm hareketliliği ile paralellik göstermektedir. Literatürde, Türkiye'deki turist rehberlerinin öncelikli istihdam ve kazanç alanını gelen (inbound) yabancı turist grupları oluşturmaktadır (Zengin vd., 2017).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

	F	%		F	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	3	27,3	21-30	-	-
Erkek	8	72,7	31-40	2	18,2
Toplam	11	100	41-50	2	18,2
			51 ve üstü	7	63,6
Medeni durum			Toplam	11	100
Bekâr	5	45,5	Eğitim durumu		
Evli	6	54,5	İlköğretim	-	-
Toplam	11	100	Lise	1	9,1
			Lisans	4	36,4
Gelir düzeyi			Lisansüstü	6	54,5
Düşük	-	-	Toplam	11	100
Ortanın altı	-	-	Turist rehberliği türü		
Orta	4	36,4	Eylemli	11	100
Ortanın üstü	6	54,5	Eylemsiz	-	-
Yüksek	1	9,1	Toplam	11	100
Toplam	11	100	Rehberlik yapılan dil		
Turist rehberliği eğitimi			İngilizce	5	45,5
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın turist rehberliği sertifika programı	8	72,7	Almanca	4	36,4
Üniversitelerin rehberlik eğitimi veren önlisans programları	-	-	Fransızca	1	9,1
Üniversitelerin rehberlik eğitimi veren lisans programları	-	-	Rusça	-	-
Üniversitelerin rehberlik eğitimi veren yüksek lisans programları	3	27,3	Arapça	-	-
Toplam	11	100	Diğer	1	9,1
			Toplam	11	100
Hizmet verilen gruplar			Gastronomi rehberliği uzmanlaşma eğitiminin alındığı program		
Yerli gruplara	2	18,2	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın düzenlediği sertifika programı	2	18,2
Yabancı gruplara	7	63,6	GARO Sertifikalı uzmanlık programı	9	81,8
Hem yerli hem yabancı gruplara	2	8,2	Rehber odalarının düzenlediği sertifika programı	-	-
Toplam	11	100	Üniversitelerin gastronomi önlisans programları	-	-
Turist rehberliği statüsü			Üniversitelerin gastronomi lisans programları	-	-
Bir seyahat acentasına bağlı- tam zamanlı	-	-	Üniversitelerin gastronomi yüksek lisans programları	-	-
Bir seyahat acentasına bağlı- sezonluk	1	9,1	Toplam	11	100
Bağımsız olarak sezonluk	4	36,4	Turist rehberliği mesleki deneyim		
Bağımsız olarak tam zamanlı	6	54,5	1 yıl-daha az	-	-
Toplam	11	100	2-7 yıl	2	18,2
Bağlı olunan oda			8-13 yıl	1	9,1
ARO	3	27,3	14-19 yıl	-	-
BURO	1	9,1	20-25 yıl	1	9,1
İRO	4	36,4	26 yıl ve üzeri	7	63,6
İZRO	1	9,1	Toplam	11	100
MURO	1	9,1			
NERO	1	9,1			
Toplam	11	100			

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin bağlı oldukları turist rehberi odalarının dağılımları incelendiğinde, %36,4'ünün İRO'ya kayıtlı olduğu, %27,3'ünün ARO'ya kayıtlı olduğu ve %9,1'inin BURO, İZRO, MURO ve NERO'ya kayıtlı oldukları belirlenmiştir. Bu dağılım,

Türkiye'deki odalara kayıtlı rehberlerin coğrafi ve kurumsal kümelenmesiyle tam bir uyum içerisinde. TUREB'in resmi üye istatistiklerinde de en fazla rehber üye sayısına sahip odaların başında İstanbul (İRO) ve Ankara (ARO) gelmektedir. İstanbul'un ana giriş kapısı (hub) ve kültür turizminin merkezi olması, Ankara'nın ise turların kesişim noktası ve köklü sertifika programlarının merkezi olması, rehberlerin bu odalarda yoğunlaşmasını (Güzel ve Köroğlu, 2019) desteklemektedir.

2. Gastronomi Alanında Uzmanlık Eğitimi Alan Turist Rehberlerinin Kişilik Özellikleri

Turist rehberlerinin kişilik özellikleri ele alındığında, ölçek puan ortalamasının 4,473 olarak gerçekleştiği görülmüştür. Ayrıca, turist rehberlerinin her kişilik özelliği alt boyutu ortalamalarının 4'ün üstünde olduğu belirlenmiştir. Genel ölçek ve alt boyut ortalamalarının bu denli yüksek çıkması (5'li Likert ölçeğinde 4'ün üzeri), turist rehberliği mesleğinin gerektirdiği yoğun psikolojik sermaye ve yüksek sosyal beceri düzeyi ile doğrudan ilişkili olması ile açıklanabilir. Literatürde turist rehberlerinin sadece bilgi aktaran değil, aynı zamanda kriz yöneten, grup dinamiğini sağlayan ve yüksek duygusal emek (emotional labor) sergileyen profesyoneller olduğu; bu nedenle mesleği sürdüren bireylerin gelişmiş kişilik özelliklerine sahip olduğu ifade edilmektedir (Zengin vd., 2017). Dolayısıyla, bu çalışmaya katılan turist rehberlerinin öne çıkan kişilik özelliklerinin sempatik, yumuşak başlılık, deneyime açıklık, duygusal dengelilik, sorumluluk ve deneyime açıklık olduğu saptanmıştır. Söz konusu bulgular, alan yazında turist rehberlerinin sahip olması gereken ideal mesleki yetkinlik ve kişilik profili ile tam bir uyum göstermektedir. Literatürde, turist memnuniyetini sağlamada rehberin "yumuşak başlılık/uyumluluk" ve "deneyime açıklık" düzeyinin turların başarısında kritik rol oynadığı belirtilmektedir (Karacaoğlu, 2024). Özellikle seyahat esnasında yaşanabilecek beklenmedik kriz anlarında rehberin "duygusal dengelilik" seviyesinin yüksek olması, turistlerin güvende hissetmesini sağlayan temel unsurlardan biridir. Cevaplayıcıların baskın kişilik özelliklerinin sempatik, yardımsever, duygusal, güvenilir ve yeni fikir ve deneyimlere açık olduğu ifade edilebilir. Bu baskın özellikler, modern turist rehberinin "kültür arabulucusu" ve "problem çözücü" rolleriyle teorik olarak örtüşmektedir. Güzel ve Köroğlu (2019) rehberlikte uzmanlaşmayı bireysel ilgi ve kişisel donanım ile ilişkilendirirken, bu sürecin temelinde "yeni fikir ve deneyimlere açıklık" özelliğinin yattığını savunmaktadır.

3. Turist Rehberlerinin Gastronomi Alanında Uzmanlık Eğitimini Alma Sebepleri

Araştırmaya katılan katılımcılara gastronomi rehberliği alanında uzmanlık eğitimi alma sebeplerine yönelik sorulan soruya alınan cevaplara göre dağılımlar Tablo 2'den incelenebilmektedir. MAXQDA programı ile toplanan verilerin analizi yapılmış ve elde edilen bulgular incelendiğinde araştırmacılar tarafından 7 kod hazırlanmıştır. Bu soruda katılımcılar birden çok seçeneği işaretleyebilmektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplar incelendiğinde, "turizmin yükselen bir dalı olduğu için (%33,33)", "yöresel gastronomi ürünleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için (%25,00)" ve "gastronomi ve rehberlik alanında niş turizm için önemli talepler olduğu için (%16,67)" kodlarının en çok dikkate alınan neden oldukları belirlenmiştir. Bu kodları, "zevk için (%8,33)", "gerek doktora tez konum olduğu gerekse de bu alana ilgi duyduğum için (%8,33)", "bölgenin mutfağını yakından tanımak için (%8,33)" ve "gastronomi turları yaptığım için (%8,33)" kodlarının takip ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 2. Gastronomi Rehberliği Alanında Uzmanlık Eğitimi Alma Sebeplerine Göre Dağılım

Sınıflama	Katılımcılar	F	%
Turizmin yükselen bir dalı olduğu için	K1, K5, K10, K8	4	33,33
Bölgenin mutfagını yakından tanımak için	K3	1	8,33
Zevk için	K6	1	8,33
Yöresel gastronomi ürünleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için	K2, K4, K9	3	25,00
Gastronomi turları yaptığım için	K7	1	8,33
Gerek Doktora Tez Konum olduğu gerekse de bu alana ilgi duyduğum için	K1	1	8,33
Gastronomi ve Rehberlik alanında niş turizm için önemli talepler mevcut olduğu için	K11, K8	2	16,8

Gastronomi turizminin küresel ölçekte yükselen bir trend olması ve bu alandaki niş pazar talepleri toplam payı içindeki oranının %50 olması, turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimlerinin arkasındaki en güçlü motivasyondur. Dünya Turizm Örgütü raporlarında gastronomi, turistlerin destinasyon tercihlerinde ve seyahat motivasyonlarında anahtar bir unsur olarak tanımlanmaktadır (Zengin vd., 2017).

Öte yandan, mevcut araştırmada ele alınan konuya ilişkin, katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda en az iki kez yinelenen kelimeler baz alınarak, katılımcıların görüşlerine ilişkin MAXQDA programı kelime bulutu ile analiz yapılmış ve Şekil 1’de sunulan kelime bulutu elde edilmiştir.

**Şekil 1.** Gastronomi Rehberliği Alanında Uzmanlık Eğitimi Alma Sebeplerine Ait Kelime Bulutu

4. Gastronomi Alanında Uzmanlık Eğitimi Alan Rehberlerin Yenilikçilik Düzeyleri

Yenilikleri benimseme ölçeğinde, yenilikleri benimseme düzeyi üç şekilde ele alınmaktadır. Bu üç düzey, düşük, orta ve yüksek yenilikleri benimseme düzeyi şeklindedir. Ölçekte, “1-2,4” derecelendirme “düşük”, “2,5-3,9” derecelendirme “orta” ve “4-5” derecelendirme ise “yüksek” düzey şeklindedir. Tablo 3.’ten de görülebileceği gibi, on turist rehberinin “orta” ve bir turist rehberinin ise “yüksek” düzeyde yenilikleri benimsemeye açık olduğu saptanmıştır. Bu durum,

rehberlerin yeniliklere tamamen kapalı olmadığını ancak temkinli ve kontrollü bir benimseme süreci izlediklerini göstermektedir.

Tablo 3.Yenilikleri Benimseme Düzeyine Göre Dağılım

Sınıflama	F	%
Düşük	0	0
Orta	10	90,9
Yüksek	1	9,1
Toplam	11	100

5. Gastronomi Alanında Uzmanlık Eğitimi Alan Turist Rehberlerinin Kişilik Özelliklerini Etkileyen Yönler

Araştırmaya katılanların gastronomi alanında uzmanlık eğitimi almanın kişilik özelliklerini etkileyen yönlerin neler olduğuna dönük alınan cevaplara göre MAXQDA programı kullanılarak 3 alt tema oluşturulmuştur (Tablo 4). Bu temalar sırasıyla şöyledir: “Anlatım Becerisini Geliştirme (%40)”, “Merak Uyandırma (%35)” ve “Dışadönüklük (%25)” şeklinde sıralanmaktadır. Bu temalara ilişkin verilen bazı cevaplar aşağıdaki gibidir;

K1: Rehberler tekdüze anlatımdan her zaman kaçmalıdır. Bu bağlamda ben de gastronomi alanında uzmanlaşarak anlatım becerimi zenginleştirmek ve farklı kılmak isterim.

K2:Teorik bilgilerimi uygulama alanlarını ekliyorum. Kendimi ifade etmek için daha girişken hissedebiliyorum. Buna bağlı olarak kişilik özelliklerimi olumlu yönde etkiledi.

K8: Gastronomi bilgileri bizim anlatım becerimize katkı sunmaktadır. Dolayısıyla tekdüze çalışmaktan da uzaklaşmış oluyorlar.

K11: Yeme-içme konusundaki merakım uygulama alanlarına daha çok etki etti.

Tablo 4. Uzmanlık Eğitiminin Kişilik Özelliklerine Etki Yönlerine Göre Dağılımı

Kodlar	Katılımcılar	F	%
Anlatım Becerisi Geliştirme	K1,K3,K4,K6,K7,K8,K10,K11	8	40
Merak Uyandırma	K2,K3,K5,K6,K8,K9,K11	7	35
Dışadönüklük	K1,K2,K8,K9,K11	5	25

Karacaoğlu (2024), turist rehberlerinin aldıkları spesifik eğitimlerin onların teknik bilgi birikimini artırmakla kalmayıp, hitabet ve iletişim becerilerini de yukarı taşıdığını belirtmektedir. Eğitimin rehberlerde ve turistlerde "merak uyandırma" yönünü etkilemesi, kişilik boyutundaki "deneyime açıklık" ve "entelektüel merak" kavramlarıyla teorik olarak örtüşmektedir.

6.Gastronomi Alanında Uzmanlık Eğitimi Alan Turist Rehberlerinin Yenilikçilik Düzeylerini Etkileyen Yönler

Araştırma kapsamında sorulan son açık uçlu soru ise ; “Yenilikçilik özelliğine sahip olmak sizce bir Uzman Gastronomi Rehberini nasıl etkiler?” sorusudur. Tablo 5’te bu soruya verilen cevaplar gösterilmektedir. Soruya verilen cevaplar doğrultusunda MAXQDA programı kullanılarak 3 alt tema geliştirilmiştir. Bu temalar; “Bilgili Kılar”, “Farklılık Yaradır” ve “Kendini Yenileme” şeklinde sıralanmıştır. Bu temalara ilişkin verilen bazı cevaplar aşağıdaki gibidir:

K1: Rehberlerin sahip olması gereken özelliklerden birisi de zaten “Kendilerini Yenileyebilme.” Bu anlamda var olan bilgi birikimlerine oldukça olumlu yansıyor.”

K3: Elbette yenilikle beraber kendini sürekli olarak geliştiren uzman gastronomi rehberi, bilgili olur.

K5: Diğer rehberlerden farklılığını ortaya koyar, rekabet etme şansı yükselir.

Tablo 5.Uzmanlık Eğitiminin Yenilikçilik Düzeyini Etkileme Durumuna Göre Dağılımı

Kodlar	Katılımcılar	F	%
Bilgili kılar	K1,K3,K4,K5,K7,K9,K10,K11	8	44,5
Farklılık yaratır	K2,K3,K5,K6,K7,K9	6	33,3
Kendini yenileme şansı sunar	K,1,K6,K9,K11	4	22,2

Katılımcıların %44,5’inin gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma eğitimi almanın kişiyi bilgili kılacağına yöneliktir. Bunu, %33,3’lük bir oranla “farklılık yaratma” ve %22,2’lik bir oranla “kendini yenileme şansı sunar” temaları izlemiştir. Gastronomi rehberliği eğitiminin rehberleri daha bilgili kılacağına yönelik bu baskın algı, mesleğin bilgi yoğun doğasından kaynaklandığı söylenebilir. Katılımcıların uzmanlaşmayı bir "farklılık yaratma" aracı olarak görmeleri, alan yazındaki stratejik kariyer yönetimi ve farklılaşma teorileriyle doğrudan ilişkilidir. Güzel ve Köroğlu (2019), turist rehberliğinde uzmanlaşmayı; rehberin başkalarının farkında olmadığı veya çalışmadığı alanlarda kendini ilerleterek "benzersiz ve ender bulunan bir profesyonel" olma süreci olarak tanımlar. Ayrıca, uzmanlık eğitiminin "kendini yenileme şansı sunması" teması, profesyonel turist rehberlerinin yaşam boyu öğrenme ve mesleki dinamizm eğilimlerini yansıtmaktadır. Turizm trendleri küresel ölçekte sürekli kabuk değiştirmekte, gastronomi turizmi gibi alanlar her geçen gün yeni alt kollara ayrılmaktadır. Alan yazında, rehberlerin mesleki körlüğü (tükenmişliği) önlemek ve motivasyonlarını yüksek tutmak adına bu tür uzmanlık programlarını birer kişisel ve profesyonel "yenilenme/güncellenme" fırsatı olarak değerlendirdikleri belirtilmektedir (Güzel ve Köroğlu, 2019).

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Turist rehberlerinin alanda uzmanlaşmaya yönelmeleri ile uzmanlık alanlarının öneminin giderek artması ile farklı alanlarda uzmanlık eğitimleri başlamış ve en popüler olan alanlardan biri de gastronomi rehberliğinde uzmanlaşma olmuştur. İrigüler ve Güler’e (2017) göre, gastronomi rehberliğinde uzmanlaşan turist rehberlerinin, belirli bir destinasyonun yerel mutfak kültürü, gelenek ve görenekleri ile ilgili ayrıntılı bilgi ve deneyim sahibi olan, geleneksel tatların korunup yaşatılmasını turistlere aktararak tanıtım yapan rehberler olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla mevcut çalışma gastronomi rehberliği alanında uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin kişilik özelliklerini ve yenilikçilik düzeylerini belirlemeye yönelik olup literatüre katkı sağlama potansiyeli yüksek bir çalışmadır.

Çalışmaya katılanların turist rehberliği mesleğinde erkek istihdam oranlarının kadınlara oranla daha yüksek olması ve mesleğin uzun yıllar sonucunda oluşan deneyim ve birikim gerektiren doğası ile ilişki olması ile açıklanabilir. Cevaplayıcıların, yüksek eğitim düzeyine sahip olması, turist rehberlerinin "kültür elçisi" rolleri açısından değerlendirildiğinde sürekli öğrenme ve akademik gelişim eğiliminde olduklarını ortaya koyan benzer literatürdeki (Güzel ve Köroğlu, 2019) çalışmalarla desteklenmektedir.

Katılımcıların büyük bir kısmının yüksek bir mesleki deneyime sahip olduğu bulgulanmıştır. Bu durum alan yazında turist rehberliğinin tecrübe ile olgunlaşan, uzun soluklu bir meslek olduğunu ve kıdemli rehberlerin sektörel sadakatının yüksek olduğunu belirten çalışmalar (Zengin vd., 2017) bu yüksek deneyim süresini destekler niteliktedir.

Öte yandan, elde edilen sonuçlar Türkiye'deki odalara kayıtlı turist rehberlerinin dil dağılımı istatistiklerinin geleneksel turizm pazarları ile uyumlu olduğunu ortaya koymuştur. Literatürde İngilizce ve Almancanın Türkiye turizminde lokomotif diller olduğunu, küresel ve bölgesel talebi karşılamada rehberlerin öncelikli olarak bu dillere yöneldiğini vurgulayan akademik çıktılar (Karacaoğlu, 2024), çalışmadaki dil hakimiyeti sıralaması ile örtüşmektedir. Ayrıca, örneklemdeki kıdemli rehber oranının yüksekliği Bakanlık sertifika programı mezunlarının bu çalışmada neden baskın olduğunu tarihsel ve yapısal olarak açıklayabilir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin öne çıkan kişilik özelliklerinin sempatik, yardımsever, duygusal, güvenilir ve yeni fikir ve deneyimlere açık olmalarıdır. Gastronomi rehberliği gibi yenilikçi ve niş alanlara yönelen rehberlerin, yapısal olarak yeni deneyimlere açık, yardımsever ve güvenilir karakter yapıları sayesinde turlarda yüksek katma değer ve farkındalık yarattığı alan yazındaki benzer çalışmalarca (Karacaoğlu, 2024; Güzel ve Köroğlu, 2019) desteklenmektedir.

Araştırmaya katılan turist rehberlerinin gastronomi alanında uzmanlık eğitimi alma nedenlerine yönelik veriler MAXQDA paket programı ile analizi yapılmış ve 7 kod oluşturulmuştur. Elde edilen kodlar şunlardır: turizmin yükselen bir dalı olduğu için, yöresel gastronomi ürünleri hakkında daha fazla bilgi edinmek için, gastronomi ve rehberlik alanında niş turizm için önemli talepler olduğu için, zevk için, gerek doktora tez konum olduğu gerekse de bu alana ilgi duyduğum için, bölgenin mutfağını yakından tanımak için ve gastronomi turları yaptığım için şeklinde bulgulanmıştır. Alanda uzmanlaşma eğitimi alan turist rehberinin ilgili tura katılan turistler tarafından daha çok tercih edileceği yapılan çalışmalarla (Wang vd., 2000; Zengin vd., 2004; Köroğlu ve GÜDÜ DEMİRBULAT, 2017) desteklenmiştir. Bu bulgu Yumuk ve Demirel İli (2022) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların en çok uzmanlaşmak istedikleri turizm türünün kültür ve gastronomi turizmi olması ile örtüşmektedir. Bu durum, kaliteli hizmet sunan turist rehberlerinde artış ve ülke ve veya bölge tanıtımına ve ekonomiye daha fazla katkı sağlanabileceğine işaret etmektedir.

Zengin vd., (2017) tarafından yapılan çalışmada, rehberlerin uzmanlaştıkları niş alanlarda derinleştikçe yeni bilgiler öğrenme motivasyonlarının (içsel merak) tetiklendiğine dikkat çekmektedirler. Öte yandan, uzmanlık eğitiminin "dışadönüklük" temasını beslemesi ise, kişilik özelliklerinin en temel boyutlardan birine işaret etmektedir. Kültür ve mutfak odaklı niş turlar, doğası gereği turistler ile rehber arasında kitle turlarına kıyasla çok daha samimi, etkileşimli ve sosyal bir ortam yaratmaktadır. Başoda vd., (2018) tarafından yapılan çalışmada turist rehberlerinin gastronomi uzmanlığı ile ilgili "konu", "etkinlik" ve "mekan" uzmanlığı hakkında bilgi sahibi olmaları gerektiğine vurgu yapması ve gastronomi rehberliğinin deneyim kazandırma ve bilgilendirme boyutları ile öne çıkmasına işaret etmesi, çalışmanın bu bulgusu ile örtüşmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%90,9) yenilikleri benimseme konusunda "orta" düzeyde kalması, Rogers'ın (2003) *Yeniliğin Yayılması Kuramı*nda yer alan "erken çoğunluk" ve "geç çoğunluk" kategorileriyle ilişkilendirilebilir. Turizm literatüründe, rehberlerin mesleki pratiklerde ve tur programlarında köklü yenilikleri hemen kabul etmek yerine, öncelikle bu yeniliklerin sahada test edilmesini, yasal altyapısının oturmasını ve turist talebinin somutlaşmasını bekleme eğiliminde oldukları vurgulanmaktadır (Zengin vd., 2017).

Turizm alanındaki çalışmalar incelendiğinde gastronomi alanında uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin kişilik özelliklerini ve yenilikçilik düzeylerini belirlemeyle ilgili çalışmalara

rastlanmamış olması çalışmayı özgün kılmaktadır. Bu konuyla ilgili çalışma yapılarak alinyazındaki bu eksikliği gidermek amaçlanmıştır. Yapılan araştırmalarda alanda uzmanlaşma eğitimi almanın farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına yardımcı olacağı, turist rehberlerinin çeşitli ve farklı programlara rehberlik yapabilecekleri ve bilinen turizm türlerinden sıyrılabilceği yönünde geri dönüşler alınmış ve söz konusu turizm türlerinin turizm endüstrisinden kendi paylarını oluşturabilecekleri öngörülmektedir. Literatürde bu bulguları destekleyen çalışmalar (Wang vd., 2000; Zengin vd., 2004; Köroğlu ve Güdü Demirebulat, 2017; Celep, 2022) mevcuttur.

Eğitim Kurumlarına Yönelik Öneriler

-Turizm / turist rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokullardaki derslere alanda uzman turist rehberi konukları davet edilerek öğrenci sektör işbirliği çerçevesinde turist rehberi adayların uzmanlaşmak istedikleri konulara katkı sağlanabilir.

-Turizm / turist rehberliği eğitimi veren fakülte ve yüksekokullarda müfredat geliştirilerek yeni ders ve ders içerikleri yenilikçi tasarıma sahip ve turistlerin kişilik tipolojilerine yönelik dersler eklenebilir. Örneğin, "gastronomide trendler ve inovasyon", "moleküler gastronomi ve füzyon mutfak kuramı" gibi yenilikçilik düzeyini tetikleyecek ve rehberlerin beş faktörlü kişilik özelliklerine göre turist yönetimi stratejilerini öğrenmesi, "gastronomide kriz yönetimi" ve "zor turist profilleri" gibi derslerle gastro turist rehberlerinin duygusal zekaları ve stres yönetimleri / psikolojik dayanıklılıkları güçlendirilebilir.

-TUREB ve rehber odaları, alanda uzmanlık eğitimlerini farklı konu ve zaman aralıklarında düzenleyebileceği gibi, mezun olmuş ve aktif sahada çalışan eylemli rehberler için "gastronomide dijitalleşme", "yemek fotoğrafçılığı ve sosyal medya rehberliği" gibi yenilikçi vizyon kazandırabilecek kısa süreli sertifika ve tazeleme programları açabilir.

Gelecekte Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler

-Nicel verilerle birlikte gastro rehberler, tur operatörleri ve gastronomi turistleri ile derinlemesine mülakatlar veya odak grup görüşmeleri gibi nitel yöntemler bir arada kullanılabilir.

-Kişilik özelliklerinin ve yenilikçilik düzeylerinin zaman içindeki değişimini (örneğin kriz dönemleri, teknolojik dönüşümler veya mesleki deneyim süresi boyunca) inceleyen araştırmalar yapılabilir.

-Farklı ülkelerdeki ve mutfak kültürlerindeki (örneğin Akdeniz mutfak rehberleri ile Uzak Doğu mutfak rehberleri) gastro rehberlerin kişilik ve yenilikçilik eğilimleri karşılaştırılabilir.

-Nesil farklılıklarına yönelik çalışmalar yapılabilir. X, Y ve Z kuşağı gastro rehberlerin yenilikçi teknolojileri (artırılmış gerçeklik, dijital menüler vb.) benimseme düzeyleri ve kişilik yapıları kıyaslanabilir.

-Herhangi bir alanda uzmanlaşmamış turist rehberleri ile sadece gastronomi alanında uzmanlaşmış rehberlerin yenilikçilik düzeyleri arasındaki farklar incelenebilir.

-Gastro rehberin yenilikçi davranışlarının ve kişilik özelliklerinin, tura katılan gastronomi turistlerinin deneyim kalitesi, destinasyon imajı ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkileri incelenebilir.

-Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin (özellikle duygusal denge ve dışadönüklük) gastro rehberlerin mesleki bağlılıkları, iş performansları ve tükenmişlik düzeyleri üzerindeki rolü araştırılabilir.

-Aynı çalışma beş yıl sonra tekrarlanarak aradaki farklılıklar belirlenmeye çalışılabilir.

-Gastronomi rehberliği uzmanlaşma eğitimi alan rehberlerin yeniliklere yönelik algıları belirlenmeye çalışılarak farklı değişkenlerle ilişkisi incelenebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan 04.10.2021 tarih ve 123 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Akan, A., ve Kutlu Abu, N. (2023). Bireysel Yenilikçilikle İlgili Yapılan Tezlere Yönelik Bir Analiz. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 57, 1446-1469.

Akpınar, A. (2020). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma ve Verilen Uzmanlık Eğitimlerinin Analizi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, İzmir.

Akpınar, A., ve Avcı, N. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: Uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (2), 755-787.

Akyurt Kurnaz, H., ve Kurnaz, A. (2019). Gastronomi Rehberliği Alanında Uzmanlaşma. (Editör)

Güzel, Ö., ve Ö. Köroğlu: *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara içinde* (ss. 205-296). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Akyurt Kurnaz, H., ve Kurnaz, A. (2022). *Gastronomi Rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Akyurt Kurnaz, H. (2024). Gastronomi rehberliği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35(1), 129-132.

Arslan, E. (2022). Nitel araştırmalarda geçerlilik ve güvenilirlik. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51(Özel sayı 1), 395-407.

Arslan Özkan, A. (2024). Gastronomi ve Turist Rehberliği. (Editör) Yazıt, H., ve K. Genç: *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar-III içinde* (ss. 305-306). Ankara: Özgür Yayınları.

Bahar, M. (2021). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma: Gastronomi Rehberliği Açısından Turist Rehberliği Ön Lisans Ve Lisans Programlarının Değerlendirilmesi. *Journal of Travel and Tourism Research*, 19(19), 102-119.

Bakay, A., ve Birdir, S. S. (2025). Turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin ve yaşam tarzlarının yenilikçilik düzeylerine etkisi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 11(4), 225-240.

Barışan, P. (2022). *Gastronomi Turizminin Gelişmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rol ve Sorumluluklarına İlişkin Görüşleri: Şanlıurfa Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin.

Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R., ve Acar, Y. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1826.

- Bertaux, D. (1981). From the life-history approach to the transformation of sociological practice. (Editör) Daniel Bertaux: *Biography and Society: The Life History Approach in the Social Sciences* içinde (pp. 29-45). London: Sage Publishing.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Budak, F. (2022). *Turizm rehberliğinde alan uzmanlığı önerisi: 'Zeytin tarımı ve zeytinyağı' üzerine turist rehberliği* (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Celep, O. (2022). Özel ilgi turlarında rehber ihtiyacı kapsamında uzmanlaşma eğitimi specialization, *Turist Rehberliği Dergisi*, 5(1), 27-45.
- Creswell, J. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*, (Çev: Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir). (3. Baskıdan Çeviri). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Creswell, J. W., ve Plano Clark, V. L. (2015). *Karma Yöntem Araştırmalar: Tasarımı ve Yürütülmesi*. (2. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çalışkan, A. (2013). İç odaklı örgüt kültürünün yenilikçi davranışa etkisinde personel güçlendirmenin aracılık rolü. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 15(1), 88-112.
- Çetin, A. (2017). *Konaklama işletmelerinde örgüt kültürü ve Yenilikçilik ilişkisi: Muğla Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Çetinkaya, M. Y. (2025). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliği Algılarının Metaforik Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13(4), 3909-3931.
- Çolakoğlu, O. E., Efendi, E., ve Epik, F. (2017). *Tur Yönetimi ve Turist Rehberliği*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Deveci, B. (2020). *Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İş Doyumu ve Yaşam Doyumuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Gürsoy, H., ve Karaman, S. (2019). Profesyonel turist rehberlerinin kişisel gelişimi ve mesleki donanımı üzerine bir araştırma. *Turist Rehberliği Dergisi*, 2(2), 88-103.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye İmajının Geliştirilmesinde Profesyonel Turist Rehberlerinin Rolü (Alman Turistler Üzerine Bir Araştırma)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Güzel, Ö., ve Köroğlu, Ö. (2019). *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- İrigüler, F., and Güler, M. E. (2017). Tourist Guides' Perceptions on Gastronomic Tourism in Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 5(1), 3-19.
- İrigüler, F., ve Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki Profesyonel Turist Rehberlerinin Gastronomi Turizmine Bakışı. *I. International Gastronomic Tourism Congress at İzmir, İZFAŞ ve TÜRSAB 10-12 Aralık 2015*. ss. 23-52.
- İslamoğlu, A. H., ve Alnıaçık, Ü. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Beta Yayınevi.
- Kabakulak, A. (2018). *Kişilik Özelliklerinin Mesleki Tutum ve İş Doyumuna Etkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.

- Karacaoğlu, S. (2024). Kadın turist rehberlerinin yaşadıkları cinsiyet kaynaklı sorunlar, engeller ve çözüm önerileri üzerine betimsel bir araştırma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 21-40.
- Karamustafa, K., ve Kılıçhan, B. (2024). Türkiye'de profesyonel turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma: Bölgelerin mevcut durumu ve geleceğe dönük öneriler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(1), 266-289.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kayır, A. G. (2020). *Otel İşletmelerinde Yenilikçilik Algısı ve Çalışan Enerjisinin Üretkenlik Karşıtı Davranışlara Etkisi: Pamukkale Örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Kılıç, M. (2020). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyalleşme Taktikleri ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Kılıçhan, R. (2018). Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve. *Gastronomi Zirvesi/Gastronomi Kongresi, Ankara, Türkiye*, 22-25 Mart 2018, 1(1), 7-10.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlama Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kök, A., Karahan, S., Akyurt Kurnaz, H., ve Kurnaz, A. (2021). Turizm Rehberliği Öğrencilerinin Gastronomi Rehberliğine Bakış Açısı. *Turist Rehberliği Dergisi*, 4(1), 1-18.
- Köroğlu, Ö. (2014). Meslek Seçimi ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Rehberliği Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 137-157.
- Köroğlu, Ö., ve Güzel, Ö. (2019). *Kavramdan Uygulamaya Turist Rehberliği Mesleği*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö., ve GÜDÜ Demirelbulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma, (Editör) Güzel, Ö., V. Altıntaş ve İ. Şahin: *Turist rehberliği araştırmaları: Öngörüler ve uygulamalar* içinde (ss. 49-79). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kurnaz, H. A. (2024). Gastronomi rehberliği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35(1), 129-132.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N. B., ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*. 2(2), 78-85.
- Micazoğlu Çakmak, D. (2019). *Tüketicilerin Hedonik Tüketim Nedenlerinin Yaşam Tarzı Tutumları ve Yenilikçilik Düzeyleri Açısından İncelenmesi*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bayburt Üniversitesi, Bayburt.
- Mulcahy, J. D. (2021). *Historical Evolution of Gastronomic Tourism*. New York: The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism Routledge.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlama Araştırmalarına Giriş*. (Genişletilmiş ve gözden geçirilmiş 4. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Okech, R. N. (2014). *Developing Culinary Tourism: The Role of Food as a Cultural Heritage in Kenya*. *Proceedings of the Second International Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (GB14Chennai Conference)*, 11-13 Temmuz 2014, Chennai, Hindistan, pp. 1-16.
- Özkan, C. (2009). *Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak Yenilik Stratejileri ve Bir Uygulama*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi, Malatya.

- Özkan, A. A. (2024). Gastronomi ve turist rehberliği. (Editör) Yazıt, H., ve K. Genç: *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar-III* içinde (ss. 137-152). Gaziantep: Özgür Yayınları.
- Özoğlu, G. (2017). *Profesyonel Turist Rehberlerinin Kişilik Özellikleri ile Mesleki Bağlılık Arasındaki İlişki Üzerine Psikolojik Sermayenin Aracılık Etkisi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Seyidoğlu, H. (2000). *Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*. İstanbul: Güzem Yayınları.
- TUREB (2021). Turist Rehberi Sayıları. [Online] <https://www.tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> [Erişim Tarihi: 10.07.2021].
- Ürekli, H., ve Çelik, S. (2025). Gastronomi Rotalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 8(1), 1-28.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., and Huan, T. C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189.
- Yenipınar, U., ve Yılmaz, L. (2019). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma. (Editör), Güzel, Ö. ve Ö. Köroğlu: *Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara* içinde (ss. 23-52). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (12. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, M., ve Yılmaz, M. (2019). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4, 51-60.
- Yıldız, R., Kuşluvan S., ve Şenyurt, S. Y. (1997). Turist Rehberliği Öğretiminde Yeni Bir Model: Nevşehir Turist Rehberliği Bölümü Programı ve Değerlendirilmesi, *Hafta Sonu Semineri IV-Türkiye’de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberlerinin Rolü*, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, ss. 7-36.
- Yumuk, Y., ve Demirel İli, N. (2022). Turist rehberliği eğitimi alan öğrenciler mesleki uzmanlaşmaya nasıl bakıyor?, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 211-222.
- Yüksel, A. (2019). Gastronomi Ne Değildir? *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 16(1), 186-190.
- Yükselen, C. (2013). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zengin, B., Batman, O., ve Yıldırğan, R. (2004). Seyahat Acentalarının Turist Rehberlerinden Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. *I. Balıkesir Ullusal Turizm Kongresi*, 15-16 Nisan 2004, ss. 366-376.
- Zengin, B., Eker, N., ve Bayram, G. E. (2017). Turist rehberliği meslek kanununun profesyonel turist rehberlerince değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 142-156.