



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Ulusal ve uluslararası turizm kuruluşlarının global pazarlamadaki rolleri: Kavramsal bir analiz

*The roles of national and international tourism organizations in global marketing: A conceptual analysis**

Ceyhun Akyol^{1*}, Orhan Batman²

¹Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, ceyhunakyol@artvin.edu.tr, 0000-0001-5542-7309

²Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, obatman@subu.edu.tr, 0000-0001-7186-7064

MAKALE BİLGİSİ/ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler: Turizm Endüstrisi, Ulusal ve Uluslararası Kuruluşlar, Turizm Pazarlaması

Key Words: Tourism Industry, National and International Organizations, Tourism Marketing

Gönderme Tarihi/Received Date:
25.09.2020

Kabul Tarihi/Accepted Date:
07.12.2020

Yayımlanma Tarihi/Published Online:
31.12.2020

ÖZET

Turizm endüstrisinin dünya genelinde gelişim içerisinde olması destinasyonların sadece iktisadi açıdan değil sosyal ve kültürel açıdan da değişim ve gelişim göstermesini sağlamıştır. Bu durum destinasyonların tanıtım, pazarlama, uygulama ve yönetim konularında etkin ve verimli bir organizasyon içerisinde hareket etmelerini gerekli kılmıştır. Endüstri içerisinde yer alan aktörlerin ve destinasyon bünyesindeki paydaşların işbirliği ve koordinasyon anlayışının ön planda tutulması gerekliliği ve düşünceleri ile Türkiye’de, Avrupa’da ve dünyada farklı alanlarda birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon gibi organizasyonlar ortaya çıkmıştır. Türkiye, Avrupa ve dünya genelinde turizm endüstrisinde yer alan tüm paydaşların işbirliğini ve koordineli bir biçimde hareket etmelerini hedefleyen bu kuruluşlar, ulusal ve uluslararası arenalarda faaliyet göstermekte olup yaptıkları çalışmalar ve düzenledikleri organizasyonlarla etkili bir iletişim ağı kurmakta, aldıkları kararlarla endüstride yer alan aktörleri yönlendirmektedir. Çalışmada, turizm endüstrisi içerisinde yer alan ulusal ve uluslararası kuruluşların global turizm pazarlaması çerçevesinde incelenerek endüstriye katkı ve etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak ikincil verilerden yararlanılan çalışmada literatür taraması tekniği ile veri toplanarak kavramsal bir analiz yapılmıştır. Araştırma neticesinde; ulusal ve uluslararası arenada faaliyet gösteren turizm kuruluşlarının; istihdam, yatırım ve altyapı, eğitim, pazarlama, araştırma kaynağı oluşturma ve istatistikler tutma, proje geliştirme, ürün fiyatlandırma, sürdürülebilir kalkınma ve destinasyon yönetimi konularında doğrudan ya da dolaylı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. İlgili kuruluşların ayrıca, tüm bu konularla ilgili karar verme yönleri de ön plana çıkmaktadır.

ABSTRACT

The development of the tourism industry around the world has made the destinations to change and develop not only in terms of economy but also in social and cultural term. This situation requires that destinations need to act in the effective and efficient organization in promotional, marketing, practice and management. Industry located within the actors and destination within the forefront of stakeholder cooperation and coordination understanding of the requirements and ideas to keep in Turkey, troops in different areas in the world and Europe, organizations, associations, federations, foundations, councils, organizations such commissions were emerged. All these tourism organizations, which are intended to move cooperation and co-operatively in all of the stakeholders in Turkey, Europe and the world, are active in national and international arena, and institute effective communications with their organizations they organize and organize the actors in the industry. In the study, it is aimed to determine the contribution and effects of national and international organizations in the tourism industry by examining the global tourism marketing. In the study that is used the qualitative research method by the secondary data, a conceptual analysis was collected by giving data with the literature review technique. The research has been found that, tourism organizations operating in the national and international arena, they have direct or indirect effects on employment, investment and infrastructure, education, marketing, creating research resources and keeping statistics, project development, product pricing, sustainable development and destination management. In addition, the decision-making aspects regarding all these issues come to the foreground about related organizations.

1. Giriş

Refah seviyelerinin yükselmesi, ücretli izin haklarının yaygınlaşması, gelir seviyelerinin artması, boş zaman kavramına bakış açılarının zamanla değişmesi gibi birçok unsur, insanların turizm endüstrisi içerisinde daha fazla yer almalarına,

turistik hareketlerin artmasına, dolayısıyla da turizmin hızla gelişmesine katkı sağlamıştır. Turizm faaliyetlerine katılımların artması ile endüstri içerisinde yer alan tüm paydaşların birtakım sorumlulukları ve ihtiyaçları doğmuştur. Bu doğrultuda, ilgili paydaşların belli bir kalitede hizmet vermek, almak ve ortak hareket edebilmeleri konularında birtakım düzenlemelere

*Bu makale 17-19 Nisan 2019 tarihleri arasında Artvin’de düzenlenen “Artvin Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi (AICOSS 2019)” adlı kongrede sözlü bildiri olarak sunulmuş ve kongre özet bildiri kitabında basılmış “Turizm Endüstrisinde Faaliyet Gösteren Yerli Örgütlerin Global Turizm Pazarlamasındaki Rolü” başlıklı bildirinin genişletilmiş halidir.

**Sorumlu yazar /Corresponding author.

Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, ceyhunakyol@artvin.edu.tr, 0000-0001-5542-7309

gidilmesi gerekliliği ile işbirliği ve koordineli bir yapılaşma zorunluluğu ortaya çıkmıştır (Akay vd., 2014: 7). Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların birbirleri ve tüketicileri ile olan ilişkileri neticesinde ulusal ve uluslararası düzeyde birtakım kurallar konulma ihtiyacı doğmuştur.

Turizm endüstrisindeki tüm paydaşların; konaklama, seyahat, ulaştırma, yiyecek içecek, eğlence ve ilgili diğer işletmelerin kendi aralarında ulusal ve uluslararası boyutlarda birlik ve beraberlik içerisinde hareket ederek örgütlenmeleri 1930'lu yıllara dayanmaktadır (Mısırlı, 2010: 79). Turizm yönetiminde yer alan başlıca aktörler; devlet, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör bünyesinde faaliyet göstermektedir. Ayrıca, ortak hedef ve çıkarlar doğrultusunda bir araya gelen ve bunları gerçekleştirmek üzere gruplaşan birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon gibi birtakım topluluklar da endüstri içerisinde yer almaktadır (Kara & Çavuş, 2014: 477). İlgili kurum ve kuruluşlar ülkenin turizm ile ilgili politika, planlama, pazarlama, kalkınma, araştırma, eğitim, enformasyon, halkla ilişkiler (Sarı & Kozak, 2005: 249), geçmiş dönem göstergelerini inceleme ve gelecek yıllara ilişkin tahminleme (Turanlı & Güneren, 2003: 2) gibi konularda aktif olarak rol almaktadır. Çalışma kapsamında ilgili kuruluşlar global turizm pazarlaması çerçevesinde incelenmiş, nitel araştırma yöntemi ve literatür taraması tekniği kullanılmış, devamında ikincil verilerden yararlanarak kavramsal analiz yapılmıştır.

2. Literatür Taraması

Türk Dil Kurumu'na göre (2020) birlik; belli bir topluluğun yararlarını korumak için kurulmuş dernek, örgüt ise; "ortak bir işi veya fiiliyatı gerçekleştirmek amacıyla bir araya gelmiş kişi veya kurumların oluşturduğu birlik, teşkilat, teşekkül" olarak tanımlanmaktadır. İlgili kaynakta diğer kurum ve kuruluşlarla ilgili kavram tanımları incelendiğinde dernek; belirli ve ortak amaç doğrultusunda kurulan yasal topluluk, federasyon; farklı kuruluşları aynı alanda bir araya getiren dayanışma birliği, vakıf; toplum yararına çalışma amaçlı, kişiler tarafından kurulan kuruluş, konsey; bazı konuları görüşme ve tartışma amaçlı toplanan kurul, komisyon ise alt kurul şeklinde ifade edilmektedir.

Turizm endüstrisi penceresinden bakıldığında bu kuruluşların tanımlarında genel anlamda "turizmle ilgili amaçları belirleme, gerçekleştirme, uygulama ve denetleme fonksiyonlarını yerine getiren yapılar" ifadesi kullanılmaktadır (Mercan, 2015: 6). Turizm kuruluşu; ilgili faaliyetleri organize eden, koordinasyonu sağlayan, kamu, yarı kamu ve özel sektörün turizm amaçları doğrultusunda hizmet eden, etkinliklerini bir araya getirip politika oluşturan bir yapı veya organizasyondur (Akay, 2009: 18). Turizmle ilgili kuruluşların kurulma amaçları arasında; endüstrideki hızlı gelişmeler karşısında ortaya çıkan veya çıkabilecek sorunların çözümünde aktif rol oynamak, ilişkili oldukları faaliyet alanlarında belirli amaçlara hizmet etmek ve endüstrinin kalkınmasına doğrudan ya da dolaylı olarak hizmette bulunmak yer almaktadır (Kaya, 2009: 205).

3. Yöntem

Çalışmada, Türkiye'de kamu alanında ve özel sektör bünyesinde faaliyet gösteren turizm kuruluşları ile uluslararası

alanda faaliyet gösteren turizm kuruluşlarının tanım, amaç, görev ve fonksiyonları hakkında bilgiler verilerek ilgili kuruluşların turizm endüstrisine yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası katkı ve etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Algı ve olayların gerçekçi ve bütüncül bir şekilde doğal ortamlarında araştırılan nitel araştırmalarda gözlem, görüşme, literatür taraması gibi veri toplama teknikleri kullanılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008: 39). Çalışmada; gerçek ve sanal kütüphane, kitap, arşiv, dergi, tez, istatistik, süreli yayın, ansiklopedi, sözlük, rapor, internet ve broşürlerin yer aldığı (İslam, 2013: 36) ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bilgi edinmenin temel iki yolundan biri olan ikincil veriler, betimleyici ve açıklayıcı çalışmalarda kullanılmakta olup (Coşkun vd., 2017: 81) araştırılan konu ile ilgili yapılan çalışmalardan elde edilen veri setleridir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak literatür tarama tekniği kullanılmıştır. Araştırmacının konu ile ilgili kaynak ve yayınlar hakkındaki incelemelerden oluşan (Özpolat & Bay, 2015: 202) veri toplama tekniği kapsamında temel anahtar kelimeler tespit edilmiş (turizm endüstrisi, ulusal ve uluslararası kuruluşlar ile turizm pazarlaması) ve çalışma çerçevesi bu kelimeler etrafında çizilmiştir.

4. Bulgular

Literatür taraması tekniği ile elde edilen veriler doğrultusunda; Türkiye'de faaliyet gösteren turizm kuruluşları (kamu-özel sektör), uluslararası alanda faaliyet gösteren turizm kuruluşları, Avrupa Birliği ve turizm ilişkisi, Avrupa Birliği'nde faaliyet gösteren turizm kuruluşları ile ilgili bilgilendirmeler yapılarak ulusal ve uluslararası turizm kuruluşlarının turizm endüstrisine katkı ve etkileri hakkında tespitlerde bulunulmaktadır.

4.1. Türkiye'de Faaliyet Gösteren Turizm Kuruluşları

Türkiye, Avrupa ve dünya genelinde değişim, gelişim ve ilerleme kaydeden farklı endüstriler, bünyelerinde faaliyet gösteren kuruluşların işbirliklerini artırmış, koordineli ve organize bir biçimde hareket edilme gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu doğrultuda farklı endüstrilerde yer alan kuruluşlar, ortak amaçları doğrultusunda birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon gibi örgüt ve organizasyonlar kurmuştur. Dünya ve Avrupa genelinde seyreden bu gelişme tüm ülkeleri etkilemiş, Türkiye turizm endüstrisinde de benzer kuruluşlar oluşturulmuştur.

Birbirini tamamlayıcı nitelikte olan konaklama, seyahat, yiyecek içecek, ulaştırma, eğlence gibi birçok sektörü kapsayan turizm endüstrisinde ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel sonuçlar dikkate alınarak çok sayıda ve farklı alanlarda kuruluş oluşumuna gidilmiştir. Kamu ve özel sektör olarak iki grupta toplanmanın mümkün olduğu (Kuşluvan, 2016: 196) bu kuruluşlar hakkındaki bilgiler, çalışma kapsamında kurumsal web sayfaları aracılığıyla derlenmiştir.

4.1.1. Kamuda Faaliyet Gösteren Turizm Kuruluşları

Ülkenin kültürel ve turistik değerlerinin tanınırlığını artırmak amacıyla her türlü olanak ve araçlardan yararlanarak

ilgili tanıtma hizmetlerini yürütme görevlerinin yanı sıra mevcut destinasyonları tanıtmak, geliştirmek, değerlendirmek ve benimsetmekle yükümlü olan turizm kuruluşları (Yücekayalar, 2018: 1075), zaman zaman da üyeleri lehine dışa dönük baskı ve güç unsuru haline gelmektedir (Özçoban, 2010: 35). Kamuda faaliyet gösteren turizm kuruluşları; doğrudan devlet kurumu olan Kültür ve Turizm Bakanlığı ile kamu kurumu niteliği taşıyan Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği ve Turist Rehberleri Birliği'dir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı: Kuruluş amacı; ülkenin turizm açısından elverişli bütün imkânlarını, ülke ekonomisine katkıda bulunacak ve toplumun sağlıklı bir biçimde dinlenmesini sağlayacak şekilde değerlendirmek, turizm endüstrisinin gelişimi, pazarlanması, teşvik ve destek edilmesi yönünde önlemler almak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek ve işbirliğinde bulunmaktır. Kuruluşun görevleri arasında; milli, manevi, tarihi, kültürel ve turistik değerleri araştırma, geliştirme, koruma, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirme, turizm yatırımları ile ilgili taşınmazları temin etme ve gerektiğinde kamulaştırma, kültür ve turizm alanlarındaki yatırım, iletişim ve gelişim potansiyelini değerlendirme ile Türkiye'nin turistik değer ve varlıkları ile ilgili tanıtıcı dokümantasyonu hazırlama ve hazırlatma işlemleri yer almaktadır (Şayır, 2010: 45; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB): Seyahat acentaları; kendi haklarını koruma, ilgili alanlarda işbirliği yapma, rekabeti önleme, nitelikli personel yetiştirmeye yardımcı olma gibi amaçlarla, 1972 yılında yürürlüğe giren 1618 sayılı "Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu" kapsamında bir mesleki birlik olarak kurulmuştur (Hacıoğlu, 2006: 54). Birliğin temel amacı, seyahat acentacılığı mesleği ve faaliyet alanının temelini oluşturan turizm endüstrisinin gelişimine katkıda bulunmaktır. İlgili kanun ve yetkiler çerçevesinde mesleki disiplinin sağlanması, mesleğin gelişimine ilişkin faaliyetler, acentalar ve diğer paydaşlarla ilgili sorunların çözümü yönünde yapılan çalışmalar, TÜRSAB'ın hizmet alanı içinde yer alan önemli işlevler arasındadır (TURSAB, 2020).

Türkiye'de toplam 12.217 seyahat acentası olup (22.11.2020) bunların 12.045'i A grubu, 54'ü B grubu, 118'i ise C grubu hizmet vermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Yasa gereği seyahat acentacılığı faaliyetinde bulunabilmek için TÜRSAB'a üyelik zorunlu hale getirilerek Türkiye'deki acentacılık faaliyetlerine düzenleme getirilmesi amaçlanmıştır (Demirkol & Oktay, 2004: 88). Beşiktaş/İstanbul merkezli hizmet veren birlik, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) üyesidir.

Turist Rehberleri Birliği (TUREB): 6326 sayılı Turist Rehberleri Meslek Kanunu çerçevesinde oluşturulan birlik, 2012'de kurulmuştur. Ülke turizmde tüm birimleri ile rehberlerin daha etkin rol alması, ülkenin kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılması, yasa dışı rehberlik faaliyetlerinin önlenmesi amacıyla çalışan kuruluş, Çankaya/Ankara merkezli hizmet vermektedir (TUREB, 2020).

4.1.2. Özel Sektörde Faaliyet Gösteren Turizm Kuruluşları

Sadece kuruldukları bölgelere veya destinasyonlara yönelik değil, tüm ülke ve dünya turizmüne yön vermeye

çalışarak rehberlik etme, alan araştırmaları gerçekleştirme, bilgi ve veri değerlendirmesi yapma gibi çalışmalarda bulunan organizasyonu ifade eden turizm kuruluşları (Gümüş, 2008: 8), özel sektörde 5253 sayılı Dernekler Kanunu ile 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu doğrultusunda kurulmuştur. İlgili birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf ve konseyler, faaliyet gösterdikleri alanlara yönelik gerçekleştirdikleri etkinliklerle bir ülkenin veya bölgenin turistik değerlerini potansiyel ziyaretçilere tanıtmaktadır (Yıldız vd., 2013: 4). Konu ile ilgili Türkiye'de faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar arasında öne çıkanları şunlardır;

Türkiye Otelciler Birliği (TUROB): Birliğin kuruluş amaçları; turizmle ilgili konular üzerinde çalışarak tespit edilen sorunlarla ilgili bilimsel ve pratik çalışmalar gerçekleştirmek, bu doğrultuda çözüm önerileri oluşturmaktır. 1971 yılında dernek statüsü ile kurulan, 1983 yılında birlik unvanı alan kuruluş, 2015 yılına kadar faaliyetlerine "Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği" unvanıyla devam etmiş ve 2015 yılından itibaren "Türkiye Otelciler Birliği" olarak hizmet vermektedir. Şişli/İstanbul merkezli faaliyet gösteren kuruluşun diğer faaliyetleri arasında; birlik faaliyetlerini ve katıldığı toplantıları haber bülteni yapmak, her ayın son perşembe akşamı üyelerine yönelik bilgilendirme ve dayanışma yemeği düzenlemek, valilikler ve belediyeler ile işbirliği içerisinde faaliyetlerde bulunarak turizm alanında liderlik yapmak yer almaktadır (TUROB, 2020). Ayrıca birlik UNWTO ve IH&RA üyesidir.

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED): Türkiye'de turizm alanında faaliyet gösteren yatırım ve işletmeleri temsil eden derneklerce oluşturulmuş bir organizasyon olan federasyon, Çankaya/Ankara merkezli faaliyet göstermektedir. 2005 yılında kurulan federasyon üye tesislerin, buldukları şehir veya çevresindeki derneklerden birine üye olmaları, bölgeye yönelik güncel haber ve gelişmelerden faydalanmaları konularında çalışmaktadır. Çankaya/Ankara merkezli faaliyet gösteren kuruluş, aynı zamanda UNWTO içindeki özel sektör temsilcilerinden oluşan grubun yönetim kurulu üyesidir (TUROFED, 2020).

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD): Kuruluş, Türkiye'de turizm endüstrisinin bir alanında yatırım yapan kişileri bir araya getirmekte ve bu yatırımcıları ilgili platformlarda temsil etmektedir. Kuruluş ayrıca; bölgesel teşvik, yatırım arazilerinin tahsisinde şeffaf sistem, sürdürülebilir turizm, kalite yönetimi hedefi, ekonomiye katkı, turizm master plan gibi konularda endüstriye katkı sağlamaktadır (TYD, 2020). 1988 yılında kurulan dernek, Levent/İstanbul merkezli faaliyette olup UNWTO içindeki özel sektör temsilcilerinden oluşan grubun yönetim kurulu üyesidir (TYD, 2020).

Turizm Gazeteci ve Yazarları Derneği (TUYED): Turizm endüstrisine yönelik yazılı ve görsel basın yayın organları mensubu gazeteci, yazar, editör, muhabir ve araştırmacıların 1996 yılında kurduğu bir dernektir (TUYED, 2020). Beyoğlu/İstanbul merkezli faaliyet gösteren kuruluşun amacı; turizmle ilgili haber yazan muhabir, yayın çıkaran yayıncı/editör, yazı yazar yazar ve araştırma yapan akademisyenlerin bilgi ve tecrübeleri ile endüstri ve genel kamuoyuna seyahat sektörü ile ilgili kurum ve kişilere sağlıklı bilgi akışını sağlayabilmektir (Kozak vd., 2009: 133).

Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV): Turizm kuruluşlarının temsilcileri, başkanları ve sektörel iş insanlarının yer aldığı vakfın kuruluş amaçları arasında; Türkiye'nin mevcut turizm potansiyel ve dinamiklerini harekete geçirerek işlerlik kazandırmak, turizm faaliyetlerinin ülke ekonomisine katkısını artırmak, turizm politikalarının oluşturulması ve uygulanmasına katkı sağlayabilmek gibi başlıklar söz konusudur. 1984 yılında kurulan, Fatih/İstanbul merkezli faaliyet gösteren vakfın diğer faaliyetleri arasında destinasyon özelinde pazarlama ve tanıtım yapma, bunlara yönelik olarak da kongre turizmini kullanma gibi etkinlikler yer almaktadır (TUGEV, 2020).

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu (TTOK): Kuruluş talimatını Mustafa Kemal Atatürk'ün verdiği kurum 1923 yılında kurulmuştur. Yıllarca kültür, turizm ve teknik alanlarında devlet birimi gibi görev yapan kuruluş, ülkenin ilk prospektüs, afiş, karayolu haritası, turist rehberleri gibi materyallerinin basımında öncülük etmiştir. TTOK ayrıca; dil kursları, tercüman rehber sınavları, turizm incelemeleri yazımı ve yayımlanması konularında ülkede ilk denemeleri olan kurumdur. Turizm kongre ve konferansları düzenleyen, ilgili mevzuat ve metotların turizm ihtiyaçları ile düşünülmesi yolunu açan kuruluş, 1923-1939 yılları arasındaki başarılı çalışmaları ile üyesi olduğu Uluslararası Turizm Birliği'nin (AIT) İstanbul'da toplanmasını sağlamış, Dolmabahçe Sarayı'nın tarihinde ilk kez turizme açılmasına katkıda bulunmuştur. 1960'lı yıllarda kadrosu yenilenen kuruluş, teknik yol yardımı servisi, turistlere kredi açılma sistemi, renkli ve yabancı dillerde kitapların yayımı ve enformasyon hizmetlerinin verilmesi gibi konulara da öncülük etmiştir. Kuruluş günümüzde Sarıyer/İstanbul merkezli faaliyet göstermektedir (TTOK, 2020).

Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği (POYD): 1992 yılında Antalya'da kurulan derneğin amacı; otelcilik sektöründe profesyonelliği geliştirerek yöneticiler arasında yardımlaşma ve iletişim ağını kuvvetlendirmek, yönetici sorunlarına ortak çözümler arayarak yöneticilerin gerçek rolünü ve değerini bulmasını sağlamaktır (Aksöz, 2010: 78). Muratpaşa/Antalya merkezli faaliyet gösteren dernek ayrıca, üyelerinin beden ve ruh sağlığını koruyucu ve geliştirici tedbirler alma yönünde de çalışmalarda bulunmaktadır (POYD, 2020).

4.2. Uluslararası Alanda Faaliyet Gösteren Turizm Kuruluşları

Dünyadaki en hızlı gelişen endüstrilerden biri olan turizme katılan kişi sayısı her yıl hızla artmaya devam etmektedir. WTO verilerine göre 1950 yılında dünyada 25 milyon kişi uluslararası turizme katılırken, bu sayı 1980'de 277 milyon, 1995'te 528 milyon, 2011'de 983 milyon, 2013 yılında 1.09 milyar, günümüzde ise 1,4 milyar kişi olmuştur (World Tourism Organization, 2019: 2). 2030 yılı tahminlerine göre ise, uluslararası turizme katılan kişi sayısının 1,8 milyar olması beklenmektedir (Bethapudi, 2013: 69). Turizm endüstrisi, dünyadaki birçok ülkenin iktisadi kalemleri içerisinde önemli bir alan oluşturmaktadır. Ülkeler, sahip olduğu turizm potansiyelinden azami derecede istifade edebilmek için yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası çapta örgütlenme çabası içerisine girmektedir (Yavuz & Karabağ, 2007: 12). Bu örgütlenme içerisinde yer alan turizm kuruluşları, endüstride çeşitli

alanlarda gereksinim duyulan düzenlemelerin oluşturulması ve gelişim sağlanması için çaba göstermektedir (Kurgun, 2008: 11).

Konu ile ilgili dünyada uluslararası alanda faaliyet gösteren turizm kuruluşları arasında dünya turizmi, hava taşımacılığı, sivil havacılık, seyahat acentaları, turist rehberleri, tur operatörleri, otel ve restoranlar, kongre ve toplantılar, tur yöneticileri ve turizm eğitimi ana temalı birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon statüsünde hizmet veren kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Dünya genelinde hizmet veren bu organizasyonlar arasında öne çıkan turizm kuruluşları şunlardır;

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization - UNWTO): Uluslararası turizm ve seyahat alanında faaliyet gösteren Birleşmiş Milletler (BM) uzman kuruluşu olan örgüt; turizm politikası, istatistik ve bilgi üretimi konularında global bir forum işlevi görmekte olup dünya genelinde erişebilir ve sürdürülebilir bir anlayışla turizmi geliştirmek amacı taşımaktadır. 1925 yılında kurulan ve 1969 yılında şekillenen örgütün merkezi Madrid/İspanya'dadır (UNWTO, 2020). Kalkınma için iş birliği, eğitim ve öğretim, çevre ve planlama, turizm hizmetlerinin kalitesi, istatistikler ve pazar araştırması ile haberleşme ve dokümantasyon faaliyetlerini temel alan çalışmalar içerisinde bulunan örgütün yer aldığı ve desteklediği birçok proje bulunmaktadır (İçöz, 2016: 42). Hızla büyüme kaydeden turizm endüstrisinin geleceğinin garanti altına alınması, endüstrinin iktisadi kalkınma, barış ve uluslararası karşılıklı hoşgörüyü katkısının artırılması sağlamak amacıyla kabul edilen "Küresel Turizm Etiği" bu projelere örnek global bir çalışmadır (Hazar, 2010: 205). Dünyadaki 159 ülke, örgüte olmakla birlikte, 6 ortak üye, 2 de gözlemci ülke bulunmaktadır. Türkiye'nin bu organizasyona katılım yılı ise 1975'tir (UNWTO, 2020).

Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (International Air Transport Association - IATA): Sadece havayolu şirketlerinin üye olabildiği, uluslararası bir ticaret kuruluşu olan birlik, üyeleri aracılığıyla dünya hava trafiğinin % 83'ünü temsil etmekte olup havacılık aktivitelerinin birçok alanını ve havacılık endüstrisinin temel konularını şekillendirmektedir. Havayolu hizmetini geliştirmek ve bu doğrultuda ilgili maliyetleri azaltabilmek birliğin en önemli amacı olmuştur. 1945 yılında kurulan, merkezi Montreal/Kanada olan birlik (IATA, 2020), üyelerini havayolu şirketleri ve havaalanları, seyahat acentaları ve turizm endüstrisinin aracı kuruluşları, nakliye şirketleri ve yan hizmetler sunan diğer şirketler olmak üzere dört gruba ayırmaktadır (Çolakoğlu & Çolakoğlu, 2007: 118). Birliğin temel amaçlarından biri de havayolu işletmelerini uluslararası platformda temsil etmek, onlarla ilgilenmek ve Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (ICAO)'ne karşı bir marka ağırlığı yaratmaktır (Doganis, 2002: 39).

Uluslararası Sivil Havacılık Örgütü (International Civil Aviation Organization - ICAO): 1944 yılında kurulan, merkezi Montreal/Kanada'da yer alan örgüt, BM'nin yasal havacılık kuruluşu olarak kabul edilmektedir. ICAO'nun amaçları; uluslararası sivil havacılığın güvenli ve düzenli gelişmesi, barışçıl çerçevede uçak üretimi ve tasarımı, uluslararası sivil havacılığa hizmet edebilecek havayolu işletmeleri, havaalanları ve havacılık sistemlerinin gelişimi, güvenli, verimli ve ekonomik bir hava

taşıma sistemi, haksız rekabeti önleme, üye haklarını garanti altına alma, uluslararası hava taşımacılığında uçuş güvenliği için önlemler alma ve uluslararası sivil havacılığa yönelik konuları ve gelişmeleri desteklemektir (ICAO, 2020). Kuruluş, uluslararası hava dolaşımı teknik ve prensipleri geliştirerek uluslararası hava taşımacılığının planlanması ve gelişmesine yardımcı olmaya çalışmaktadır (Mackenzie, 2010: ix).

Dünya Seyahat Acentaları Birliği (World Association of Travel Agencies - WATA): Karşılıklı işbirliği ve global ağ üzerinden seçkin seyahat acentalarının profesyonelleşme ve kârlılıklarına odaklanan, dünya genelinde hizmet veren bir organizasyondur. WATA'nın temel felsefesi; yerel acentalara uluslararası bağlantılar sağlamak, uluslararası bir birliğe üye olmanın sağlayacağı her türlü imkân ve avantajları sunmaktır. Merkezi La Rippe/İsviçre'de yer alan birlik, 1949 yılında Fransa, İtalya, Belçika ve İsviçre ülkelerinden 8 profesyonel seyahat acentası tarafından kurulmuştur (WATA, 2020). Birliğin öncelikleri arasında; uluslararası seyahat acentaları ve kurumları temsilen müzakere etmek, bu kurum ve kuruluşların endüstri içerisindeki saygınlığını sağlamak, korumak ve ulusal birliklere yardımcı olmak yer almaktadır (Medlik, 2003: 198).

Dünya Seyahat Acentaları Birlikleri Federasyonu (United Federation of Travel Agents' Associations - UFTAA): Turizm endüstrisinde yer alan seyahat acentalarını temsil eden dünya çapında bir birlik olan UFTAA, acentalar için bir çeşit danışman statüsüne sahiptir. Turizm endüstrisinin sürdürülebilirliği için diğer birlik, dernek ve federasyonlarla yakın işbirliği içinde çalışmakta olan federasyon, 1966 yılında Roma'da kurulmuş olup merkezi Kanada'dadır (UFTAA, 2020). Seyahat acentası ve otel birlikleri ile seyahat acentaları arasındaki ilişkileri birtakım kurallara bağlamak, üye çıkarlarını korumak, çıkabilecek sorunlara çözüm üretebilmek gibi işlemler federasyonun amaçlarındandır. 2017 yılında İstanbul'da Global Turizm Ofisinin de açıldığı kuruluşun üyeleri arasında TÜRSAB da bulunmaktadır (Mısırlı, 2010: 87)

Dünya Turist Rehberleri Birlikleri Federasyonu (World Federation of Tourist Guide Association - WFTGA): Kuruluşun üyeleri; turist rehberleri birlikleri, herhangi bir birliğe üyeliği bulunmayan bireysel turist rehberleri ve tur operatörlerine veya üniversitelere bağlı olan turist rehberlerinden oluşmaktadır (Weiler & Black, 2015: 179). Federasyon ayrıca, dünyadaki tüm turist rehberleri arasında iletişim sağlamayı ve bunların profesyonelliklerini daha güçlü hale getirmeyi amaçlamaktadır (Orakwue, 2007: 181). WFTGA'nın hedefleri; mesleki bağları güçlendirmek için dünya genelinde turist rehberliği ile ilgili birlik, kişi ve turizm eğitim kurumları ile bağlantı kurma, uluslararası profesyonel turist rehberlerinin haklarını korumak için temsil etme, meslek imajının artırılması ve tüm bölgelerde alana özgü yerel turist rehberlerinin kullanılmasının teşvik edilmesi konularıdır. 1987 yılında kurulan federasyonun merkezi Viyana/Avusturya'dadır (WFTGA, 2020).

Uluslararası Tur Operatörleri Federasyonu (International Federation of Tour Operators - FTO): İngiltere merkezli faaliyet gösteren tur operatörlerinin kurduğu bir örgüt olan FTO, çalışmalarında özellikle sorumlu turizm, sağlık, hijyen ve güvenlik konularını ön plana çıkarmaktadır. İngiltere,

Avrupa Birliği ve diğer destinasyonlardaki diğer kuruluşlarda lobi faaliyetleri uygulayarak endüstriyel ilişkiler kurma, kısa ve uzun dönem stratejiler geliştirmeyi amaçlamaktadır (Altıntaş, 2011: 41). FTO, tur operatörlerini kullanan kişiler adına, kalkış noktasından varış noktasına kadar olan yolculukları boyunca tatillerini etkileyen tüm gelişmeleri takip eder. Temel hedeflerinden biri, üyesi olan tur operatörlerinin ülkelerindeki hükümetlerle bizzat temas noktası oluşturmaya çalışmaktır. 1967 yılında kurulan federasyon büyük İngiliz tur operatörlerinden oluşmaktaydı. 2008 yılında ABTA (Association of British Travel Agents) ile birleşen federasyonun merkezi Londra/İngiltere'dedir (ABTA, 2020).

Uluslararası Otel ve Restoran Birliği (International Hotel and Restaurant Association - IH&RA): Ulusal ve uluslararası otel ve/veya restoran zincirleri ve birlikleri ile bağımsız otel ve restoran işletmecilerinden oluşan IH&RA, ayrıca endüstrinin servis sağlayıcı ve destekleyicileri, eğitim enstitüleri, sektör danışmanları ile konaklama, seyahat ve turizm birliklerini de içerir. Üyeleri için endüstriyi yakından takip eden kuruluş; denetleme, iş ağı bağlantıları geliştirme ve üyelerini sektör ile ilgili olarak gerekli zamanlarda ve gerekli şekilde bilgilendirme konularında da faaliyet göstermektedir. Birlik ayrıca, ağırlama endüstrisinin dünya çapında tanınması, zararlı ve maliyetli yatırımlara karşı endüstrinin düzenlenmesi gibi durumlar için de lobi faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. 1947 yılında kurulan birliğin merkez teşkilatı Cenevre/İsviçre'dedir (IH-RA, 2020). Birliğin temel amaçları arasında; konuksevirlilik kavramını korumak, gelişmesine destek vermek ve dünya çapında 300 bin otel, 8 milyon restorandan oluşan, 60 milyon çalışanın yer aldığı ve küresel ekonomiye 950 milyar dolar katkı sağlayan endüstriyi bilgilendirmek yer almaktadır (Charles, 2002: 142).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (World Travel and Tourism Council - WTTC): Turizm ve seyahat alanında faaliyet gösteren şirket sahipleri, CEO'ları, başkanları ve yöneticilerinin bir araya gelmesi ile oluşan WTTC, turizm endüstrisini dünya genelinde her yönüyle temsil eden tek topluluktur. Konseyin misyonu; turizm ve seyahat hareketlerinin ekonomik ve sosyal öneminin farkındalığını artırmak, hükümetle birlikte çalışarak endüstrinin önünü açmak, yeni iş alanları oluşturmak ve bu doğrultuda başarı sağlamaktır. 1990 yılında kurulan konseyin merkezi Londra/İngiltere'dedir (WTTC, 2020).

Uluslararası Kongreler ve Toplantılar Birliği (International Congress and Convention Association - ICCA): En önemli amacı; hızla gelişen ve uluslararası toplantı pazarını da barındıran seyahat endüstrisine doğru ve etkin bir biçimde girmenin yollarını bulmak ve pazarda bilgi alışverişinde bulunmak olan ICCA kongre, seminer ve toplantı sektörleri için evrensel bir komite niteliğindedir. Önemli rekabet avantajları oluşturma ve bunların devamına olanak sağlama görev anlayışıyla üyeleri adına hizmet eden birlik, 1963 yılında kurulmuş olup Amsterdam/Hollanda merkezli çalışmaktadır (ICCA, 2020). Birliğin görev tanımına göre, ICCA toplantı endüstrisi için küresel bir topluluktur ve üyelerine önemli rekabet avantajları oluşturmaya ve devam ettirmeye olanak sağlar (Rogers, 2008: 290). 1993 yılı olağan kongresini İstanbul'da gerçekleştiren ICCA, dünyanın farklı ülkelerinde temsilcilikler bulundurmakla beraber, uluslararası

kongre pazarındaki gelişmeleri takip eden bir bilgi merkezine de sahiptir. Üyelerinin beklenti ve taleplerini yakından takip eden merkez, ilgili paydaşlara ihtiyaç duydukları bilgileri hazırlayıp sunmaktadır (Ayman, 2010: 39).

Uluslararası Tur Yöneticileri Derneği (International Association of Tour Managers - IATM): Dünyanın her destinasyonunda tur yöneticileri ile ilişkiler sağlamaya çalışan derneğin temel amacı, uluslararası toplantılarda turizm kuruluşlarının tur yöneticilerini temsil etmek, turizm basını aracılığı ile tur yöneticilerinin görüşlerini toplantı ve benzer etkinlikler aracılığı ile duyurmaktır. 1962'de 12 Avrupa tur yöneticisi tarafından kurulan birliğin merkezi Surrey/İngiltere'dedir (IATM, 2020). IATM üyelik listesi; eğitim seviyeleri doktora derecesinde olan, çeşitli yabancı dilleri konuşan, mimarlık ve mutfak gibi sanatlarda uzmanlaşan bireylerden oluşmaktadır (Sharma, 2006: 79).

Dünya Turizm Eğitimi Birliği (World Association for Hospitality and Tourism Education and Training): Turizm ve otelcilik genelinde, insan kaynakları özelinde tüm dünyada eğitim veren birlik, özellikle eğitim alanındaki turizm paydaşları arasındaki bağı güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Birlik; eğitim kuruluşları, turizm işletmeleri ve STK'lardan oluşan üyeleri ile iletişimi artıran, eğitim programları geliştiren, planlar uygulayan ve çözümler üreten uluslararası forum, bölgesel konferans ve proje gibi etkinlikler düzenlemektedir. Trélissac/Fransa merkezli kuruluş, Dünya UNWTO'nun girişimiyle 50 yıl önce faaliyetlerine başlamış olup 2017 yılından itibaren Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi tarafından "Özel Danışmanlık" statüsü elde etmiştir (AMFORHT, 2020).

4.2.1. Avrupa Birliği ve Turizm

Temelleri Paris (1951) ve Roma (1957) Antlaşmalarına dayanan birlik, Avrupa Topluluğu, Avrupa Ekonomi Topluluğu gibi adlarla anılmış, üyeleri arasında ortak bir pazar oluşturulması, ekonominin geliştirilmesi ve istihdam ile refah seviyelerinin yükselmesinin sağlanmasını hedeflemiştir (Büyükcçek, 2019: 22). 1995 ve sonrasındaki yıllarda Avrupa Birliği, üyelerine uygun bir turizm modeli üretmeye çalışmıştır. Birlik faaliyetlerinde kilit rol oynayan turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler desteklenmiş, turizme yönelik teşvikler artırılmıştır (Cünedioğlu, 2001: 1). Avrupa Birliği'nin ekonomik büyüme, istihdam ve sosyal kalkınma konuları üzerinde geniş kapsamlı bir etkisi söz konusudur. Turizm, üye ülkelerin özellikle ekonomik sıkıntı ve işsizlikle mücadelelerinde adeta sarıldıkları bir endüstridir. Birlik, turizm endüstrisinde yer alan tüm paydaşlara yönelik politika ve eylem çalışmalarını sürdürmektedir (European Union, 2020). Bu doğrultuda kuruluşun idealleri arasında; kaliteli yaşayabilme, ekolojik kaynakların etkin kullanımı, çevresel bozulmalara önlem alınması ve sürdürülebilir kalkınma konuları ön plana çıkmaktadır (Akın, 2018: 172).

27 ülke ve 447.7 milyon nüfus ile dünyanın en gelişmiş kıtalarından birinde yer alan AB'de tatil turizmi konsepti bireyler arasında kalıplaşmış durumdadır. Birlik sınırları içerisinde herhangi bir kriz olması halinde bile Avrupalı turist tatil iptali yerine farklı bir destinasyon arayışında bulunmaktadır. Günümüz turizm endüstrisinde doğal, kültürel ve tarihi güzellik

ve değerleriyle dünyada birçok destinasyondan daha çeşitli turistik ürün yelpazesine sahip olmasına karşın Türkiye turizmi dünya genelinde tam olarak istenen payı alamamaktadır. Bu durumun temel nedeni, benzer destinasyonlara oranla turistik ürünlerinde yeteri kadar ve istenilen düzeyde farklılık yaratamamasıdır (Kaşlı, vd., 2009: 92).

Avrupa Birliğinde Faaliyet Gösteren Turizm Kuruluşları

Avrupa ülkeleri kültürel, sosyal, tarihi ve turistik açılarından çeşitliliği ile aralarındaki farkları korumalarına karşın birçok ortak değere sahiptir. Seyahat ve boş zaman faaliyetleri, birey ve toplumlar arasındaki etkileşim ve bütünleşme açısından önem arz eden bir durumdur (Demirkol & Çetin, 2014: 124). Farklı alanlarda yenileşme ve yaratıcı hamleleri ve adımları, Avrupa Birliği'ne üye olan ülke vatandaşlarını farklı amaçlarla da olsa sık sık bir araya getirebilmektedir. Avrupa kimliğinin güçlenmesi, Avrupa değerlerinin uluslararası sahnede savunulması ve tanıtılması amacıyla bazı birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon gibi kurum ve kuruluşlara ihtiyaç duyulmuştur. Bu amaç ve doğrultuda kurulan kurum ve kuruluşlar arasında Avrupa genelinde öne çıkan turizm kuruluşları şunlardır;

Avrupa Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri Birliği (The European Travel Agents' and Tour Operators' Associations - ECTAA): Birlik, Avrupa'da faaliyet gösteren seyahat acentaları ve tur operatörlerini yasal alanlarda koruma, haklarını arama, AB içinde etkili bir lobi oluşturma ve karar alma organlarında görevler üstlenme gibi konularda aktif bir biçimde çalışmaktadır (Altıntaş, 2011: 41). Avrupada faaliyet gösteren seyahat acentaları ve tur operatörlerinin sözcüsü konumundaki ECTAA, 1961 yılında kurulmuş olup Brüksel/Belçika merkezli hizmet vermektedir. Farklı ülkelerden üyelerin yer aldığı birliğe, TURSAB'ın da üyeliği bulunmaktadır. Birliğin görevleri; turizm endüstrisi ve ilgili paydaşlarını (seyahat acentaları, tur operatörleri) doğrudan etkileyecek kanun önerilerini veya kanuni olmayan girişimleri takip etmek, Avrupadaki turizm ile ilgili organizasyonlar hakkında üyelerini düzenli bir biçimde bilgilendirmek, Avrupada ve uluslararası alanda ticaret ile ilgili karar alma birim ve organlarının dikkatini çekmek olarak sıralanmaktadır (ECTAA, 2020).

Avrupa Turizm Birliği (European Tourism Association - ETOA): Avrupa'ya turist getiren operatörlerin sözcüsü konumunda olan ETOA'nın üyeleri arasında tur operatörleri, çevrim içi (online) seyahat acentaları ve servis sağlayıcıları bulunmaktadır. 1989 yılında kurulan ve Merkezi Londra/İngiltere'de bulunan birliğin amaçları; turizm endüstrisinde ve seyahat alanında alıcı ve satıcılar arasındaki ticari fırsatlar oluşturmak, Avrupa turizm mevzuatını etkilemek için veriler sunarak üyelere uygun bir iş ortamı yaratmak, turizm endüstri ve ilgili sektörler hakkında son gelişmelerden üyelerini haberdar etmektir (ETOA, 2020). Çalışma ve faaliyetlerini Avrupa sınırları içerisinde sürdürmekte olan kuruluş; kitle turizmi, çevrim içi turizm, sağlık turizmi ve güvenlik konularında araştırmalar yapmakta olup turizmle ilgili vergilendirme konularında da özel çalışma grupları oluşturmuştur (Altıntaş, 2011: 41).

Avrupa Seyahat Komisyonu (European Travel Commission - ETC): Kuruluş, Avrupa turizminin pazar ve

üye ülkeler arasındaki işbirliği üzerinde önemli role sahiptir. ETC; konaklama, hava yolu taşımacılığı ve turizmin gelişimi ve geleceği hakkında yıllık raporlar hazırlayarak kamuoyunu bilgilendirmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının da üyesi olduğu komisyon, 1948 yılında kurulmuş olup merkezi Brüksel/ Belçika'da yer almaktadır (ETC, 2020).

Avrupa Turist Rehberleri Kuruluşları Federasyonu (European Federation of Tourist Guide Associations - FEG): Merkezi Lizbon/Portekiz'de yer alan FEG, 1986'da Paris'te kurulmuştur. AB ülkelerinde turist rehberliği standartlarının belirlenmesi, rehberlerin eğitim ölçütleri, çalışma koşulları, hizmetlerin serbest dolaşımı prensibi çerçevesinde sorunların nasıl çözüleceği gibi konularda çalışmalar sürdürmektedir. Federasyonun amaçları; Avrupa turist rehberlerinin sesini duyurmak, turist rehberliğini tanıtmak, mesleki standart, kalite ve hizmet sunumunun oluşabilmesi için turist rehberi yetiştirme ve eğitime, karşılıklı yarar sağlama adına üyelerini toplantı, seminer, kongre gibi organizasyonlarla bir araya getirme şeklinde sıralanabilir. Komisyonunda Avusturya, Belçika, İtalya, Litvanya, Polonya, İspanya ve İngiltere'den üyelikler bulunmakla birlikte Türkiye'den de TUREB'in üyeliği bulunmaktadır (FEG, 2020).

Avrupa Otelcilik Okulları Birliği (Association of the Leading Hotels Schools in Europe - EURHODIP): Merkezi Sevilla/İspanya'da yer alan kuruluş, ilgili okullar tarafından verilen eğitim programlarının içeriklerine Avrupa boyutu kazandırmak, dünyada turizm ve otelciliğin gelişimine ve ilgili eğitime katkıda bulunmak amacıyla kurulmuştur. Avrupa ve dünyadaki otel ve turizm okulları için destek birliği düşüncesiyle 1988 yılında kurulan birlik, önceleri sadece Avrupa okulları için çalışırken, zamanla birliğe ilginin artması ve birçok okulun üyelik için başvurmasıyla çalışma ağı genişletmiştir (EURHODIP, 2020).

4.3. Ulusal ve Uluslararası Turizm Kuruluşlarının Turizm Endüstrisine Etkileri

Bir turizm kuruluşunun (birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon) görevleri arasında; yönetsel işler ve sorumluluk, ulusal turizm politikasını hazırlamak ve uygulamak, turizmle dolaylı ve dolaysız ilgili diğer kamu kuruluşları ile özel sektör çalışmalarında ilişki ve işbirliği sağlamak, ülke turizminin gelişimine yönelik araştırmalarda bulunmak, ulusal ve uluslararası planda turistik ürünlerin geliştirilmesi yönünde çalışmalarda bulunmak gibi maddeler yer almaktadır (Demirkol & Çetin, 2014: 22; Olal, 1990: 35). Aynı turistik ürünü veya destinasyonu farklı amaçlarla ulusal ve uluslararası turizm arenası ile potansiyel yerli ve yabancıları sunan, bilgilendiren, tanıtan turizm kuruluşları (Akar, 2008: 119), turist sayılarını ve turizm gelirlerini artırıcı amaçlar güderek (Kaplan, 2013: v) turizm hareketlerinin ekonomiye katkılarını destekleyici faaliyetler içerisinde bulunmaktadır.

Ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları birbirlerine, üyelerine ve paydaşlarına etkileşim ve eşgüdüm sağlamalarının yanı sıra endüstri aktörlerine yönelik tanıtım, altyapı, eğitim ve çevre konularında aktif derecede rol oynadıkları çalışma ve projeler içerisinde yer almaktadır (Aksöz, 2010: 51). İlgili kuruluşlar, ulusal anlamda hizmet veriyorsa ülkesine katkı

sağlamayı amaçlar, dünya genelinde faaliyet gösteriyor ise çalışma alanı olarak dünyayı ele alır. Turizm kuruluşları (birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon); istihdam, turizm yatırımları ve altyapı, turizm eğitimi, turizm pazarlaması, araştırma kaynağı bulma istatistik tutma, proje geliştirme, ürün fiyatlandırma, sürdürülebilir bölgesel turizm kalkınması ve destinasyon yönetimi konularına yönelik çalışmalarda bulunmakta olup, katkı ve etki alanları şu şekilde açıklanmaktadır;

İstihdam: İşgücü piyasasının şekillenmesi, çalışma süre ve şartları, alınan-verilen ücretler, değişen mesleki profiller, kariyer yollarının açılımı ve teşvik edilmesi, sendikal örgütlenme gibi konular turizmle ilgili kuruluşların önem verdiği, biçimlendirmeye ve katkı sağlamaya çalıştığı konular arasındadır (Boz, 2006: 43). Ulusal ve uluslararası turizm kuruluşlarının mevcudiyeti, turizm endüstrisindeki istihdam ve diğer gelişmeler açısından önem arz etmektedir. Sonuçta, istihdam oranlarındaki artış ve iyileşmeler, ülkelerin turizm politikalarında değişime etki edecek, milli gelir, ödemeler dengesi ve ihracat gibi konularda olumlu gelişimler sağlayarak turizm yatırımlarının artmasını sağlayacaktır. Bu kuruluşların ayrıca, istihdamla ilgili konularda yeni anlayışların oluşmasına ve belirli standartların kazanılmasında önemli derecede rol olma potansiyelleri bulunmaktadır.

Üstyapı (Turizm Yatırımı) ve Altyapı: Destinasyonların; konaklama ünitesi, seyahat birimi, yiyecek içecek firması, ulaştırma aktörü, eğlence işletmesi gibi üstyapı yatırımlarının yanı sıra yol, su, elektrik, kanalizasyon gibi altyapı unsurlarına da ihtiyacı olmaktadır. Zaman zaman oluşabilecek üstyapı ve altyapı ilişkilerinin kurulamaması, yatırım ve yatırımcıların yönlendirilememesi gibi aksaklıklarda turizm endüstrisinde hizmet veren, faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası kuruluşların devreye girmesi beklenmektedir. Bu girişimlerin oluşmasındaki amaçlar arasında; turizm endüstrisinin gelişmesine katkıda bulunmak, destinasyonu ziyaret eden yerli ve yabancı ziyaretçi sayılarındaki muhtemel artışın karşılığında hizmetlerin aksatılmadan karşılanabilmesine katkı sağlayabilmek yer almaktadır. Bu doğrultuda, destinasyona yönelik yatırım yapmak ve katkı sağlamak isteyen kişi ve kurumları doğru zamanlarda doğru yerlere yönlendirmek ve doğru kişilerle işbirliği yapılmasını sağlamak, destinasyonda veya bu alanda faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları ile ilgili beklentiler arasındadır.

Turizm Eğitimi: Ulusal ve uluslararası kapsamda ilgili bakanlık, sivil toplum kuruluşu, üniversite gibi kurum ve kuruluşların bünyelerinde veya ortaklığında turizm amaçlı eğitimler verilmektedir. Bu eğitimlerde; genel turizm, konuk iletişimi, yiyecek içecek, mutfak, destinasyon tanıtma, ev pansiyonculuğu, turizm bilinci oluşturma ve teknik gezi gibi konular yer almaktadır. İlgili kurum ve kuruluşların turizm eğitimi konusundaki ana amaçları; turizm endüstrisinde faaliyet gösteren konaklama, yeme-içme, seyahat, ulaştırma, eğlence ve ilgili diğer sektörlerdeki işletmelere nitelikli istihdam oluşturmaktır. Özellikle kırsal alanların gelişimi ile girişimcilik kavramının ön plana çıkması ve harekete geçme amacını esas alan eğitimlerin yerel ve bölgesel ölçekli ekonomik fayda sağlayıcı yönü de bulunmaktadır.

Turizm Pazarlaması: Ulusal ve uluslararası alanda hizmet veren turizm kuruluşları, üyelerine ve ilişki içerisinde

buldukları diğer paydaşlara piyasa durumu, pazar potansiyeli, müşteri istek ve tercihleri, rekabet faktörleri, markalaşma adımları gibi konularda bilgi ve yönlendirmelerde bulunmaktadır. Özellikle günümüz koşullarında küresel bir güç haline gelen internet uygulamaları ve sosyal medya pazarlama araçları, destinasyonların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine önemli derecede rol oynamaktadır. Ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları kurumsal internet uygulamaları ve sosyal ağları ile ilgili destinasyonun tanıtım ve pazarlama adımlarını yönlendirmekte ve etkin bir hal getirmektedir.

Araştırma Kaynağı ve İstatistik: Endüstride yer alan paydaşlar, turizm pazarından daha fazla pay elde edebilmek ve bu durumu sürdürülebilir hale getirmek adına geçmiş, mevcut ve gelecekle ilgili istatistikleri bilgilere büyük önem vermektedir. Destinasyonlara yönelik geçmiş bilgilerden yararlanarak mevcudiyeti koruma ve geliştirme düşüncesinin yanı sıra, geleceğe yön verme adına yapılan çalışma ve araştırmalar gerçekleştiren ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları, derledikleri raporlar, yaptıkları analizler ve hesapladıkları istatistiklerle destinasyonlar hakkında kamuoyu ve tüm paydaşlara bilgi vererek önemli çıktılar sunmaktadır. Elde edilen veri, analiz, rapor, tahminleme gibi bulgular destinasyondaki tüm aktörlerin mevcut durum ve gelecek faaliyetlerine yön vermektedir.

Proje Geliştirme: Turizm endüstrisi aktörlerine yönelik plan ve projeler geliştiren ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları, destinasyonların doğal, kültürel, sosyal ve tarihi değerlerini ön plana çıkartıcı, özellikle alternatif turizm kapsamında değerlendirilebilecek turizm ürünlerini geliştirici ve çeşitlendirici çalışmalar yürütmeyi amaçlamaktadır. Gerçekleştirilen veya hedeflenen projelerle yerli ve yabancı ziyaretçi sayılarının artışını sağlamayı amaçlayan turizm kuruluşları, bölgesel kalkınmayı destekleyerek iktisadi yaşantılara katkı sağlamaktadır. İlgili kuruluşların gerçekleştirdikleri veya gerçekleştirmeye çalıştıkları projelerin ana temaları genelde çevre, istihdam, sürdürülebilir turizm ve ekoturizm olmaktadır.

Ürün Fiyatlandırma: Pazarlama karması öğelerinden olan fiyat, işletme gelirlerini etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler (konaklama, yeme-içme, seyahat, ulaştırma, eğlence, diğer) satış gerçekleştirebilmek ve satışlarını artırabilmek amacıyla zaman zaman ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları ile işbirliği içerisine girmektedir. İlgili kuruluşlar, yerli ve yabancı ziyaretçilerle işletmeler arasında köprü kurma, her iki tarafı da memnun edici fiyatlar oluşturma, destinasyonlarda hizmet veren turistik olmayan işletmelere de katkı sağlama gibi adımlarla endüstri ve pazarda yer almaktadır. Özellikle hükümet ve yerel idarelerle işbirliklerine önem veren ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları değerlendirme ve yönlendirmelerini mevcut kanun ve yönetmelikler kapsamında yapmaktadır.

Sürdürülebilir Bölgesel Turizm Kalkınması: Ulusal ve uluslararası anlamda hizmet veren birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon statülerindeki turizm kuruluşları yerel ve bölgesel ölçeklerdeki yoksullukların azaltılması amacıyla kalkınma hamleleri gerçekleştirmektedir. İlgili turizm organizasyonları, dünya genelinde faaliyet gösteren

tüm turizm kuruluşlarıyla alternatif amaçlar doğrultusunda, meşru yöntemler kullanarak özellikle yoksul yerleşimlerde konu ile ilgili çözüm yaratıcı fikir ve çalışmalar kapsamında ortaklık yapmaktadır. Bu ortaklıklar, bölgelerin kültürel ve çevresel yapılarını korurken sürdürülebilir çözümler oluşturmada, toplum katılımı ile toplumsal faydalar üretmektedir (Kennedy & Dornan, 2009: 183).

Finansman Oluşturma: Finansal sürdürülebilirlik, özellikle destinasyonda faaliyet gösteren yerel ve bölgesel ölçekli işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri açısından önemlidir. Bu durum için ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar, ilgili işletmelere yönelik yeterli ve sürekli fon toplayarak yerel ve bölgesel işletmelerin para akışını çeşitlendirmeye ve yenilik yapmalarına imkân sağlamaktadır. Bu doğrultuda; destinasyonda faaliyet gösteren işletmelerin turizm gelirlerini çeşitlendiren, artıran ve finansal sürdürülebilirliği sağlayan bağış, personel gönüllülük programı, sosyal girişim, sosyal etki turu ve gönüllüler başlıklı finansman kaynakları değerlendirilmelidir (Galewska, 2018).

Destinasyon Yönetimi: Temelinde; destinasyonda yer alan farklı paydaşların çıkarlarını birleştirme, bu doğrultuda ortak karar alma, plan ve politikalar oluşturma ve tüm bu işlemlerle ilgili sürece tüm aktörleri dahil etme adımları olan destinasyon yönetimi, etkin bir biçimde organize edilebildiğinde paydaşların destinasyonla ilgili işbirliği ve iletişimini verimli hale getirecek bir yönetim sürecidir (Akyol, 2020: 15). Ülke turizminin gelişmesine katkıda bulunan ulusal ve uluslararası turizm kurum ve kuruluşları, destinasyon yönetimi organizasyonu içerisinde yer alarak ilgi, faaliyet alanları ve çalışmalarını doğrultusunda destinasyona ve paydaşlarına katkı sağlayacaktır. Yönetim içerisinde doğrudan veya dolaylı yer alan bu kurum ve kuruluşlar destinasyonun tanıtım ve pazarlama faaliyetleri başta olmak üzere yönetsel tüm uğraş, çaba ve çalışmaların içerisinde yer alarak, ilgili destinasyonun gelişimine katkı ve etki sağlaması beklenmektedir.

5. Sonuç ve Öneri

Turizm endüstrisindeki niteliksel ve niceliksel gelişmeler, küreselleşmenin de etkisiyle dünya genelinde hız kazanmıştır. Ülke refah düzeylerindeki artış, ulaşım imkânlarının çoğalması, iletişim teknolojisinde yaşanan değişim ve gelişmeler insanların gezme ve keşfetme duygu ve düşüncelerini etkilemektedir. Bu denli gelişme gösteren, dünya geneline yayılan turizm endüstrisinde ulusal ve uluslararası turizm kuruluşlarının örgütlenme süreci devam etmektedir. Ülkelerin iktisadi, sosyal ve kültürel durumlarını global anlamda etkileyen bir endüstride örgütlenme zaruri bir hal almıştır. Turizmin endüstriyel faaliyetlerinin yeryüzünün tamamına yayılması, değişik alan ve ölçeklerde, farklı konularda kurum ve kuruluşların organize olmasına, birlikte hareket etmesine sebebiyet vermiştir. Örgütlenmenin sağlam, etkin ve verimli olduğu bir endüstri yerel ve bölgesel ölçekte kalmayacak, ulusal ve uluslararası açılardan destinasyonlara katkı sağlayacaktır.

Çalışma kapsamında araştırılan ulusal ve uluslararası turizm kuruluşları, endüstri bünyesinde yer alan tüm aktör ve paydaşları yönlendirmekte, bilgilendirmekte ve iletişimlerini

kuvvetlendirmektedir. Turizm endüstrisine yönelik genel, konaklama, ulaştırma, pazarlama gibi konularda kurumsal anlamda üyeleriyle ve diğer kurumlarla işbirliği halinde olan kuruluşlar ulusal ve uluslararası çapta çalışma ve faaliyetler yürütmektedir. Konu ile ilgili ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde (Kırdar, 1997; Webster & Ivanov, 2007; Gümüş, 2008; Akay vd., 2014; Harman, 2014; Aksöz, 2015) turizm kuruluşlarının istihdam, turizm yatırımları ve altyapı, turizm eğitimi, turizm pazarlaması, araştırma kaynağı ve istatistikler tutma, turizm politikası, turizm değerlerini koruma, turistik ürün fiyatlandırma, sürdürülebilir turizm kalkınması, destinasyon yönetimi gibi konu başlıklarına etkileri bulunduğu görülmektedir.

İlgili turizm kuruluşları, destinasyonlara yönelik turizm pazarları kapsamında tüm paydaşları yönlendirerek konuya dâhil olmalarına gayret göstermekte, tespit ettikleri konularda çözümler üretmeye çalışmaktadır. Ayrıca konu ile ilgili tüm aktörlerin işbirliği yapmaları konusunda ortak fikirler üretmekte ve endüstri dışındaki kurum ve kuruluşları da konuya katkı sağlamaları adına ikna etme gayreti göstermektedir. Tüm bu adımlar, destinasyonlardaki turizm hareketlerinin verimli ve sürdürülebilir olma düşüncesi kapsamındadır. Resmi ve yetkili kurum ve kuruluşların destinasyonlarla ilgili gerçekleştirdikleri tanıtım ve pazarlama faaliyetleri zaman zaman yetersiz kalmakta, beklentileri karşılamada etkisiz olmaktadır. Bu gibi durumlarda ulusal ve uluslararası hizmet veren, faaliyet gösteren turizm kuruluşlarının devreye girmeleri, destinasyonlara bu yönde katkı sağlamaları beklenmektedir.

İlgili kurum ve kuruluşların tüm bu uğraş ve çabaların merkezinde; turizm kentlerine, destinasyonlara ürün ve hizmet aktarımını sağlamak, hızlandırmak ve bu doğrultuda farklı amaç ve yöntemlerle yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası katkı sağlama düşünceleri yatmaktadır. Bu kapsamda, bahsi geçen kuruluşlar; ilgili tüm paydaşların çıkarını gözetme, destinasyonlarla ilgili plan ve politika geliştirme, özel sektöre, yerel idareye ve hükümete destek olma, turizm temelli toplumsal projeler geliştirerek finansal kaynaklar oluşturma, turizm ve çevre bilinci konuları ağırlıklı yerel ölçekte çalışmalar yapan eğitim-öğretim destekli katılımlar oluşturma gayreti içerisinde olmalıdır.

Sonuç olarak Türkiye, Avrupa ve dünyada ulusal ve uluslararası anlamda birlik, örgüt, dernek, federasyon, vakıf, konsey, komisyon gibi statülerle hizmet veren ve faaliyet gösteren turizm kuruluşları genel çerçevede; üyeleri arasında işbirliği sağlamak, ilgili destinasyonu tanıtmak ve hizmet ağını genişletmek düşüncesiyle hareket etmelidir. Diğer yandan ilgili turizm kuruluşları stratejik ortaklıklar kurmak, bilgi teknolojileri kullanarak turizmi sosyal ve kültürel anlamda geliştirmek ve tüm bu konularla ilgili toplumsal ve finansal açılardan sürekli destek sağlama düşüncelerini de ön planda tutmalıdır. Bireysel ve kurumsal çıkarlardan uzak durarak destinasyonların gelişimi için çalışılmalı, sürdürülebilir turizm anlayışıyla hareket edilmelidir. Böylesine bir yaklaşım, destinasyonların gelişimine etki edecek, yerli ve yabancı ziyaretçilerin talep ve beklentilerinin karşılanması adına tüm paydaşlara katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akar, Ç. (2008). *Tanıtımda Yer Alan Aktörler, Tur Operatörlerinin Ülke Tanıtımındaki Yeri, Kültür ve Turizm Bakanlığı - Tur Operatörleriyle Birlikte Tanıtım Stratejilerinin Analizi*, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Akay, B. (2009). *Turizm Politika ve Planlamasının Kavramsal Analizi*, İçinde, O. Batman & O. Turkey (ed.), *Turizm Politikaları*, (ss. 13-24), İstanbul: Değişim Yayınları.
- Akay, B., Uslu, A. & Sancar, M. F. (2014). *Turizm Örgütlerinin Turizme Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(4), 6-14.
- Akın, S. (2018). *Avrupa Birliği'nin Çevre-Sağlık Konulu Bütünleşik Kamu Politikası Yaklaşımı ve İlgili Kurumları: AB Üyesi Ülkelerin Çevre Sağlığı Politikalarının Karşılaştırılması*, Iksad Publishing House: Gaziantep.
- Akkuş, G. (2018). *Kamu ve Özel Sektör Turizm Paydaşlarının Destinasyon Yönetimine Bakış Açısı: Erzurum Örneği*, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 557-573.
- Aksöz, E. O. (2015). *Destinasyon Pazarlama Örgütleri*, İçinde, D. Yüncü (ed.), *Destinasyon Yönetimi*, (ss. 38-64), Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Aksöz, E. O. (2010). *Turizm Pazarlamasının Organizasyonunda Destinasyon Pazarlama Örgütleri ve Türkiye İçin Uygun Örgüt Yapısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Akyol, C. (2020). *Doğu Karadeniz Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Bir Araştırma: Artvin Destinasyonu Örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Altıntaş, V. (2011). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, İçinde, İ. Ünlü (ed.), *Tur Operatörlüğü*, (ss. 36-45), Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Association of the Leading Hotels Schools in Europe. (2020). *About Eurhodip*, <https://www.eurhodip.com/about-eurhodip/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- Aydemir, B. (2008). *Türkiye'de Turizm Eğitimi: Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği*, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Aymankuy, Y. (2010). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonu*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara
- Bethapudi, A. (2013). *The Role of ICT in Tourism Industry*, *Journal of Applied Economics and Business*, 1(4), 67-79.
- Boz, C. (2006). *Dünyada Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyükcçek, M. (2019). *Teoriden Pratiğe: Avrupa Birliği*, Iksad Publications: Ankara.
- Charles, K. R. (2002). *Tourism and Hospitality Education and Training in the Caribbean*, İçinde, C. Jayawardena (ed.), *Future Human Resource Development Needs of the Caribbean Tourism Industry*, (s. 139-152), Jamaica: The University of West Indies Press.
- Coşkun, R., Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, 9. Baskı, Sakarya Kitabevi: Sakarya.
- Cünedioğlu, A. (2001). *Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Entegrasyonu Sürecinde Turizm Sektörüne Yönelik Teşvik Politikaları ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Çolakoğlu O. E. & Çolakoğlu, Ü. (2007). *Seyahat Acentaları Yönetimi*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Demirkol, Ş. & Çetin, G. (2014). *Turizm Politikaları ve Alternatif Yönetim Yaklaşımları*, 2. Basım, Değişim Yayınları: Sakarya.
- Demirkol, Ş. & Oktay, K. (2004). *Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar*, Sakarya Kitabevi: Sakarya.
- Doganis, R. (2002). *Flying off Course, the Economics of International Airlines*, 3. Baskı, Routledge, Taylor & Francis Group: London.
- European Federation of Tourist Guide Associations. (2020). *About the European Federation of Tourist Guide Associations (FEG)*, <https://www.feg-touristguides.com/about.php>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- European Tourism Association. (2020). *About Us*, <https://www.etoa.org/about-us/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- European Travel Commission. (2020). *What We Do?* <https://www.etc-corporate.org/what-we-do/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- European Union. (2020). *Internet Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*, https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en, Erişim Tarihi: 29.08.2020.
- Galewska, A. (2018). *How can Tourism Help Fund Your NGO's Mission?* <https://tourpreneur.com/how-to-build-a-sustainable-tour-business/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- Gümüş, H. (2008). *Türkiye'de Ulusal Turizm Örgütlerinin Yapısal Analizi ve Turizm Pazarlamasına Katkılarına Yönelik Bir Araştırma Çalışması*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gündoğdu, A. (2006). *Turizmde Dış Tanıtma Olgusunun Marka Konumlandırma Açısından Değerlendirilmesi: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hacıoğlu, N. (2006). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, 6. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Harman, S. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26), 343-360.
- International Air Transport Association. (2020). *The Founding of IATA*, <https://www.iata.org/en/about/history/history-growth-and-development/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- International Association of Tour Managers. (2020). *About Us*, <http://www.iatm.co.uk/index.php/about-us/about-iatm.html>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- International Civil Aviation Organization. (2020). *About ICAO*, <https://www.icao.int/about-icao/Pages/default.aspx>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- International Congress and Convention Association. (2020). *About ICCA*, <https://www.iccaworld.org/about-icca/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- International Federation of Tour Operators. (2020). *About Us*, <https://www.abta.com/about-us/fto>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- International Hotel and Restaurant Association. (2020). *What are Our Achievements?* <http://www.ih-ra.org/news-ihramember-press-release.php>, Erişim tarihi: 27.08.2020.
- İçöz, O. (2016). *Turizmde Üretim ve Dağıtım Sistemi*, İçinde, E. Sezgin (ed.), *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, (ss. 20-48), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- İslam, Y. (2013). *Kaynak Araştırması Yapma*, İçinde, Z. Kaya & M. Şahin (ed.), *Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*, (ss. 31-63), 2. Baskı, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kaplan, S. (2013). *Community Based Ecotourism for Sustainable Development in Eastern Black Sea Region: An Evaluation through Local Communities Tourism Perception*, Unpublished Master Thesis, Middle East Technical University Graduate School of Natural and Applied Sciences, Ankara.
- Kara, E. & Çavuş, M. F. (2014). Turizmde Modern Yönetim Uygulamaları, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 473-485.
- Kaşlı, M., İlban, M. O. & Şahin, B. (2009). Modern Pazarlama Stratejileri: AB ve Türk Turizmi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 79-98.
- Kaya, İ. (2009). *Türk Turizm Tarihi: Yapısal ve Sektörel Gelişim*, İçinde, Ş. Çavuş, Z. Ege & O. E. Çolakoğlu (ed.), *Türkiye'de Turizm Örgütlenmesi*, (ss. 203-220), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kennedy, K. & Dornan, D. (2009). An Overwiew: Tourism Non-governmental Organizations and Poverty Reduction in Developing Countries, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(2), 183-200.
- Kırdar, I. U. (1997). *Tourism Market Segmentation for National Tourism Organisations and its Practical Importance for National Tourism Offices Abroad*, Unpublished Doctoral Thesis, University of Surrey, Guildford.
- Kozak, N., Akoğlan-Kozak, M. A. & Kozak, M. (2009). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, 8. Basım, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Kurgun, A. O. (2008). *Turizmde Örgütlenmeye Yönelik Hukuksal Düzenlemeler*, İçinde, H. Yıldırım (ed.), *Turizm Hukuku ve Mevzuatı*, (ss. 11-69), 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuşluvan, S. (2016). *Türkiye'de Turizm*. İçinde, E. Oktay (ed.), *Genel Turizm Bilgisi*, (ss. 178-213), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). *Kuruluş Amacı ve Görevleri*, <https://www.ktb.gov.tr/TR-96130/kurulus-amaci-ve-gorevleri.html>, Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). *Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü*, <http://yatirim-isletmeleruygulama.kultur.gov.tr/Acente.Web.Sorgu/Sorgu/acentesorgu>, Erişim Tarihi: 22.11.2020.
- Mackenzie, D. (2010). *ICAO: A History of the International Civil Aviation Organization*, 2. Baskı, University of Toronto Press, Canada.
- Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality*, 3. Baskı, Routledge, Taylor & Francis Group: London.
- Mercan, O. Ş. (2015). *Turizm Politikasının Tanımı, Özellikleri ve Turizm Politikasını Oluşturan Elemanlar*, İçinde, D. Küçükaltan, H. Çeken & O. Ş. Mercan (ed.), *Turizm Politikası ve Planlaması*, (ss. 1-10), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mısırlı, İ. (2010). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, 3. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi: İstanbul.
- Orakwue, O. (2007). *Two Dozen Businesses You can Start and Run in Canada, the USA and Elsewhere*, Oubake Books: Canada.
- Özçoban, E. (2010). *Türkiye'de Turizm Endüstrisinde Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığının Yeşil Yıldız Uygulaması ve Calista Otel Örneği Üzerine Amprik Bir Çalışma*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği. (2020). *Dernek*, <https://www.poyd.org/poyd>, Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Rogers, T. (2008). *Conferences and Conventions, A Global Industry*, 2. Baskı, Elsevier Ltd.: Oxford.
- Sarı, Y. & Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 3(9), 248-271.
- Sharma, K. K. (2006). *Tourism and Travel Industry*, Sarup & Sons: India.

- Şayır, M. (2010). *Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Arap Ülkelerindeki Tanıtma Faaliyetleri*, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Kütüphane Başkanlığı, Ankara.
- The European Travel Agents' and Tour Operators' Associations. (2020). *Policies*, [https:// www.ectaa.org/en/policies](https://www.ectaa.org/en/policies), Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- Turanlı, M. & Güneren, E. (2003). Turizm Sektöründe Talep Tahmin Modellemesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(3), 1-13.
- Turist Rehberleri Birliği. (2020). *Hakkımızda*, <http://tureb.org.tr/tr/Page/Detail/50>, Erişim Tarihi: 25.08. 2020.
- Turizm Gazeteci ve Yazarları Derneği. (2020). *Hakkımızda*, [http:// www.tuyed.org.tr/hakkimizda/](http://www.tuyed.org.tr/hakkimizda/), Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı. (2020). *Kuruluş*, http://www.tugev.org.tr/?page_id=2, Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Türk Dil Kurumu. (2020). *Güncel Türkçe Sözlük*, <https://sozluk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 27.08. 2020.
- Türkiye Otelciler Birliği. (2020). *TÜROB Hakkında*, <http://www.turob.com/tr/turob/turob-hakkında>, Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Türkiye Otelciler Federasyonu. (2020). *Amaç ve Hedefler*, <https://www.turofed.org.tr/amac-ve-hedefler>, Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2020). *Hakkımızda*, <https://www.tursab.org.tr/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 25.08. 2020.
- Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu. (2020). *Tarihçe*, <https://www.turing.org.tr/tarihce/>, Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği. (2020). *Hakkımızda*, [http:// www.ttyd.org.tr/hakkimizda](http://www.ttyd.org.tr/hakkimizda), Erişim Tarihi: 25.08.2020.
- United Federation of Travel Agents' Associations. (2020). *About UFTAA*, <https://www.uftaa.org/index.php/aboutus/about-uftaa>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- United Nations World Tourism Organization. (2020). *Member States*, <https://www.unwto.org/member-states#heading137>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- United Nations World Tourism Organization. (2020). *Our Management*, <https://www.unwto.org/who-we-are>⁷, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- United Nations World Tourism Organization. (2019). *International Tourism Highlights 2019 Edition*, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>, Erişim Tarihi: 21.10.2020.
- Webster, C. & Ivanov, S. H. (2007). National Tourism Organizations: Measuring the Results of Promotion Abroad, *Tourism Original Scientific Paper*, 55(1), 65-80.
- Weiler, B. & Black, R. (2015). *Tour Guiding Research - Insights, Issues and Implications*, Channel View Publications: Bristol.
- World Association for Hospitality and Tourism Education and Training. (2020). *About AMFORHT*, <https://amforht.groupment.com/platform/about/>, Erişim Tarihi: 27.08. 2020.
- World Association of Travel Agencies. (2020). *History*, <https://www.wata-dmc.net/wata-history/>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- World Federation of Tourist Guide Association. (2020). *Who We are?* <http://www.wftga.org/who-we-are/what-wftga>, Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- World Travel and Tourism Council. (2020). *About WTTC*, [https:// wtcc.org/About/about-Us](https://wtcc.org/About/about-Us), Erişim Tarihi: 27.08.2020.
- Yavuz, M. C. & Karabağ, S. F. (2007). Hızla Değişen Dünyada Türkiye'nin Turizm Tanıtımı ve Örgütlenme Modeli Nasıl Olmalı? *Mehmet Kemal Dedeman Araştırma ve Geliştirme Proje Yarışması*.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, 6. Baskı, Seçkin Yayınevi: Ankara.
- Yıldız, E., Sevim, B. & Akgül, B. (2013). Konaklama İşletmelerinin Tutundurma Karması Profilleri: Kayseri'de Bir Uygulama, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 1-22.
- Yücekayalar, A. (2018). KKTC Turizm Tanıtımında İnternet Reklamları, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(61), 1073-1079.