

**TURİST REHBERLİĞİ MESLEK KURULUŞLARININ WEB
SİTELERİNİN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE
DEĞERLENDİRİLMESİ**

*Selin MANAV**, *Hasret ULUSOY***, *Özlem KÖROĞLU****

Makale Geliş Tarihi-Received: 15.08.2017
Makale Kabul Tarihi-Accepted: 27.10.2017

ÖZ

Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuş olan TUREB (Turist Rehberleri Birliği), kendisine bağlı 7 meslek odası ile 6 bölgesel meslek odası olmak üzere tüm Türkiye'de örgütlenmiş on üç odanın kamu kurumu niteliğinde meslek üst kuruluşudur. Bu çalışmanın amacı turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin incelenmesi ve mevcut durumun tespit edilmesidir. Bu amaçla, Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuş olan on üç turist rehberliği meslek kuruluşunun ve TUREB'in web siteleri içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda TUREB'e bağlı olarak kurulmuş meslek kuruluşları olsalar da turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin birbirinden bağımsız olarak hazırlanmış olduğu tespit edilmiştir. Belirlenen değerlendirme ölçütlerini en çok karşılayan meslek kuruluşu İRO iken en az karşılayan ŞURO (Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası)'dur. TUREB'in desteği

* Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, selinmanav@gmail.com

** Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, hasretulusoy@balikesir.edu.tr

*** Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, ozlemkoroglu_98@yahoo.com

ile tüm meslek kuruluşlarının iş birliği içerisinde web sitelerini ortak özellikleri dikkate alarak hazırlamaları ve dil seçeneklerinin olması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Mesleki Örgütlenme, Meslek Kuruluşu, Web Siteleri, İçerik Analizi.

Jel Kodları: M0, M3, L83.

THE EVALUATION OF THE WEB-SITES OF THE TOURIST GUIDING OFFICIAL CHAMBERS WITH THE METHOD OF CONTENT ANALYSIS

ABSTRACT

The Union of Tourist Guides' Chambers was founded according to the "Profession Law of Tourist Guide" and it is also a professional institution with public institution status of thirteen Chambers organized in Turkey including seven Professional Chambers and six Regional Professional Chambers. The purpose of this study is to examine the web-sites of the tourist guiding professional chambers. With this purpose, the web-sites of the thirteen tourist guiding professional chambers which was founded according to the profession Law of Tourist Guide have been evaluated with the method of content analysis. According to the result of the study, it is determined that the web-sites of the Tourist Guidance Official Chambers are prepared independent of each other much as they are the official chambers which are founded depending on TUREB. It is determined that 61 evaluation criteria, taking part in the evaluation form of the research, are most met by İRO, least met by ŞURO. It is suggested that all professional organizations should have language options and prepare web sites in cooperation each other, with the support of TUREB, by taking into consideration common features.

Keywords: Tourist Guiding, Professional Organization, Professional Chambers, Web Sites, Content Analysis.

Jel Codes: M0, M3, L83.

153

IJSI 10/2
Aralık
December
2017

GİRİŞ

Aynı düşünce ve inançları taşıyan belirli sayıda insanın mesleki çıkarlar doğrultusunda bir araya gelerek örgüt yapısı oluşturması olarak tanımlanan mesleki örgütlenme; mesleki özgürlük kazanmak, yenilikleri takip etmek, sorunlara çözüm bulmak ve mesleki vizyon ve misyonu bilmek için gereklidir (Kiper, Koştı, 2006: 3). Meslek kuruluşları, belli bir mesleği icra eden bireylerin ortak ihtiyaçlarını karşılamak ve ortak çıkarlarını korumaya yönelik etkinlikleri gerçekleştirmek üzere kurulan organizasyonlardır (Devlet Denetleme Kurulu, 2009: 13). Mesleki standartların belirlenmesinde rol alan meslek kuruluşları, bu standartlara sahip profesyonellerin yetiştirilmesi ve bu bireylerin mesleki bilgi, beceri ve uygulamalara ilişkin değişim ve yeniliklere uyum sağlamaları amacıyla faaliyette bulunmaktadırlar (Karataş, Şaşmaz, 2013: 29). Turizm sektöründe belli bir kalitede hizmet verebilmek ve memnuniyeti sağlayabilmek için bir takım ortak norm ve değerler oluşturulması ve uygulanması meslek kuruluşlarının varlığını zorunlu kılmıştır. Böylelikle farklı alanlarda (otel, seyahat acentesi, restoran, ulaştırma vb.) yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası meslek kuruluşları kurulmuştur (Akay vd., 2014: 7). Ulusal ve uluslararası turizm meslek kuruluşlarının amaçları arasında (Gök, Sarı, 2010: 557);

- turizmle ilgili konular, sorunlar ve çözümler üzerinde bilimsel ve pratik çalışmalar yapmak,
- bu yönlü çalışmalara katkıda bulunmak, turizmin ve turistik tesislerin turizmin gereklerine uygun gelişmesini sağlamak,
- turizm sektöründe yaşanan gelişmeler ve karşılaşılan sorunlara ilişkin tüm konuları ilgili mercilere sunmak,
- bu konuda kamuoyunu bilgilendirmek gibi amaçlar yer almaktadır.

TUREB, 12 Eylül 1998'de dört meslek kuruluşunun bir araya gelmesiyle oluşmuştur. 2002'de de yedi meslek kuruluşu tarafından bir protokol dâhilinde yenilenmiş temsili bir birliktir (Mısırlı, 2013: 93; Ahipaşaoğlu, 2006: 51). Turizm sektöründe etkin faaliyet gösteren ve 22.06.2012 tarihinde 28331 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6326

sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" uyarınca kurulmuş olan TUREB, kendisine bağlı 7 meslek odası ile 6 bölgesel meslek odası olmak üzere tüm Türkiye'de örgütlenmiş 13 odanın kamu kurumu niteliğinde meslek üst kuruluşudur. TUREB, yasa gereği oluşturulan bütün birimleri ile ülke turizminde turist rehberlerinin daha etkin rol almaları, ülkenin kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılması ve yasa dışı rehberlik faaliyetlerinin önlenmesi amacıyla çalışmaktadır (www.tureb.org.tr, 2016). TUREB ve bünyesinde bulunan meslek kuruluşları, üyeleriyle haberleşmek, onları bilgilendirmek, rehber veri tabanı oluşturmak ve yapılan etkinliklerle ilgili duyuruları yayınlamak gibi amaçlarla interneti ve web sitelerini kullanmaktadır.

İnternet, kurum içi ve kurum dışı iletişim faaliyetlerinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda işletmeler, piyasalarda varlıklarını sürdürme ve dünyanın dört bir yanında kolaylıkla yayılabildiği sanal ortamda var olma ihtiyacı duymaktadır. Bu noktada internette işletmenin varlığını temsil eden web siteleri çok önemli bir işlev kazanmaktadır (Çubukçu, 2010: 42). İnternet ortamındaki bir işletmeyi, sahip olduğu web sitesi tanıtılmaktadır (Çiçek vd., 2010: 188). Sunum özellikleri açısından iyi yapılandırıldığında hedef kitleleri ile etkin bir iletişim kurulmasına olanak sağlayan, örgütlerin kurumsal kimliği ve kültürel unsurlarını hedef kitlelere ileten web siteleri, işletmenin toplum zihninde güçlü bir kurum imajı oluşturmada oldukça önemli bir yöntem olmaktadır (Yurdakul, Öksüz, 2007: 119). Bu bakımdan, her işletme bir web sitesine ihtiyaç duymaktadır. Özellikle, turizm endüstrisindeki web sitelerinin, internet kullanıcıları tarafından en çok ilgi gösterilen kullanım alanlarından biri olduğu görülmektedir (Karamustafa, Öz, 2010: 190). Web sitesi, internet üzerinden ürünlerini veya hizmetlerini sunan işletmeler için başlıca bir mekanizmadır (Turban vd., 2015: 744).

Web sitesinin kullanılabilir olması (Ip vd., 2012: 265) ve bilgiyi temel amaç edinmesi gerekmektedir (Kent, Taylor, 1998: 328; Huizingh, 2000: 124). Ancak bunu yaparken öznel olmalıdır. Bilgilendirici bir site, ürünler, işletme ve diğer ilgili konular hususunda detaylı ve kesin bilgi sağlamaktadır (Huizingh, 2000: 125). Web sitesine bağlantı kolaylığı, arama motoru gibi olanaklar da web sitelerinin sahip olması gereken özellikler arasında yer almaktadır (Karabağ vd., 2010: 20). Web sitelerinde doğru ve güvenilir bilgi ile site haritası bulunması (O'Connor, Murphy, 2004: 478) ve web sitelerinin sahip olduğu

tasarım özellikleri (dil seçenekleri, sitenin kullanıcılara sunulduğu vb.) dikkat çekici noktalardandır (Karabağ vd., 2010: 20; Çubukçu, 2010: 50). Bu anlamda, web siteleri tasarımlarının en önemli parçalarından biri kullanım kolaylığıdır (Bayram, Yaylı, 2009: 353-354). Musante vd. (2009), etkili bir web sitesinin, içerik, içeriğin kalitesi ve web sitesi tasarımı olmak üzere üç unsuru içermesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu bilgiler dışında iyi bir web sitesinin belirtilen özelliklere de sahip olması gerekmektedir (Tarhan, 2007: 83-84):

- a. Web sayfasına erişim kolay olmalı, örneğin en fazla sekiz saniyede açılabilir.
- b. Web sayfasında hedef kitlenin ilgili sayfaya girebilmesi için gereksiz soru formlarını içeren engeller konulmamalıdır.
- c. Web sayfası sürekli güncellenmelidir.
- d. Web sayfasındaki tüm linkler çalışmalıdır.
- e. Web sayfasında geribildirim alma imkânını sağlayan (e-posta vb.) araçlar yer almalıdır.
- f. Web sayfasında erişim bilgileri mutlaka olmalıdır.

Etkin bir web sitesi, dünyanın her yerinden 24 saat erişim sağlayabilen küresel kitlelere ulaşabilmektedir. Özellikle karşılama sayfası ve görseller web sitesi içeriğinin en popüler olanlarıdır (Lin, Huang, 2006: 1203). Sanal ortamda faaliyette bulunmak isteyen işletmeler için web sitesi oluşturmak tanıtım açısından önemli avantajlar sağlamaktadır (Çubukçu, 2010: 43).

Turizm sektörü ile yakından ilgili web sitelerinin sayısının artması, diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de web sitelerinin önemli hale geldiğine işaret etmektedir (Roney, Özturan, 2006: 44). Bu anlamda web sitesi analizi ile ilgili olarak pek çok akademik çalışmaya rastlanmaktadır. Örneğin, Procaccino, Miller (1999) tarafından yapılan çalışmada, ABD ve Fransız merkezli işletmelerin turizmle ilgili web sitelerinin teknik yeterliliğini ve genel işletme kullanımını (pazarlama, satış, destek) karşılaştırmak ve farklılıklarını bulmak amaçlanmıştır. Toplam 345 otel, müze, restoran ve

havayolunun web sitesi incelendikten sonra ülke ve endüstriye göre kategorize edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, ABD merkezli işletmelerin web sitelerinin Fransız web sitelerinden daha yüksek puan aldığı ve teknik olarak da daha iyi ve işlevsel olduğu görülmektedir. Tierney (2000) tarafından bir turizm tanıtım web sitesinin etkisini araştırmak için düşük maliyetli ve otomatikleştirilmiş, internet tabanlı bir anket yöntemi geliştirmek ve uygulamak amacıyla bir çalışma yapılmıştır. Katılımcılar öncelikle iki kaynaktan web sitesini öğrenmiş ve web sitesinin seyahat planlarını önemli ölçüde etkilediğini bildirmişlerdir. Bulgular sonucunda web tabanlı anketlerin yürütülmesinde önemli metodolojik zorlukların olduğu tespit edilmiştir. Wan (2002) Tayvan'daki uluslararası turistik oteller ve tur operatörlerinin web sitelerini içerik analizi ile değerlendirmeyi amaçladığı çalışmasında üç değerlendirme kriteri ile oteller ve tur operatörleri arasındaki web sitelerinin içeriğini karşılaştırmıştır. Çalışmanın sonuçları, otellerin ve tur operatörlerinin sadece yüzde 50'sinin web sitesi olduğunu ve Tayvan'ın turizm otelcilik endüstrisinde internet kullanımının öncelikle pazarlamaya değil, reklamcılığa yönelik olduğunu göstermektedir. Ayrıca turizm endüstrisinin çevrimiçi ticareti iyileştirmek için iyi tasarlanmış web sitelerine sahip olması gerektiği belirtilmektedir. Karamustafa vd. (2002), pazarlama iletişimi açısından web sayfalarını etkin kılabilecek bir takım bilgi ve özelliklere bağlı olarak Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sayfalarını değerlendirmek ve konaklama işletmelerinin türlerine, sınıflarına ve bütünleşme durumlarına göre web sayfalarında bulunması gereken özellik ve bilgilere yer verme oranlarını karşılaştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda, web sayfalarını işlevsel kılabilecek bilgi ve özelliklere yer verme oranlarının konaklama işletmelerinin türüne, otel işletmelerinin sınıfına ve işletmelerin bütünleşmiş olma durumlarına göre bir takım farklılıklar olduğu saptanmıştır. Chung, Law (2003) çalışmalarında, otel web sitelerinin performansını ölçmek için (tesis bilgileri, müşteri iletişim bilgileri, rezervasyon bilgileri, çevre bilgileri ve web sitelerinin yönetimi) beş ana boyuttan oluşan kalite değerlendirme modeli sunmuşlar ve önerilen bu modelin uygulanabilirliğini araştırmışlardır. Boyutların önem derecesini belirlemek için Hong Kong otel yöneticileri ile bir ön çalışma yapılmıştır. Sonrasında ise belirlenen değerlendirme modeli ve toplanan verilere dayanılarak web siteleri değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulguları, lüks, orta-fiyatlı ve bütçeli otel web sitelerinin kalite boyutları arasında önemli fark olduğunu göstermektedir. Cai

vd. (2004) ABD'deki tur operatörlerinden Çin'deki destinasyonlara odaklanan tur operatörlerinin web sitelerinin içerik performans sunumunu belirlemek amacıyla, 20 web sitesinin içeriklerini incelemiştir. Değerlendirmeler sonucunda, web sitelerinin içerik sunum performansının düşük olduğu, yani incelenen web sitelerinin, tur operatörlerinin pazarda rekabet edebilmesi için yeterli özelliklere sahip olmadıkları tespit edilmiştir. Baloğlu, Pekcan (2004) çalışmalarında Türkiye'deki seçilmiş 4 ve 5 yıldızlı otellerin web sitelerinin, tasarımını (etkileşim, navigasyon ve işlevsellik) ve web sitesi üzerinden pazarlamaya uygunluğunu içerik analizi ile değerlendirmişlerdir. Elde edilen bulgular, Türkiye'de bulunan otellerin, otel türüne bakılmaksızın interneti tam olarak kullanmadıklarını ve otellerini etkili bir şekilde pazarlamadıklarını göstermektedir. Sarı, Kozak (2005) çalışmalarında, hizmet endüstrisinin, bilgi teknolojilerindeki son gelişmelerden nasıl yararlandığı konusunda genel bir değerlendirme yapmışlardır. Söz konusu gelişmelerin hizmet pazarlaması üzerinde ortaya çıkaracağı olası etkileri üzerinde durmuşlardır. Çalışmada aynı zamanda turizm bölgelerine özgü kullanılabilecek bölgesel web sitesi tasarımı konusunda bir model önerisinde bulunmaktadır. Hançer, Ataman (2006) tarafından Ege Bölgesindeki seyahat acentalarının web sitelerini çeşitli değerlendirme ölçütlerine dayandırarak yeterliliklerini ölçmek amacıyla bir çalışma yapılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, Ege Bölgesi A ve Geçici A grubu seyahat acentalarının büyük bir bölümü interneti elektronik posta ile iletişimde ve sunulan turlar hakkında bilgi sağlamada kullanmaktadır. Hashim vd. (2007), 1990 - 2006 yılları arasında yapılan otel web siteleri ile ilgili çalışmaları incelemiştir. Bir literatür taramasına ve uzman değerlendirmesine dayanan bu çalışma, otel web sitelerini değerlendirmek için bir çerçeve önermektedir. Bu bağlamda web siteleri 5 boyut (bilgi ve süreç, katma değer, ilişkiler, güven ve tasarım ve kullanılabilirlik) ile ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda, otel web sitelerinin en popüler niteliklerinin rezervasyonlar, iletişim bilgileri, promosyonlar, ürünler ve hizmetler olduğu ortaya çıkmıştır. Bayram, Yaylı (2009), Türkiye'deki otel işletmelerinin web sitelerinde kullanılan özellikleri tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında, büyük çoğunluğunun hizmetlerini somutlaştırmak için otel ve oda görselleri kullandığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca yapılan çalışmada, otel işletmelerinin web sitelerinde en çok siteye kolay ulaşım, iletişim ve ulaşım bilgisi ve çoklu dil seçeneği özelliklerinin kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Karamustafa, Öz (2010), Türkiye'de

faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin web sitelerinin başarımını web sitelerinde bulunması gereken faktörler açısından değerlendiren bir çalışma yapmışlardır. Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin çevrimiçi işlem yeteneklerinin kısıtlı olduğu ve çoğunlukla çevrimiçi bir broşür gibi hizmet verdiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, üst sınıftaki konaklama işletmelerinin web sitelerindeki değişkenlerin başarımları, alt sınıftaki konaklama işletmelerine oranla daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Çubukçu (2010) tarafından yapılan çalışmada Ege kıyısındaki beş yıldızlı konaklama işletmelerinin ve birinci sınıf tatil köylerinin web sayfaları analiz edilmiştir. Çalışmada konaklama işletmelerinin web sitelerinin çoğunluğunun bilgi sağlayıcı özellikler içerdiği fakat iyi hazırlanmış web sitelerinin yanında, konaklama işletmelerinin imajını olumsuz etkileyen yetersiz web sayfalarının da var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Karabağ vd. (2010) çalışmalarında Türkiye'de faaliyet gösteren otellerin web sitelerinin tasarım ve içerik özelliklerini etkin bir web sitesinde olması gereken özelliklerle karşılaştırarak ortaya koymayı amaçlamışlardır. Yazın taraması sonucunda otellerin web sitelerinin taşınması gereken içerik ve tasarım özelliklerini ortaya koyan bir model geliştirilmiş, bu modele dayanarak, Türkiye'deki "Dünya Miras Listesi"nde yer alan bölgelerdeki üç, dört ve beş yıldızlı toplam 335 otelin web sitesi analiz edilmiştir. Otel web sitelerinde adres, telefon numarası, e-posta adresi ve otel resimlerinin dışında potansiyel turist dikkatini çekebileceği hiçbir bilginin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Dalgın, Karadağ (2013), çalışmalarında Bodrum ve Marmaris destinasyonlarında faaliyet gösteren restoran işletmelerinin internet teknolojilerini ne kadar etkin kullandıklarını araştırmayı amaçlamışlardır. Elde edilen bulgulara göre restoran işletmelerinin çok az bir kısmının internet teknolojisini etkin şekilde kullandığı tespit edilmiştir. Son zamanlarda popüler hale gelen sosyal paylaşım sitelerini kullanma konusunda restoran işletmelerinin gösterdiği eğilim dikkat çekicidir.

Turizm sektöründe yapılan çalışmaların yanı sıra farklı alanlarda da çalışmalar yapılmıştır. Kocabaş, Özgüler (2005) sendikaların web siteleri ile ilgili, Kurulgan, Bayram (2006) üniversite kütüphanelerinin web siteleri ile ilgili, Tarhan (2007) belediyelerin web siteleri ile ilgili, Yurdakul, Öksüz (2007) hastanelerin web siteleri ile ilgili, Ergün, Ergün (2008) eğitim kurumlarının web siteleri ile ilgili, Gürdal, Bulgan (2008), kütüphane web siteleri ile ilgili, Çiçek vd. (2010), Burdur ilinde faaliyet gösteren işletmelerin web siteleri ile ilgili, Marangoz vd.

(2012) e-ticaret işletmelerinin web siteleri ile ilgili çalışmalar yapmışlardır.

Turist Rehberliği Meslek Kanunu'ndan sonra meslek kanununun değerlendirilmesine ilişkin çalışmalar yapılmıştır (Temizkan vd., 2013; Yenipınar vd., 2014; Eker, Zengin, 2016). Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile ilgili çalışmalar yapılmasına rağmen Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuş olan meslek kuruluşları ile çalışmalar yok denecek kadar azdır. Ulusoy vd. (2016) turist rehberliği meslek kuruluşlarının rehberlere sağladıkları destekleri incelemek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Araştırmanın bulgularına göre meslek kuruluşlarının rehberlerine eğitim gezileri, çeşitli alanlarda düzenledikleri eğitim faaliyetleri ve çeşitli konularda düzenledikleri uzmanlaşma eğitimleri, kurslar, söyleşi/konferans/seminerler, sosyal ortamlarda gerçekleştirdikleri etkinlikler ve diğer destekler kapsamında destek sağladıkları tespit edilmiştir. Ancak literatürde, turist rehberliği meslek kuruluşlarının web siteleri ile ilgili bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmada, turist rehberleri meslek kuruluşlarının web sitelerinin içerik analizi ile incelenmesi ve mevcut durumun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Mevcut durumu değerlendirme açısından,

-Araştırmanın, sektöre ve turizm faaliyetlerine yön veren kurumlara yönelik faydası, mevcut web sitelerinin durumunu ortaya koyarak varsa eksiklerin ortaya çıkarılması ve bu yolla turist rehberliği meslek odalarının konuya ilişkin dikkatinin çekilmesidir.

-Çalışmanın akademik açıdan faydası ise Turist Rehberliği Meslek Kanunu uyarınca kurulmuş olan turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin mevcut durumuna dikkat çekerek, meslek kuruluşları hakkında farkındalık yaratmasıdır. Böylelikle, turist rehberliği meslek kuruluşları ile ilgili çalışmalar (rehber-meslek kuruluşu etkileşimi, meslek kuruluşlarının üyelerine ulaşmadaki başarısı, meslek kuruluşları web siteleri kullanıcıları tarafından web sitelerinin etkinliğinin belirlenmesi vb.) yapılmasına imkân verilmesi ve gelecek çalışmalara ışık tutmasıdır.

1. YÖNTEM

Turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin incelenmesi amacını taşıyan bu araştırma nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi vb. nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda, gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır (Yazıcıoğlu, Erdoğan, 2014: 25). İçerik analizi, veri anlayışını geliştirmek için teorik konuları test etme imkânı sağlayan bir tekniktir (Cavanagh, 1997) ve bu yöntemde toplantı kayıtları, mektuplar, günlükler, konuşmalar, gazete ve dergi makaleleri gibi veri kaynaklarının taranarak, seçilen birimlerin niceliksel sayımı ve incelenmesi söz konusudur (Yüksel, Yüksel, 2004).

Araştırmanın evrenini 22.06.2012 tarihinde 28331 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6326 sayılı "Turist Rehberliği Meslek Kanunu" uyarınca kurulmuş, 7 meslek odası ile 6 bölgesel meslek odası olmak üzere tüm Türkiye'de örgütlenmiş ulusal düzeyde faaliyet gösteren 13 meslek kuruluşunun web siteleri ve bu kuruluşların kamu kurumu niteliğinde meslek üst kuruluşu olan TUREB'in web sitesi oluşturmaktadır. Araştırma, web sitelerinin değerlendirildiği 1-31 Temmuz 2016 tarih aralığı ile sınırlıdır. Bu tarihten sonra web sitelerinde yapılan değişiklikler, yenilikler, eklemeler vb. araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Araştırmada, TUREB başta olmak üzere İRO (İstanbul Turist Rehberleri Odası), ARO (Antalya Turist Rehberleri Odası), İZRO (İzmir Turist Rehberleri Odası), ADRO (Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası), ANRO (Ankara Turist Rehberleri Odası), ATRO (Aydın Turist Rehberleri Odası), BURO (Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası), ÇARO (Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası), GARO (Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası), MURO (Muğla Turist Rehberleri Odası), NERO (Nevşehir Turist Rehberleri Odası) ve ŞURO (Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası)'nın web siteleri değerlendirilmiştir. Belirtilen tarihlerde web sitesinin yapım aşamasında olmasından dolayı TRO (Trabzon Turist Rehberleri Odası)'nın web sitesi değerlendirme kapsamına alınmamıştır. Böylelikle 13 turist rehberliği meslek kuruluşunun web siteleri bu çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

Bu çalışmada kendilerinden alınan izinler doğrultusunda Kocabaş, Özgüler (2005) tarafından kullanılan web sitesi değerlendirme

ölçütleri temel alınmıştır. Bu değerlendirme ölçütlerine turist rehberliği meslek kuruluşlarının özellikleri dikkate alınarak turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitesinde bulunan ve bulunması gereken farklı ölçütler de eklenmiştir. Bu doğrultuda 61 değerlendirme ölçütü belirlenmiş ve turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin değerlendirilmesi amacıyla bir değerlendirme formu oluşturulmuştur. Ziyaret edilen her web sitesi için ayrı olmak üzere bir değerlendirme formu kullanılmış, web siteleri öncelikle belirlenen 61 ölçüte göre tek tek değerlendirilmiş ve web sitelerinin dinamik yapısı nedeniyle belirtilen tarihlerde sadece bir kez ziyaret edilmiş ve elde edilen veriler değerlendirme formuna kaydedilmiştir. 61 değerlendirme ölçütü, içerdiği ortak özellikler bakımından dört kategori altında sınıflandırılmıştır. Tablo 1’de kategoriler ve kategorilerin altında yer alan değerlendirme ölçütleri verilmektedir. Değerlendirme formundaki her bir kategori altında yer alan ölçütlerin değerlendirilmesi için “var (1)” ve “yok (0)” kullanılmıştır. Veri analizinde üç araştırmacı birlikte çalışmış ve kodlama güvenilirliği sağlanmıştır. Aynı veri setini kodlayan araştırmacıların kodlama benzerlikleri ve farklılıkları karşılaştırılmış ve verilerin frekans ve yüzdeler oranları hesaplanmıştır.

Tablo 1. Değerlendirme Ölçütleri Kategorileri ve Sayıları

Kategoriler	Değerlendirme Ölçütleri
Web Sitelerinin Temel Tasarım İlkelerine Uygunluğu ve Kullanım Kolaylığı	1.Arama motorlarında karşımıza çıkma 2.Art alan - yazı rengi uyumu 3.Kolayca anlaşılan sayfa başlıkları ve metin 4.Yüklemeyi yavaşlatmayan sayfa ve grafikler 5.Sayfalar arasında mantıksal ve kolay dolaşım 6.Tasarımda tutarlık 7.Tasarımda yalınlık 8.Duyurular 9.İlgili bağlantılar 10.Sosyal medya bağlantıları 11.Haberler 12.Talep-öneri ve Şikâyetleri dikkati alma 13.Rehber talep formu 14.Site içi arama 15.Üye girişi 16.Farklı dil seçeneği 17.Rehber bul sekmesi 18.Site haritası 19.Uluslararası kuruluşlarla bağlantılar 20.Arşiv 21.Sıkça sorulan sorular 22.Video-haberler
Web Sitelerinde Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarına Ait Bilgiler	1.Kurum Logosu 2.İletişim bilgisi 3.Ulaşım bilgisi 4.E-posta bilgisi 5.Başkan 6.Yönetim kurulu 7.Denetleme kurulu 8.Yetki çerçevesi 9.Üyeler 10.Hakkımızda 11.Basında 12.Tarihçe 13.Personel 14.Lokasyon bilgisi 15.Kuruluş amaçları 16.Mali tablolar/bilançolar 17.Ek kurullar
Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarının Mesleki Alandaki Faaliyetlerine Yönelik Bilgiler	1.Çeşitli konularda yol göstericilik/danışmanlık 2.Uzmanlık Sertifika Programları 3.Eğitim gezileri 4.Yayınlar (e-yayınlar) 5.Kültürel Faaliyetler 6.Bireysel gelişim programları 7.Diğer sektörlerle sözleşme ve protokoller 8.Sosyal sorumluluk projeleri 9.Operasyonel bilgiler
Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarının Üyelerine (Rehberlere) Yönelik Sundukları Mesleki Bilgiler	1.Mevzuat ile ilgili bilgiler 2.Yapılan faaliyetler hakkında üyeleri bilgilendirme 3.Ücretler ile ilgili bilgiler 4.Mesleki bilgiler 5.Rehber-agenta sözleşmesi 6.Müşteri-rehber sözleşmesi 7.Üyelik aidatları ve aidatlara ilişkin ödeme bilgisi 8.Odaya üyelik hakkında bilgiler 9.Rehberlerin turda yanlarında bulundurması gereken belgelere ilişkin bilgiler 10.Rehberlerin vergilendirilmesine ilişkin bilgiler 11.Sosyal güvenlik ile ilgili bilgiler 12.Rehber bilgi güncelleme formu 13.Uzmanlaşma usul ve esaslarına yönelik bilgiler

2. BULGULAR VE YORUMLAR

Turist rehberliği meslek kuruluşlarının web siteleri içerik analizi ile değerlendirilmiş ve önemli bulgular elde edilmiştir. Tablo 2’de turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitesi değerlendirme ölçütlerini karşılama durumları verilmektedir. Tablo 2’ye göre araştırmanın değerlendirme formunda yer alan 61 değerlendirme ölçütünü en fazla %72,58 oranıyla İRO’nun karşıladığı görülmektedir. İRO’yu %70,96 oranıyla TUREB, %66,12 oranıyla ATRO ve BURO, %64,51 oranıyla ÇARO, %62,90 oranıyla ADRO, %61,29 oranıyla İZRO, %58,06 oranıyla ARO ve ANRO, %50 oranıyla MURO ve NERO, %45,16 oranıyla GARO ve %14,51 oranıyla ŞURO takip etmektedir.

Tablo 2. Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarının Web Sitesi Değerlendirme Ölçütlerini Karşılama Durumu

Turist Rehberliği Meslek Kuruluşları	n	%
İRO (İstanbul Turist Rehberleri Odası)	45	72,58
TUREB (Turist Rehberleri Birliği)	44	70,96
ATRO (Aydın Turist Rehberleri Odası)	41	66,12
BURO (Bursa Bölgesel Turist Rehberleri Odası)	41	66,12
ÇARO (Çanakkale Bölgesel Turist Rehberleri Odası)	40	64,51
ADRO (Adana Bölgesel Turist Rehberleri Odası)	39	62,90
İZRO (İzmir Turist Rehberleri Odası)	38	61,29
ARO (Antalya Turist Rehberleri Odası)	36	58,06
ANRO (Ankara Turist Rehberleri Odası)	36	58,06
MURO (Muğla Turist Rehberleri Odası)	31	50,00
NERO (Nevşehir Turist Rehberleri Odası)	31	50,00
GARO (Gaziantep Bölgesel Turist Rehberleri Odası)	28	45,16
ŞURO (Şanlıurfa Bölgesel Turist Rehberleri Odası)	9	14,51

Tablo 3’te turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin temel tasarım ilkelerine uygunluğu ve kullanım kolaylığı sunulmaktadır. Tablo 3’e göre “arama motorlarında karşımıza çıkma” ve “art alan-yazı rengi uyumu” değerlendirme ölçütlerinin tüm meslek kuruluşlarının web siteleri tarafından karşılandığı görülmektedir. Web sitelerinin temel tasarım ilkelerine uygunluğu ve kullanım kolaylığı kategorisinde en az karşılanan değerlendirme ölçütleri “site haritası”, “uluslararası kuruluşlarla bağlantılar”, “arşiv”, “sıkça

sorulan sorular” ve “video-haberler” dir. Web sitelerinin temel tasarım ilkelerine uygunluğu ve kullanım kolaylığı değerlendirme ölçütlerinin en fazla TÜREB ve ÇARO, en az ise ŞURO tarafından karşılandığı saptanmıştır.

Tablo 3. Web Sitelerinin Temel Tasarım İlkelerine Uygunluğu ve Kullanım Kolaylığı

Değerlendirme Ölçütleri	n	%	TUREB	IRO	ARO	IZRO	ADRO	ANRO	ATRO	BURO	ÇARO	GARO	MURO	NERO	ŞURO
Arama motorlarında karşımıza çıma	13	100	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Art alan - yazı rengi uyumu	13	100	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Kolayca anlaşılabilir sayfa başlıkları ve metin	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Yüklemeyi yavaşlatmayan sayfa ve grafikler	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Sayfalar arasında mantıksal ve kolay dolaşım	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Tasarımın tutarlılık	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Tasarımın yalnlık	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Duyurular	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
İlgili bağlantılar	11	84,61	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	-
Sosyal medya bağlantıları	10	76,92	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Haberler	10	76,92	√	-	√	√	√	√	√	√	√	-	-	√	√
Talep-öneri ve şikâyetleri dikkati alma	5	38,46	-	-	√	√	√	-	-	√	√	-	-	-	-
Rehber talep formu	4	30,76	-	-	-	√	√	-	-	√	-	-	√	-	-
Site-içi arama	4	30,76	√	√	-	√	-	-	√	-	-	-	-	-	-
Üye girişi	4	30,76	-	-	-	√	-	√	-	√	-	-	-	-	-
Farklı dil seçeneği	3	23,07	√	-	-	-	-	-	-	-	√	√	-	-	-
Rehber bul sekmesi	3	23,07	-	√	-	-	-	-	-	-	√	-	-	-	-
Site haritası	2	15,38	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uluslararası kuruluşlarla bağlantılar	2	15,38	√	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arsiv	2	15,38	-	√	-	-	-	-	-	-	√	-	-	-	-
Sıkça sorulan sorular	1	7,6	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Video-haberler	1	7,6	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM			17	14	14	14	14	12	12	13	15	11	10	10	4

Tablo 4'te web sitelerinde turist rehberliği meslek kuruluşlarına ait bilgilere yer verilmiştir. Tablo 4'e göre "kurum logosu" nun tüm meslek kuruluşlarının web sitesinde yer aldığı görülmektedir. "Kurum logosu"nu %92,30 oranıyla "iletişim bilgisi", "ulaşım bilgisi", "e-posta bilgisi" ve "başkan"a ait bilgiler takip etmektedir. Web sitelerinde meslek kuruluşlarına ait bilgiler içerisinde en az %30,76 oranıyla "kuruluş amaçları" ve "mali tablolar/bilançolar" ve %23,07 oranıyla "ek kurullar"a ait bilgiler bulunmaktadır. Turist rehberliği meslek kuruluşlarına ait bilgilere web sitelerinde en fazla yer veren meslek kuruluşlarının IRO, TUREB, ARO ve ATRO en az yer veren meslek kuruluşunun ise ŞURO olduğu saptanmıştır.

Tablo 4. Web Sitelerinde Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarına Ait Bilgiler

Değerlendirme Ölçütleri	n	%	TUREB	IRO	ARO	IZRO	ADRO	ANRO	ATRO	BURO	ÇARO	GARO	MURO	NERO	ŞURO
Kurum Logosu	13	100	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
İletişim bilgisi	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Ulaşım bilgisi	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
E-posta bilgisi	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Başkan	12	92,30	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Yönetim kurulu	11	84,61	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Denetim kurulu	11	84,61	-	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Yerli çerçevesi	9	69,23	-	√	-	√	√	√	√	√	√	√	-	√	-
Üyeler	8	61,53	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	-	√	-
Hakkımızda	8	61,53	√	√	√	-	√	√	√	√	-	√	-	√	-
Basında	6	46,15	√	-	√	-	√	√	√	√	-	√	-	√	-
Tarihçe	6	46,15	-	√	-	√	-	√	√	-	√	-	√	√	-
Personel	5	38,46	-	√	√	-	√	-	√	-	√	-	-	-	-
Lokasyon bilgisi	5	38,46	-	-	-	√	-	√	√	√	√	-	-	-	-
Kuruluş amaçları	4	30,76	√	-	√	-	-	√	-	√	-	-	-	-	-
Mali tablolar/bilançolar	4	30,76	√	√	√	-	-	-	-	-	√	-	-	-	-
EK kurullar	3	23,07	√	√	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM			13	14	13	9	12	12	13	12	12	10	10	9	2

Tablo 5'te turist rehberliği meslek kuruluşlarının mesleki alandaki faaliyetlerine yönelik web sitelerinde sunmuş oldukları bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 5. Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarının Mesleki Alandaki Faaliyetlerine Yönelik Bilgiler

Değerlendirme Ölçütleri	n	%	TUREB	IRO	ARO	IZRO	ADRO	ANRO	ATRO	BURO	ÇARO	GARO	MURO	NERO	ŞURO
Çeşitli konularda yol göstericilik/danışmanlık	11	84,61	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	-
Uzmanlık/Sertifika Programları	9	69,23	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√	-	√	-
Eğitim gezileri	9	69,23	-	-	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Yayınlar (e-yayınlar)	6	46,15	√	√	√	√	-	-	√	√	-	-	-	-	-
Kültürel Faaliyetler	6	46,15	√	√	√	-	√	-	√	√	-	-	-	-	-
Bireysel gelişim programları	5	38,46	-	√	√	-	-	-	√	√	√	-	-	-	-
Diğer sektörlerle sözleşme ve protokoller	3	23,07	√	-	√	-	-	-	√	-	-	-	-	-	-
Tablo 5'in Devamı															
Sosyal sorumluluk projeleri	3	23,07	-	√	-	√	-	-	√	-	-	-	-	-	-
Operasyonel bilgiler	2	15,38	-	-	-	√	-	-	-	√	-	-	-	-	-
TOPLAM			5	6	6	5	4	3	8	7	4	2	2	3	-

Tablo 5'e göre meslek kuruluşlarının web sitelerinde en fazla "çeşitli konularda yol göstericilik/danışmanlık" bilgisine (%84,61) yer verdiği, en az ise "operasyonel bilgiler"e (%15,38) yer verdiği görülmektedir. Turist rehberliği meslek kuruluşlarının mesleki alandaki faaliyetlerine yönelik bilgilere web sitelerinde en fazla yer veren meslek kuruluşları ATRO ve BURO, en az yer veren meslek kuruluşları ise NERO, GARO ve MURO'dur. ŞURO'nun web sitesinde mesleki alandaki faaliyetlerine yönelik bilgilere yer vermediği görülmektedir.

Turist rehberliği meslek kuruluşlarının üyelerine (rehberlere) yönelik web sitelerinde sundukları mesleki bilgiler Tablo 6'da verilmektedir. Tablo 6'ya göre tüm meslek kuruluşlarının web sitelerinde "mevzuat ile ilgili bilgiler"e yer verildiği saptanmıştır. Web sitelerinde "rehber bilgi güncelleme formu" ve "uzmanlaşma usul ve esaslara yönelik bilgiler" en az yer verilen bilgilerdir. Üyelere (turist rehberlerine) yönelik sunulan mesleki bilgilere web sitesinde en fazla yer veren meslek kuruluşları IRO ve IZRO, en az yer veren meslek kuruluşları ise ŞURO ve ARO'dur.

168

IJSI 10/2
Aralık
December
2017

Tablo 6. Turist Rehberliği Meslek Kuruluşlarının Üyelerine (Rehberlere) Yönelik Sundukları Mesleki Bilgiler

Değerlendirme Örgütleri	n	%	TUREB	IRO	ARO	IZRO	ADRO	ANRO	ATRO	BURO	ÇARO	GARO	MURO	NERO	ŞURO	
Mevzuat ile ilgili bilgiler	13	100	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
Yapılan faaliyetler hakkında üyeleri bilgilendirme	12	92,30	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√
Ücretler ile ilgili bilgiler	11	84,61	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Mesleki bilgiler	11	84,61	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	-
Rehber-acenta sözleşmesi	10	76,92	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Müşteri-rehber sözleşmesi	9	69,23	√	√	-	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	-
Üyelik aidatları ve aidatlara ilişkin ödeme bilgisi	8	61,53	-	√	-	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	-
Odaya üyelik hakkında bilgiler	8	61,53	-	√	-	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	-
Rehberlerin turda yanlarında bulundurulması gereken belgelere ilişkin bilgiler	6	46,15	-	√	-	-	√	√	√	√	-	-	-	√	√	-
Rehberlerin değerlendirilmesine ilişkin bilgiler	5	38,46	-	√	-	-	-	√	-	-	-	-	√	√	√	√
Sosyal güvenlik ile ilgili bilgiler	5	38,46	-	√	-	√	-	√	-	-	√	-	-	√	√	-
Rehber bilgi güncelleme formu	4	30,76	√	-	-	√	√	-	-	-	-	√	-	-	-	-
Uzmanlaşma usul ve esaslarına yönelik bilgiler	1	7,6	√	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM			8	11	3	10	9	9	9	9	9	5	9	9	9	3

SONUÇ VE ÖNERİLER

TUREB'in ve TUREB'e bağlı olarak kurulmuş olan 13 meslek kuruluşunun web sitelerinin değerlendirildiği bu çalışmada bazı önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmanın değerlendirme formunda yer alan 61 değerlendirme ölçütünün en fazla İRO tarafından karşılandığı, en az ise ŞURO tarafından karşılandığı saptanmıştır.

Değerlendirme formunda yer alan 61 değerlendirme ölçütünün meslek kuruluşlarının web siteleri tarafından karşılanma oranları ise meslek kuruluşlarına göre farklılık göstermektedir. Her ne kadar TUREB'e bağlı olarak kurulmuş meslek kuruluşları olsalar da turist rehberliği meslek kuruluşlarının web sitelerinin birbirinden bağımsız olarak hazırlanmış olduğu dikkat çekmektedir.

Bazı değerlendirme ölçütlerinin tüm meslek kuruluşlarının web sitelerinde yer aldığı görülmektedir. "Arama motorlarında karşımıza çıkma", "kurum logosu" ve "mevzuat ile ilgili bilgiler" web sitelerinde bulunan ortak ölçütlerdir. Bununla birlikte "sıkça sorulan sorular", "video-haberler" ve "uzmanlaşma usul ve esaslarına yönelik bilgiler" ise en az yer verilen ölçütler olmaktadır. 61 değerlendirme ölçütünün 22 tanesi 4 ana kategoriden biri olan "web sitelerinin temel tasarım ilkelerine uygunluğu ve kullanım kolaylığı" kategorisindedir. Bu 22 ölçütten 11'i %76,92 ile %100 arasında değişkenlik göstermektedir. Meslek kuruluşlarının web sitelerinin oluşturulmasında tasarım ilkelerine, işlevselliğe önem verildiği ve genellikle tasarım ilkelerine uygun olarak geliştirildiği görülmektedir. Kocabaş, Özgüler (2005) de yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Elde edilen bu sonuçlar kapsamında bazı öneriler sunulmuştur.

- Öncelikle meslek kuruluşlarının web sitelerinin birbirinden bağımsız hazırlanması meslek kuruluşlarına üye olan rehberlerin ya da web sitelerini kullanarak bilgi almak isteyen diğer kişilerin aynı anda aynı bilgilere ulaşmasını güçleştirmektedir. Kocabaş, Özgüler (2005) çalışmalarında bunun sebebinin web sayfalarındaki tasarım ve içerilen bilgiler bakımından büyük farklılıklar olmasından ileri geldiğini ortaya koymuştur.

- Bu nedenle, TUREB'in desteği ile tüm meslek kuruluşlarının iş birliği içerisinde web sitelerini ortak özellikleri dikkate alarak hazırlamaları gerekmektedir. Meslek kuruluşlarının web sitelerinin aynı tasarımlı web sitelerine sahip olmaları kullanım kolaylığının yanı sıra meslek kuruluşlarına kurumsal kimlik de kazandıracaktır.

- Aynı zamanda bu konudaki araştırmaların sayısının artması, standartlar geliştirilmesi süresini hızlandıracaktır.

- Meslek örgütlerinin turist rehberlerine sağladıkları destekler kapsamında TUREB'in web sitesinde bulunan "diğer sektörlerle sözleşme ve protokoller" in (özel bir GSM operatörü, özel hastaneler ile anlaşmalar vb.) üye olan rehberlerin sağlanan desteklerden eşit ölçüde faydalanmaları bakımından TUREB'e bağlı olarak kurulmuş tüm meslek kuruluşlarının web sitelerinde de yer alması gerekmektedir.

- Araştırmada ortaya çıkan diğer sonuçlardan biri, web sitelerine üye girişinin sadece 4 meslek kuruluşu tarafından sunulmuş olmasıdır. Tüm meslek kuruluşlarının üyelerine kullanıcı adı ve şifre vererek ekranı kişiselleştirme özelliğini sağlamaları gerekmektedir.

- Diğer bir sonuç olarak farklı dil seçeneğine yer verilmediği görülmektedir. Farklı dil seçeneğinin tüm meslek kuruluşları tarafından sunulmuş olması gerekmektedir. Turist rehberliği meslek kuruluşlarının web siteleri, aynı zamanda farklı ülkelerde yaşayan farklı insanların Türkiye'yi ziyaretleri sırasında rehber bulmak için faydalanabilecekleri şekilde sunulmalıdır.

- İlgili literatür incelendiğinde, turizm alanında web siteleri ile ilgili yapılmış yerli ve yabancı çalışmaların olduğu görülürken, meslek kuruluşları ile ilgili çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Meslek kuruluşları ile ilgili çalışmaların artırılması mevcut durumun iyileştirilmesinde etkili olacaktır.

KAYNAKÇA

Ahipaşaoglu, H. Suavi (2006). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Akay, Bayram; Uslu, Abdullah; Sancar, Muhammet Fatih (2014). "Turizm Örgütlerinin Turizme Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(4), 6-14.

Baloglu, Seyhmus; Pekcan, Yakup A. (2006). "The Website Design And Internet Site Marketing Practices Of Upscale and Luxury Hotels In Turkey". *Tourism Management*, 27(1), 171-176.

Bayram, Murat; Yaylı, Ali (2009). "Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 347-379.

Cai, Leixia; Card, Jaclyn A.; Shu, T. Cole (2004). "Content Delivery Performance Of World Wide Web Sites Of US Tour Operators Focusing On Destinations In China". *Tourism Management*, 25(2), 219-227.

Cavanagh, Stephen (1997). "Content Analysis: Concepts, Methods and Applications". *Nurse Researcher*, 4, 5-16.

Chung, Tony; Law, Rob (2003). "Developing A Performance Indicator For Hotel Websites". *International Journal Of Hospitality Management*, 22,1: 119-125.

Çiçek, Hüseyin; Demirel, Mustafa; Onat, Osman Kürşat (2010). "İşletmelerin Web Sitelerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma: Burdur İli Örneği". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 187-206.

Çubukçu, M. İhsan (2010). "Konaklama İşletmeleri Web Site İçeriklerinin Değerlendirilmesi". *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi*, 1(1), 39-59.

Dalgın, Taner; Karadağ, Levent (2013). "Restoran İşletmeleri Web Sitelerinin İçerik Analizi: Marmaris-Bodrum Örneği". *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (2). 133-150.

Devlet Denetleme Kurulu. (2009). Araştırma ve İnceleme Raporu, 6: 1-1061.

Eker, Nuray; Zengin, Burhanettin (2016). "6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanununun Profesyonel Turist Rehberlerince Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği". 3rd International Congress of Tourism & Management Researches, 1692-1710.

Ergün, Mustafa; Ergün, Ertuğrul (2008). "Web Sitelerinin Çeşitli Özellikleri ve Eğitim Kurumları Web Sitelerine Yansımaları". *Kuramsal Eğitimbilim*, 1 (1), 2-19.

Gök, Cengiz; Sarı, Yaşar (2010). "Turizm Sivil Toplum Kuruluşları (STK) ve Turizm İşletmelerinin Bu STK'na Bakışı Üzerine Bir Araştırma: Fethiye

Örneği". Osman Eralp Çolakoğlu (Der.). 11. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara: Detay Yayıncılık, 554-563.

Gürdal, Gültekin; Bulgan, Uğur (2008). "Kullanıcı Merkezli Kütüphane Web Siteleri Ve Yeni Teknolojiler". ÜNAK'06 Bilimsel İletişim ve Bilgi Yönetimi Konferansı 12-14 Ekim 2006, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Hançer, Murat; Ataman, Ceren (2006). "Seyahat Acentalarında İletişim Teknolojisinin Kullanımı ve Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Ege Bölgesi Örneği". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (3), 193-207.

Hashim, Noor Hazarina; Murphy, Jamie; Law, Rob (2007). "A Review Of Hospitality Web Site Design Frameworks". *Information And Communication Technologies in Tourism*, 2007, 219-230.

Huizingh, Eelko K. R. E (2000). "The Content and Design of Web Sites: an Empirical Study". <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720699000440> (Erişim Tarihi: 05.08.2016).

Ip, Crystal; Law, Rob; Lee, Hee Andy (2012). "The Evaluation of Hotel Website Functionality by Fuzzy Analytic Hierarchy Process". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(3), 263-278.

Karabağ, Solmaz Filiz; Mimaroğlu Özgen, Hande; Özgen, Hüseyin (2010). "Bir İletişim Aracı Olarak Web Siteleri: Türkiye'deki Otel Web Sitelerinin Etkinliği Üzerine Bir Araştırma". *Öneri*, 9(33), 17-32.

Karamustafa, Kurtuluş; Biçkes, Durdu Mehmet; Ulama, Şevki (2002). "Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19, 51-92.

Karamustafa, Kurtuluş; Öz, Mustafa (2010). "Türkiye'de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 189-218.

Karataş, İbrahim Hakan; Şaşmaz, Zehra (2013). "Okul ve Eğitim Yöneticilerinin Kurmuş Olduğu Sivil Toplum Kuruluşlarının Mesleki Etkililiklerinin Araştırılması: Nitel Bir Analiz". *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 16(30), 23-53.

Kent, Michael L.; Taylor, Maureen (1998). "Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web". *Public Relations Review*, 24(3), 321-334.

Kiper, Sibel; Koştu, Nazan (2010). "Denizli Sağlık Yüksekokulu Son Sınıf Öğrencilerinin Mesleki Örgütlenme Konusundaki Görüşleri". *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 5(14), 1-14.

Kocabaş, Fatma; Özgüler, Verda Canbay (2005). "Türkiye'de Sendikaların Web Sitelerinin İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(4), 157-194.

Kurulgan, Mesut; Bayram, Fatih (2006). "Üniversite Kütüphaneleri Web Sitelerinin Biçim ve İçerik Analizi: Türkiye'deki Uygulamaya İlişkin Bir Araştırma". *Türk Kütüphaneciliği*, 20(2), 141-172.

Lin, Yu- Shan; Huang, Jun- Ying (2006). "Internet Blogs as a Tourism Marketing Medium: A Case Study". *Journal of Business Research*, 59(10), 1201-1205.

Marangoz, Mehmet; Yeşildağ, Burak; Saltık, Işıl Arıkan (2012). "E-Ticaret İşletmelerinin Web ve Sosyal Ağ Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi". *İnternet Uygulamaları ve Yönetim Dergisi*, 3(2), 53-78.

Mısırlı, İrfan (2013). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Musante, Michael D.; Bojanic, David C.; Zhang, Jian (2009). "An Evaluation of Hotel Website Attribute Utilization and Effectiveness by Hotel Class". *Journal of Vacation Marketing*, 15(3), 203-215.

O'Connor, Peter; Murphy, Jamie (2004). "Research on Information Technology in the Hospitality Industry". *International Journal of Hospitality Management*, 23, 473-484.

Procaccino, J. Drew; Miller, F. Roy. (1999). "Tourism On The World Wide Web: A Comparison Of Web Sites Of United States-And French-Based Businesses". *Information Technology & Tourism*, 2(3), 173-183.

Roney, Sevgin Akış; Özturan, Meltem (2006). "A Content Analysis of the Web Sites of Turkish Travel Agencies". *Anatolia*, 17(1), 43-54.

Sarı, Yaşar; Kozak, Metin (2005). "Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi". *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 248-271.

Tarhan, Ahmet (2007). "Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4(4), 75-95.

Temizkan, S. Pınar; Temizkan, Rahman; Tokay, Simge (2013). "Turist Rehberliği Meslek Kanunu Ve Turist Rehberi Eğitiminde Yeni Bir Paradoks". *14. Ulusal Turizm Kongresi*, 5-8 Aralık 2013, Kayseri, 474-486.

Tierney, Patrick (2000). "Internet-Based Evaluation Of Tourism Web Site Effectiveness: Methodological Issues And Survey Results". *Journal Of Travel Research*, 39(2), 212-219.

Turban, Efraim; King, David; Lee, Jae Kyu; Liang, Ting- Peng; Turban, Deborrah C. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Switzerland: Springer International Publishing.

Ulusoy, Hasret; Manav, Selin; Koroğlu, Özlem (2016). "Turist Rehberliği Meslek Kuruluşları Tarafından Rehberlere Sağlanan Desteklerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma". 17. Ulusal Turizm Kongresi, 20-23 Ekim 2016, Muğla, 935-948, Ankara: Detay Yayıncılık.

Wan, C. S. (2002). "The Web Sites Of International Tourist Hotels And Tour Wholesalers İn Taiwan". *Tourism Management*, 23(2), 155-160.

Yazıcıoğlu, Yahşi; Erdoğan, Samiye (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yenipınar, Uysal; Bak, Elif; Çapar, Gizem (2014). "Turist Rehberliği Meslek Kanununun, Meslek Örgütleri Ve Öğretim Elemanlarının Bakış Açısı İle Değerlendirilmesi". *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 86-114.

Yurdakul, Nilay Başok; Öksüz, Burcu (2007). "Hastanelerde Bir Tanıtım Aracı Olarak Web Siteleri: İzmir İli Eğitim Hastaneleri ve Özel Hastanelerin Kurumsal Web Sitelerinin Kıyaslamalı Analizi". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5(1), 118-134.

Yüksel, Atila; Yüksel, Füsün (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitapevi. http://tureb.org.tr/sayfa_detay.aspx?id=1, (Erişim Tarihi: 08.08.2016).

6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2012). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120622-2.htm>, (Erişim Tarihi: 1 Temmuz 2016).

SUMMARY

The establishment and application of a certain number of common norms in order to provide service and satisfaction to a certain quality in the tourism industry has necessitated the existence of professional organizations and local, regional, national and international professional organizations have been established in different fields (hotel, travel agency, restaurant and transportation etc.) (Akay, Uslu & Sancar, 2014: 7). TUREB, established in accordance with the "Tourist Guidance Professional Law" numbered 6326 published in the Official Gazette No. 28331 on 22nd of June 2012 and active effectively in tourism industry, is a professional upper body as an institution with 13 professional chambers, organized in Turkey, composed 7 professional chambers and 6 regional professional chambers. TUREB, with all the units formed by the law, works on the purpose of being prevented the illegal guidance activities, being promoted the country in the direction of culture and tourism policies and making the guides more effective (<http://tureb.org.tr>). TUREB and its professional organizations use internet and websites to communicate with their members, inform them, create a guide database and publish announcements related to the events being held.

Due to the growing importance of professional organizations, studies are started to be carried out on professional organizations operating in the tourism sector. However, in the literature, it has not been encountered any study of websites of tourist guidance professional associations. Therefore, in this research, it has been aimed to examine the websites of the tourist guidance professional chambers by content analysis and determine the current situation.

This research has been laid out as a qualitative research, having the aim of examining of websites of tourist guidance professional organizations. In the research, content analysis method which is one of the qualitative research methods, was used to examine the acquired data in depth and to obtain valid implications/themes. Content analysis is a technique that allows you to test theoretical issues to improve the understanding of data (Cavanagh, 1997) and in this method, it is the subject that selected units are examined and counted by scanning meeting records, letters, diaries, speeches, newspapers and journal articles (Yüksel, Yüksel, 2004).

The websites of 13 profession organizations, with 7 profession chambers and 6 regional professional chambers, and TUREB, operating at the national level organized in Turkey, constitutes the study's universe. The research is limited between the dates of 1st and 31st of July, 2016, when websites are evaluated. After this date, any changes, innovations and updates, made in websites are lied beyond the scope of research. In this research, the web-sites of TUREB

(Association of Tourist Guides), İRO (Istanbul Chamber of Tourist Guides), ARO (Antalya Chamber of Tourist Guides), İZRO (Izmir Chamber of Tourist Guides), ADRO (Adana Regional Chamber of Tourist Guides), ANRO (Ankara Chamber of Tourist Guides), ATRO (Aydın Chamber of Tourist Guides), BURO (Bursa Regional Chamber of Tourist Guides), ÇARO (Çanakkale Regional Chamber of Tourist Guides), GARO (Gaziantep Regional Chamber of Tourist Guides), MURO (Muğla Chamber of Tourist Guides), NERO (Nevşehir Chamber of Tourist Guides) and ŞURO (Şanlıurfa Regional Chamber of Tourist Guides) have been evaluated. Due to the fact that it is under construction on the specified dates, the web site of TRO (Trabzon Chamber of Tourist Guides) is not included in the scope of the evaluation. Hereby, the websites of the 13 professional organizations have been constituted the scope of this research.

In this research, website evaluation criteria, used by Kocabaş and Özgüler (2005) are based on by being in the clear with the authors. In addition to these criteria, different criteria are attached, found and must be found in the websites of the professional organizations. Accordingly, 61 evaluation criteria have been defined and an evaluation form has been established for evaluation of the websites of the tourist guidance professional organizations. Some important results have been achieved in this research which the websites of 13 professional organizations are evaluated. It is determined that 61 evaluation criteria, taking part in the evaluation form of the research, are most met by İRO, least met by ŞURO. The rates of coverage of 61 evaluation criteria in the evaluation form differ by professional organizations. Even though professional organization are founded depending upon TUREB, it is noteworthy that websites of tourist guidance professional organizations are prepared independently each other. It is seen that some evaluation criteria appear on all of the websites of professional organizations.

