

## **Seyahat İşletmelerinin Misyonlarına Yönelik Bir İçerik Analizi İncelemesi**

**Nurettin AYZ**

orcid.org/0000-0003-2117-2015

Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi

Karabuk University, Safranbolu Tourism Faculty

nurettinayaz@karabuk.edu.tr

**Berkay GÖKGÖZ**

orcid.org/0000-0003-4526-7668

Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Karabuk University, Institute of Graduate Programs

bgberkaygokgoz@gmail.com

### **Öz**

Turizm sektörü içerisinde turistlere paket tur satışı, rezervasyon ve enformasyon hizmetleri sunan seyahat işletmeleri, güvenli ve garantili seyahat sunma özellikleri ile örgütsel kitle ve bireysel kitle turistler için önemli kurumlardır. Bu kurumların varlıklarını devam ettirebilme adına hızlı değişen pazar koşullarına ve artan turist beklentilerine göre kendilerini yenilemeleri önemli bir gerekliliktir. Bu araştırmada A Grubu seyahat işletmesi olarak hizmet sunmakta olan 172 seyahat acentasının misyonları 21. yüzyılda işletmeleri şekillendirdiği düşünülen değişim, liderlik, takım çalışması, yönetim ve organizasyon, rekabet, pazarlama iletişimi, strateji ve yaratıcılık temaları kapsamında incelenmiştir. Acenta misyon ifadelerinin strateji, pazarlama iletişimi ve değişim öncelikli bir görünüm sergilediği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Stratejik Yönetim, Misyon, Seyahat İşletmeleri, Türkiye.

## A Content Analysis Review of Travel Business Missions

### Abstract

Travel businesses that offer package tour sales, reservation and information services to tourists in the tourism sector are important institutions for organizational and individual mass tourists with their features of providing safe and guaranteed travel. In order for these institutions to continue their existence, it is an important requirement that they renew themselves according to the rapidly changing market conditions and increasing tourist expectations. In this research, the missions of 172 travel agencies serving as Group A travel businesses were examined within the scope of the themes of change, leadership, teamwork, management and organization, competition, marketing communication, strategy and creativity, which are thought to shape businesses in the 21st century. It has been seen that the agency mission statements have a priority view of strategy, marketing communication and change.

**Key Words:** Strategic Management, Mission, Travel Agencies, Turkey.

### 1. Giriş

İşletmelerin günlük yönetim faaliyetleriyle birlikte gelecekteki uzun dönemli faaliyetlerini belirlenmesi adına stratejik yönetim önem kazanmıştır. Hedeflerin belirlenmesi, iç organizasyonun analiz edilmesi, rekabet ortamının analiz edilmesi, stratejilerin değerlendirilmesini ve yönetimin stratejileri organizasyon genelinde yayma faaliyetler dizisi olarak stratejik yönetimde bir kuruluş için misyon ve vizyon oluşturmada kurumun geleceğe bakış açısında bir adım ve göstergedir.

İşletmeler için bir kimlik görevi üstlenen misyon ve vizyon; bir kurumun tam ve doğru şekilde ne yaptığını ve gelecekte ne yapmak istediklerini belirlemesidir. Bu çerçevede büyük, küçük, eski ve yeni tüm

alandaki işletmeler için misyon ve vizyona sahip olmak kaçınılmaz bir gerekliliktir (Krohe, 1995; Bartkus vd., 2002; Yatkın 2003; Eren, 2005; Brătianu ve Bălănescu, 2008). Turizm sektörü içerisinde önemli yapı taşlarından olan seyahat işletmeleri de bu kurumlardan bir tanesidir.

Seyahat işletmeleri; dünya genelindeki seyahat yerleri başta olmak üzere çeşitli konularda müşterilerine geniş bilgi sağlama (enformasyon hizmeti); uçak, gemi, tren ve otobüs koltukları, konaklama işletmeleri odaları ve araç kiralama (rezervasyon hizmeti) ile seyahate çıkan müşterinin evine geri dönünceye kadar ihtiyaç duyabileceği her ayrıntının planlanması (müşteri hizmetleri) temel görevleri arasındadır (Ayaz ve Gökğöz, 2019). Dijital dönüşüm çağında hedef kitleye yönelik görev algısının yansıtılması (Aytar ve Soylu, 2017) adına misyon, seyahat işletmeleri için de oldukça önemlidir.

Bu çalışmada Türkiye’de A Grubu Seyahat Acentası kapsamında hizmet sunmakta olan 172 seyahat işletmesinin misyonlarına odaklanılmakta, misyon ifadelerinin yönetim bilimi için hangi temel belirleyiciler etrafında şekillendiği içerik analizi kapsamında değerlendirilmekte ve seyahat işletmeleri misyonlarına yönelik olmak üzere genel bir çerçeve oluşturulması amaçlanmaktadır. Türkiye’de misyon içerikleri liman işletmeleri (Ateş, 2016), savunma işletmeleri (Ocak, Güler ve Basım, 2016), bankacılık (Aytar ve Soylu, 2017), havayolu işletmeleri (Önen, 2017), lojistik işletmeleri (Baran, Ayaz ve Açık, 2018), ve üniversiteler (Ocak ve Karabulut, 2017) perspektifinden incelenmiştir. Turizm sektöründe ise turizm eğitim kurumları (Olcaı vd., 2027; Ormankıran ve Yavuz, 2020) ve konaklama işletmeleri (Oruç ve Zengin, 2015; Yüzbaşıoğlu vd., 2016) perspektifinden ele alınmıştır. Bu çalışma ise misyon içeriklerine turizm sektöründe seyahat işletmeleri yönüyle yaklaşmakta ve farklılık arz etmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Dünyada artan refah, teknoloji, sağlık hizmetleri ve boş zaman kapsamında insanlar için seyahate çıkma önemli bir ihtiyaç olarak kabul görmeye başlamıştır. Dinlenme, eğlenme, rahatlama, din, sağlık ve iş gibi nedenlerle birçok insan seyahate çıkar hale gelmiştir. Bu ihtiyaçla birlikte seyahate çıkma ihtiyacı hisseden insanlara güvenli seyahat imkânı sunma kapsamında enformasyon hizmeti, ulaşım aracı bileti bulma ve seyahat önerileri sunma hizmetleri aracı kurumlar olarak seyahat acentaları tarafından sunulmaya başlanmıştır (Zengin, 2004). Özellikle paket turları turistlere satan perakendeciler olarak seyahat acentaları önemli bir konuma ulaşmıştır (Hacıoğlu, 1989).

Türkiye’de seyahat acentaları; A, B ve C Grubu acentalar olarak idame ettirmektedir. A Grubu seyahat acentaları turizm sektöründe paket tur hazırlama, tur düzenleme, turist taşıma hizmetleri, rezervasyon hizmetleri kongre ve konferans organizasyonları, yatçılık hizmetleri, hediyelik eşya ve tanıtıcı yayınların satışı, bilgi toplama ve aktarma, eğitim hizmetleri, rehberlik hizmetleri, gümrük, pasaport, vize ve sigorta gibi formaliteleri yerine getirme ve müşterilerin transfer hizmetleri sunma yönüyle öne çıkartılmaktadır (Zengin, 2004; Rızaoğlu, 2007).

Stratejik yönetim sürecinde bir işletmenin başarısı için iç ve dış çevre koşullarının çok iyi analiz edilerek misyon ve vizyon belirlenmesi öne çıkartılmaktadır (Kaya, 2010). Misyon ifadelerinin strateji geliştirmede önemli bir role sahip bulunduğu, çalışanların davranışlarını şekillendirdiği ve işletme amaçlarına ulaşmada kültürel bir role sahip olduğuna inanılmakta ve bu ifadelerin düşünülerek hazırlanmasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir (Yüzbaşıoğlu vd., 2016). Ayrıca bu ifadelerin işlerin sınıflandırılması ve nasıl yapılması gerektiği yönünde performans artırıcı etkisine (Olçay vd., 2017) ve rakiplerine göre güçlü işletmenin güçlü ortaya koyduğuna (Yavuz ve Ormankıran, 2020) vurgu yapılmaktadır.

Emek yoğun yapısı ve çok çeşitli müşteri profili ile turizm sektörü stratejik yönetimi gerektiren bir işkoludur. Stratejik yönetim bağlamında bu iş kokundaki çalışanların işletmesi tarafından belirlenen misyon ve vizyonlarını bilmesi, anlaması ve benimsemesi önem arz eden durumlardır. Misyon ve vizyonları duvarlarına asmak veya internet sayfalarına koymanın yeterli olmayacağına inanılmakta ve çalışanlarının misyon ve vizyonlar konusunda bilgilendirilmesi, bu ifadelerin oluşturulması ve eyleme geçirilmesinde çalışanların desteğini almanın önemine dikkat çekilmektedir (Woodrow, 2006; Boerema, 2006; Gürüz ve Gürel, 2006).

### 3. Metodoloji

Bu çalışmada ikincil veriler, literatür taraması ve birincil veriler, içerik analizi yönetimi özelinde doküman incelenmesinden elde edilmiştir. Yazılı veya görsel materyallerinin yorumlanıp, kodlanması ve tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapılmasına yönelik bir araştırma tekniği olarak kabul edilen içerik analizinde kalitatif verileri, kantitatif verilere dönüştürmek, sistematik sonuçları kapsayan özlü özetler oluşturması beklenmektedir (Ayaz ve Gökgöz, 2019).

Harris'e (2001) göre içerik analizi aşamaları; araştırma soru/sorularının belirlenmesi, örneklem, analiz birimlerinin belirlenmesi, kategorilerin saptanması, kodlama ile geçerlilik ve güvenilirlik aşamalarını kapsamalıdır. Bu çerçevede bu çalışma için araştırma sorusu aşağıdaki şekilde öngörülmüştür:

*-Türkiye'deki A Grubu seyahat acentalarının misyon ifadeleri yönetimde hangi temel belirleyici kavramlar etrafında şekillenmektedir?*

Araştırmanın örneklemi 2019 yılı itibariyle Türkiye'de faaliyetine devam etmekte olan ve TÜRSAB'a kayıtlı 172 adet A Grubu seyahat acentası olarak kabul edilmiştir. Analiz birimleri olarak bu acentaların web sayfalarındaki misyon ifadeleri esas alınmıştır. Analiz kategorileri olarak Gürüz ve Gürel (2006) öngörülen ve 21. yüzyılda işletmeler için temel

belirleyiciler olarak gösterilen “değişim, liderlik, takım çalışması, yönetim ve organizasyon, rekabet, pazarlama iletişimi, strateji ve yaratıcılık” temaları olarak belirlenmiştir. Araştırma geçerliliği için iki araştırmacının fikir birliği ve güvenilirliği içinse Kappa Analizi sonuçları dikkate alınmıştır. Araştırmanın tema kodlarından en az bir tanesini içeren 464 ifadenin Kappa skoru 0,96 olarak hesaplanmıştır. Ayaz (2015), Kappa analizi için 0,81-1,00 arasının önemli derecede güvenilir olduğunu belirtmektedir.

#### 4. Bulgular

Araştırma kapsamında misyonları incelenen seyahat acentalarının Türkiye genelindeki dağılımları Tablo 1’de gösterilen biçimde tespit edilmiştir:

**Tablo 1:** A Grubu Seyahat Acentalarının Coğrafi Bölgelere Göre Dağılımı

Coğrafi Bölge	f	%	Kümülatif %
Marmara Bölgesi	60	34,88	34,88
İç Anadolu Bölgesi	31	18,03	52,91
Akdeniz Bölgesi	21	12,20	65,11
Ege Bölgesi	18	10,46	75,57
Karadeniz Bölgesi	15	8,73	84,3
Doğu Anadolu Bölgesi	15	8,73	93,03
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	12	6,97	100
<b>Toplam</b>	<b>172</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Tablo 1’de görüldüğü üzere seyahat acentalarının Türkiye genelindeki dağılımı Marmara Bölgesi (%34,88), İç Anadolu Bölgesi (%18,03), Akdeniz Bölgesi (%12,20), Ege Bölgesi (%10,46), Karadeniz Bölgesi (%8,73), Doğu Anadolu Bölgesi (%8,73) ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi (%6,97) önceliğindedir.

Araştırma kapsamında incelemeye tabii tutulan seyahat acentalarının 464 misyon ifadesi araştırmada tema kodu olarak kabul edilen belirleyiciler (strateji, pazarlama iletişimi, değişim, yönetim ve organizasyon, takım

çalışması, rekabet, liderlik ve yaratıcılık) göre dağılımı Tablo 2’de gösterilen biçimde belirlenmiştir.

**Tablo 2:** Seyahat Acentalarının Misyonları İçin Tema Kodları

Tema Kodu	f	%	%
Strateji	98	21,30	21,30
Pazarlama İletişimi	96	20,75	42,05
Değişim	79	17,25	59,30
Yönetim ve Organizasyon	73	15,85	75,15
Takım Çalışması	47	10,30	85,45
Rekabet	40	8,80	94,25
Liderlik	26	5,65	99,90
Yaratıcılık	5	0,10	100
<b>TOPLAM</b>	<b>464</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Seyahat acentalarının misyonlarında strateji tema kodu kapsamında 98 ifadeye ulaşılmıştır. Strateji tema kodunun tüm misyon ifadeleri içerisinde %21,30’luk oranla ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Acentalar strateji tema kodunu misyonlarında şu ifadelerle şekillendirmiştir:

*“yüksek sorumluluk duygusu, güvenirlilik, tecrübe, kalite bilinci, iş ahlakı, yaratıcılık, inovasyon ile çalışmak”, “standart kabul ettiği kaliteyi hizmet anlayışına taşıyarak”, “hizmetlerini müşterilerine en hızlı ve etkin şekilde ulaştırarak”, “müşteri memnuniyetini her şeyden üstün tutan”, “konforlu ve güvenli ulaşımı sağlamak”, “bütün hizmetlerimizde kaliteyi ön planda tutmak”, “müşteri memnuniyeti ve sadakatini üst düzeyde tutarak en yüksek verimi sağlayan”, “ulaşımında mükemmelliği sağlamak”, “sektör standartlarında belirleyici olmak”, “misafir memnuniyetini ön planda tutuyor olup misafirlerimize en iyi hizmeti vermek”, “yüksek kalitede hizmet üreterek müşteri memnuniyetini arttırmaktır”, “müşterilerimizin beklentilerine zamanında ve etkin çözümler sunuyoruz”, “kalite ve uygun fiyatı bir araya getirmeyi hedefler”, “misafirlerimizin taleplerini çözüme ulaştırmaya endeksli şekilde, öncelikli olarak memnuniyet odaklı anlayışla”, “turizmin insana kattığı kültürel değerleri benimseyen ve önemseyen bir kuruluştur”, “şirketimiz turizm hizmetlerini mesafeli olarak bile gerçekleştirebilmeyi sağlamak amacıyla var olmuştur”, “kaliteden ödün vermeden büyük çaba ve azim ile çalışmalarına devam etmektedir. dürüstlüğü*

*anahtar olduğuna inanan firmamız bu anahtarı yıllarca kaybetmeyerek yoluna devam edecektir”, “en akılcı, en ekonomik ve misafir memnuniyetini ön planda tutacak şekilde çözümlmeyi ana ilke olarak benimseyip”, “kaliteli, akılda kalan bir hizmet sunmak”, “ kaliteli, ekonomik, güvenli, konforlu yolculuk sunmak”, “standart kabul ettiği kaliteyi hizmet anlayışına taşıyarak”, “Türkiye’nin dış pazarlarla olan ilişkilerini güçlendirmek”, “iş ortaklarının ihtiyaç, istek ve arzularını karşılayan”, “yeni uygulamalar yaratarak ve araştırarak müşteriye istediğinden daha fazlasını verebilmek”, “gelişen teknolojinin tüm imkânlarından hem çalışanlarını hem de müşterilerini faydalandırmak”, “her zaman çalışılacak bir firma olmak bizim başta gelen ilkemizdir”, “22. yılımıza sizinle, dilediğiniz her yere sloganıyla geldik; bir 22 yıl daha sizlerle birlikte diyoruz”, “hizmetlerimizi, güvenli, konforlu, dakik, emniyetli yaparak çalışmalarımızı ilkelerimizle destekleyerek”, “teknolojiyi çalışanları ve müşterileri için etkin kullanmak”, “her dönem güvenilir olmak”, “yüksek standartlarda ve kaliteden ödün vermeden sunabilen”, “güvenilir ve müşteri memnuniyeti odaklı bir çözüm ortağı olup”, “firmalarımızın memnuniyetini en üst düzeyde sağlayan”, “toplam kalite yönetimi anlayışıyla hareket eden”, “marka bilinci taşıyan”, “hizmet kalitesinde devamlılık sağlayan”, “orta doğu gibi yeniden yapılaşma olan ülkelerde inşaat ve turizm işi yapmaktır”, “bütün hedefimiz ve ilkemiz dürüst partnerle çalışmaktır”, “müşterilerimizin için elimizden gelen imkânlarımızla doğru, güven, başarı, kalite ve konforla hizmet vermek için hareket ederiz”, “eksiksiz bir şekilde yapılmasını sağlamak için azami gayret içerisindeyiz”, “müşterilerinin beklentilerini, rahatlığını ve memnuniyetini de önemseyen bir anlayışa sahiptir”, “çözümlere ve sunduğu hizmetlerle fark yaratır”, “her işe özel düşünür”, “araştırmacı, hedef odaklı ve çevrecidir”, “uygun fiyat ve kaliteli servis anlayışıyla sunarak”, “kurumsal ve bireysel müşterilere yönelik bütünleşik etkinlik ve seyahat çözümleri konusunda; fark yaratan ve aranan şirket algısı oluşturarak ilk tercihleri arasında yer almaktır”, “tamamen müşteri memnuniyeti odaklı hizmet kalitemiz”, “maksimum kalite ve güven anlayışı”, “etik değerlerden ödün vermeden”, “başarının sürekliliğini kurum kültürü haline dönüştürerek iş çözümleri ve hizmet sunan bir kuruluştur”, “tüm müşterilerimiz için onların ihtiyaçlarına uygun çözümleri birlikte*



üretmek rekabette kazanan", "temel değerlerimiz doğrultusunda iş ahlakı, dürüstlük ve kaliteden taviz vermeyen", "ilkeli, sorumlu çalışma prensiplerimiz ve yenilikçi yaklaşımımızla bölgemizde lider personel taşıma firması olmak", "sürdürülebilir ve sinerji oluşturacak yatırımlarla ülke ekonomisine katma değer oluşturmak", "'stratejik bir portföyü" paydaşlarına değer yaratacak şekilde yönetmek", "faaliyet gösterdiğimiz alanlarda her türlü ön yargıdan uzak, ahlak ve disiplinine bağlı kalarak verimli şirketler yaratmak", "en geniş ürün seçeneği, en doğru bilgi, en uygun ödeme koşulları ve müşteri odaklı satış öncesi ve sonrası hizmetiyle müşterilerine hizmet sunmak", "misafirlerimize ve iş ortaklarımıza deneyimimizi ve kaliteli hizmetimizi yansıtarak, en iyi koşullarda özel hissetmelerini sağlamak", "ülke genelinde bilinen bir marka haline gelmek", "mümkün oldukça alkolsüz, helal gıda sertifikalı otel ve restoranları tercih ediyoruz", "bizimle aynı hassasiyete sahip aileleri bir araya getiriyor ve tüm dünyayı gezdiriyoruz", "mukaddes topraklardaki kutsal vazifelerinde iş ahlakı, dürüstlük, güven, güler yüz, özveri ve kaliteden ödün vermeyen bir firma olmak", "müşterinin bugünkü beklentileri ve gereksinimleri tam ve zamanında karşılayıp", "müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır", "teknolojinin tüm imkânlarını müşterilerine ve personeline kullandırıp, yaptığı işte fark yaratmayı hedeflemektedir", "güvenilir, yaratıcı, hızlı, kaliteli, doğru zamanlı, uygun fiyatlı, yenilikçi, beklentilerin ötesinde, yüksek standarttaki hizmetlerimizle çözüm ortağımız olmak, hayallerinize hayat vermek için çalışmaktır.", "müşteri ve potansiyel müşterilerimizin talep ve isteklerine en uygun fiyatlı ve en kaliteli çözümü zamanında sunmaktır", "müşteri memnuniyetini günden güne ve kaliteden ödün vermeden ileri seviyeye taşımaktadır", "müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri, servis ve kaliteyi eğitilmiş profesyonel, yenilikçi bir takım ruhu içinde sunmaktır", "toplumun her kesiminden bireylerin katılımı ile, turizm sektöründe otel vb. işletmelerin ekonomik ve hızlı bir şekilde müşterilerine ulaşarak ihtiyaçlarını karşılama imkanını sağlayacak blockchain tabanlı ürün ve hizmetleri oluşturmak", "sürekli ve kaliteli bir hizmet sunabilmek", "hizmette kaliteyi kültürel bir değer olarak kabul eden", "müşteri ihtiyaç ve beklentilerini en üst düzeyde karşılayan", "teknolojinin tüm imkanlarını

*çalışanlarına ve müşterilerine sunmak”, “müşterilerimize en hızlı ve kaliteli hizmeti sunmak birinci önceliğimizdir”, “en uygun fiyat, modern tasarım, pratik iletişim, kaliteli hizmet deneyimli”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “belirlenmiş kalite standartlarımızı uygulamak”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir”, “bir organizasyon başarısının detaylarda yattığının bilincinde, bilgi ve deneyimlerimizle; dürüstlüğe, güvenilirliğe ve mükemmeliyetçi anlayışa bağlı kalarak”, “müşterilerimize değer katacak profesyonel hizmetleri, uygun fiyat ve kaliteli servis anlayışıyla sunarak, onların güvenilir iş ortağı olmak”, “temel değerlerimiz doğrultusunda iş ahlakı dürüstlük ve kaliteden taviz vermeyen bir firma olarak”, “müşterilerimize en iyi hizmeti sunmayı hedeflemektedir”, “ilkeli, sistematik, reaktif ve samimi çalışma anlayışından yola çıkarak”, “hizmet verdiğimiz sektörlerde mutlak memnuniyete ulaşmak.”, “hizmet kalitesini devamlı artırarak müşterilerine, çalışanlarına ve işine saygı duyarak, onlara daima en iyiyi sağlamak”, “kamusal disiplin ve güven içinde çalışmalarını sürdürmek”, “her türlü seyahat ve organizasyon çalışmasının standartlarına ulaşmak”, “bilgi beceri ve yetenekleri ile müşteriye yönlendirici hizmetleri sunan”, “öngörü sahibi olmak, ihtiyaç ve beklentileri karşılayabilmek”, “başarının sürekliliğini kurum kültürü haline dönüştürerek iş çözümleri ve hizmet sunan bir kuruluş olmak”, “müşterinin bugünkü beklentileri ve gereksinimleri tam ve zamanında karşılayıp, onlara gelecekte beklentilerini aşan ürün ve hizmetler sunmak”, “özel tercihlere çabuk cevap veririz”, “fiyat çeşitliliğini yeni projelerle sunarız”, “365 gün ücretsiz tatil danışmanlığı yaparız”, “herkese ve her kesime uygun fiyat seçenekleriyle”, “müşterilerimizin gereksinimlerini zaman-fiyat-kalite yönünden en uygun koşullarda karşılamak, verimliliğimizi arttırarak şirketimizin karlılığını üst düzeye çıkarmak”*

Strateji tema kodlu vizyon ifadeleri incelendiğinde turizm sektöründe daha iyi noktalara gelebilme adına müşteri ve çalışan memnuniyetine odaklandığı, teknolojik araç gereçleri öne çıkardığı, söylenebilir.

Pazarlama iletişimi kapsamında değerlendirilen 96 ifade %20,75 oranla acentalarının misyonlarında öne çıkarılan ikinci tema olmuştur. Acentalar, pazarlama iletişimini misyonlarına aşağıdaki ifadelerle ilişkilendirmiştir:

*“müşterilerimizin ihtiyaçlarını en iyi şekilde anlayarak”, “müşteri isteklerini en yüksek düzeyde karşılamak”, “müşteri memnuniyeti ve sadakatini üst düzeyde tutarak en yüksek verimi sağlayan”, “katılımcılarıyla paylaşmayı seven bir kurum olmaktır”, “müşteri memnuniyetini ve güvenliğini en önemli hedef olarak görüp”, “inanç turizminde ehli-ı sünnet hassasiyeti ve Hakk’ın rızasını göz önünde bulundurarak”, “çok kıymetli hoca efendiler riyasetinde ibadetler ve ziyaretlerin eksiksiz yapılmasını sağlamak”, “bütün müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılayan”, “müşterilerine her zaman değer vermek”, “eğlenceli bir tatil yapmak isteyenlerden farklı yerler görüp, farklı kültürleri tanımak isteyenlere, hatta bu iki opsiyonu bir arada isteyenleri bile kapsayan paketleriyle, her kesimden insana hitap etmeyi amaçlamıştır”, “yeni uygulamalar yaratarak ve araştırarak müşteriye istediğinden daha fazlasını verebilmek”, “gelişen teknolojinin tüm imkânlarından hem çalışanlarını hem de müşterilerini faydalandırmak”, “turizm alanındaki uzmanlığımızı ve teknolojik inovasyonlarımızı birleştirerek sunduğumuz rakipsiz avantajlarla”, “sizlerin memnuniyetini amaç edinerek”, “% 100 müşteri memnuniyeti odaklı çalışan”, “22. yılımıza sizinle, dilediğiniz her yere sloganıyla geldik; bir 22 yıl daha sizlerle birlikte diyoruz”, “doğal çevreyi koruyarak ve topluma katkıda bulunarak sürdürdüğümüz hizmetlerimiz”, “toplumsal değerlere saygılı olmak”, “müşterilerimize kaliteli, hızlı ve sürdürülebilir hizmet sunmak”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak”, “güvenilir ve müşteri memnuniyeti odaklı bir çözüm ortağı olup”, “firmalarımızın memnuniyetini en üst düzeyde sağlayan”, “bütün hedefimiz ve ilkemiz dürüst partnerle çalışmaktır”, “müşterilerimizin için elimizden gelen imkânlarımızla doğru, güven, başarı, kalite ve konforla hizmet vermek için hareket ederiz”, “müşterilerinin beklentilerini, rahatlığını ve memnuniyetini de önemseyen bir anlayışa sahiptir”, “çözümlere ve sunduğu hizmetlerle fark yaratır”, “her işe özel düşünür”, “uygun fiyat ve kaliteli*

*servis anlayışıyla sunarak”, “güvenilir iş ortağı olmak”, “kurumsal ve bireysel müşterilere yönelik bütünleşik etkinlik ve seyahat çözümleri konusunda; fark yaratan ve aranan şirket algısı oluşturarak ilk tercihleri arasında yer almaktır”, “tamamen müşteri memnuniyeti odaklı hizmet kalitemiz”, “bir sonraki tatil planımızın yine tek adresi olmaktır”, “etik değerlerden ödün vermeden müşterilerinin ihtiyaç, istek ve beklentilerini karşılayan”, “tüm müşterilerimiz için onların ihtiyaçlarına uygun çözümleri birlikte üreterek rekabette kazanan”, “bilgi beceri ve yetenekleri ile müşteriye yönlendirici hizmetler sunan”, “güvenli ve konforlu ulaşımın müşterilerimizin çalışanlarının hakkı olduğu inancındayız”, “müşterilerimizin ve çalışanlarımızın beklentilerini karşılayarak”, “müşterilerine en kaliteli hizmeti sunabilmeyi amaç edinmiştir”, “sizlere turizm faaliyetleri adına verilebilecek hizmetlerin en iyisini sunmak”, “teknolojinin tüm imkanlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak”, “faaliyet gösterdiğimiz alanlarda her türlü ön yargıdan uzak, ahlak ve disiplinine bağlı kalarak verimli şirketler yaratmak”, “ilişki içerisinde bulunduğumuz kişi ve kurumlara beklentileri doğrultusundaki en mükemmeli sunmaktır”, “en geniş ürün seçeneği, en doğru bilgi, en uygun ödeme koşulları ve müşteri odaklı satış öncesi ve sonrası hizmetiyle müşterilerine hizmet sunmak”, “misafirlerimize ve iş ortaklarımıza deneyimimizi ve kaliteli hizmetimizi yansıtarak, en iyi koşullarda özel hissetmelerini sağlamak”, “kaliteyi üst zirveye çıkararak müşteri memnuniyetini sağlamaktır”, “çağın gerektirdiği kalite anlayışını müşterilerimize en üst seviyede sunmayı hedeflemekteyiz”, “hac ve umre ibadetini Sünnet-i Seniyye’ye uygun layıkıyla yaptırmak”, “misafirlerimize hem dünyanın dört bir yanını gezdiriyor hem de ibadetlerini zamanında yerine getirmelerini sağlıyoruz”, “muhafazakâr yurtdışı turlar anlayışıyla gidilen bölgelerde cami, türbe gibi dini öneme sahip noktaları detaylı bir şekilde gezdiriyoruz”, “mümkün oldukça alkolsüz, helal gıda sertifikalı otel ve restoranları tercih ediyoruz”, “bizimle aynı hassasiyete sahip aileleri bir araya getiriyor ve tüm dünyayı gezdiriyoruz”, “mukaddes topraklardaki kutsal vazifelerinde iş ahlakı, dürüstlük, güven, güler yüz, özveri ve kaliteden ödün vermeyen bir firma olmak”, “verilen bu emekte bizim en büyük kazancımız kıymetli misafirlerimizin memnuniyeti ve dualarıdır”,*

*“müşterinin bugünkü beklentileri ve gereksinimleri tam ve zamanında karşılayıp”, “onlara gelecekte beklentilerini aşan ürün ve hizmetler sunmaktır”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “müşteri odaklı çalışmaktadır”, “öncelikle müşteri için varız”, “teknolojinin tüm imkânlarını müşterilerine ve personeline kullanarak, yaptığı işte fark yaratmayı hedeflemektedir”, “her zaman müşterinin ve çalışanın tercih edeceği tur operatörü olmaya çalışmaktadır”, “müşteri ve potansiyel müşterilerimizin talep ve isteklerine en uygun fiyatlı ve en kaliteli çözümü zamanında sunmaktır”, “müşteri memnuniyetini günden güne ve kaliteden ödün vermeden ileri seviyeye taşımaktadır”, “müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri, servis ve kaliteyi eğitilmiş profesyonel, yenilikçi bir takım ruhu içinde sunmaktır”, “toplumun her kesiminden bireylerin katılımı ile, turizm sektöründe otel vb. işletmelerin ekonomik ve hızlı bir şekilde müşterilerine ulaşarak ihtiyaçlarını karşılama imkanını sağlayacak blockchain tabanlı ürün ve hizmetleri oluşturmak”, “sürekli ve kaliteli bir hizmet sunabilmek”, “içinde bulunduğumuz bütün sektörlerde kalite ve müşteri memnuniyetini en yüksek seviyeye çıkarıyoruz”, “her misafirimizi en üst düzeyde ağırlamak”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarımıza ve müşterilerimize sunmak”, “hizmette kaliteyi kültürel bir değer olarak kabul eden”, “müşteri ihtiyaç ve beklentilerini en üst düzeyde karşılayan”, “teknolojinin tüm imkanlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak”, “misafirlere en güzel bir şekilde hizmet ederek onlara yaşamak istediği maneviyatı yaşatmayı sağlamak”, “müşterilerimize en hızlı ve kaliteli hizmeti sunmak birinci önceliğimizdir”, “müşteri memnuniyetini ve beklentilerini en üst düzeyde karşılayarak”, “müşterinin bugünkü beklentileri ve gereksinimleri tam ve zamanında karşılayıp, onlara gelecekte beklentilerini aşan ürün ve hizmetler sunmaktır”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir”, “misafirlerimizin memnuniyetini ve ihtiyaçlarını sağlıklı diyalog kurup kaliteli hizmet, yüksek performans, işte verimlilik ve güvenirliliği ön planda tutmak”, “müşterilerimize değer katacak profesyonel hizmetleri, uygun fiyat ve kaliteli servis anlayışıyla*

*sunarak, onların güvenilir iş ortağı olmak”, “bilgi, beceri ve yetenekleri ile müşteriye yönlendirici hizmetleri sunan”, “müşterilerimize en iyi hizmeti sunmayı hedeflemektedir”, “misafirlerimizin can mal ve huzurları için azimli bir şekilde çalışarak bizim ile olduğu anları hatırladığında tebessüm ile dostlarına anlatmasıdır”, “bilgi beceri ve yetenekleri ile müşteriye yönlendirici hizmetleri sunan”, “kaliteli hizmet, müşteri memnuniyeti, güven ve iş ahlak anlayışımız sayesinde tercih sebebi olmak”, “etik değerlerden ödün vermeden müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini karşılayan”, “müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri, servis ve kaliteyi yüksek”, “ihtiyaca yönelik müşterilerimizin tüm seyahat ihtiyaçlarını karşılamak”, “müşterinin bugünkü beklentileri ve gereksinimleri tam ve zamanında karşılayıp”, “hangi kesimden olursa olsun bizi tercih eden müşterilerimizin”, “müşteri beklentilerinin her zaman bir adım ötesinde olmak”, “müşteri memnuniyetinden ödün vermeden”, “herkese ve her kesime uygun fiyat seçenekleriyle”, “misafir memnuniyetinden ödün vermeden, kaliteli hizmetini sürdürebilir bir anlayış ile arttırmak”, “misafirler için tercih edilen, çözüm ortakları ve çalışanlar için çalışılmak istenen bir kurum olmak”, “verdiğimiz tüm hizmetlerimizde misafir beklentileri ve memnuniyetini ön planda tutmak”, “müşterilerimizin gereksinimlerini zaman-fiyat-kalite yönünden en uygun koşullarda karşılamak, verimliliğimizi arttırarak şirketimizin karlılığını üst düzeye çıkarmak”*

Yukarıdaki misyon ifadeleri çerçevesinde acentaların pazarlama iletişimine yönelik ifadelerinde müşteri memnuniyeti, sadakati ve güvenini sağlama adına müşteri ihtiyaçlarını karşılamamanın öne çıkarıldığı söylenebilir.

Seyahat acentalarının misyonlarında değişim tema kodu kapsamında 79 ifadeye ulaşılmıştır. Değişim tema kodunun tüm misyon ifadeleri içerisinde %17,5'luk oranla üçüncü sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Acentalar değişim tema kodunu misyonlarında şu ifadelerle şekillendirmiştir:

*“faaliyetlere bilimin ve teknolojinin ışığını yansıtmak”; “çağdaş yaşamın koşullarını kolaylaştırmak”; Türkiye’deki seyahat acenteciliği gelişmesine katkıda bulunmak; yeniliğe ve sürekli daha ileriye; daha iyiyi sunmayı sorumluluk bilen bir*

şirketiz;, güvenilirliğinin yanında yenilikçilik anlayışından taviz vermeyen; “değişime, yenilenen teknolojiye uygun olarak her daim hedefleri yüksek tutmak”, “kendini sürekli yenileyerek”, “bilgi ve tecrübelerimizi sürekli geliştirerek”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak, yenilikçi ve yaratıcı hizmetler sunmak”, “müşteri memnuniyeti anlayışını sürekli geliştirmek”, “sektörde her zaman yükselen bir ivmeyle hareket etmek”, “yeniliğe ve inovasyona açık, teknolojiyle entegre bir şekilde çalışmak”, “mevcut düzende daima ileriye dönük adımlar atmak”, “insan odaklı olarak yaptığı tüm organizasyonlarla, çağdaş yaşamın koşullarını kolaylaştırmak”, “sektörel faaliyetlerin insan yaşamındaki önemi doğrultusunda, bu faaliyetlere bilimin ve teknolojinin ışığını yansıtmak”, “gelişmekte olan dinamik turizm dünyasını yakından takip ederek, hızlı adaptasyonlarla müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri”, “yeni uygulamalar yaratarak ve araştırarak müşteriye istediğinden daha fazlasını verebilmek”, “dünya standartları ölçüsünde çalışan yenilikçi bir turizm markası olmaktır”, “bireysel ve kurumsal anlamda kendini devamlı geliştirmek”, “gelişen teknolojinin tüm imkânlarından hem çalışanlarını hem de müşterilerini faydalandırmak”, “teknolojik inovasyonlarımız”, “hizmet kalitesini sürekli yükselterek hizmet vermeyi amaçlayan”, “a acente olarak yeniliklere açık bir şirkettir”, “sektörde sürekli gelişmektir”, “yeniliklerde öncü olmak”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “bireysel ve kurumsal anlamda sürekli gelişmek”, “en son yenilikleri zamanında ve ekonomik çözümlerle”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “bireysel ve kurumsal anlamda sürekli gelişmek”, “kaliteli ve yenilikçi araç ve personeliyle sürekli kontrollü kurumsal büyümektir”, “çağdaş standartlarda hizmet veren”, “ilkeli, sorumlu çalışma prensiplerimiz ve yenilikçi yaklaşımımızla bölgemizde lider personel taşıma firması olmak”, “bireysel ve kurumsal anlamda sürekli gelişmek”, “sürdürülebilir büyüme potansiyeli olan”, “çağdaş yönetim teknikleri ve teknolojiyi kullanarak ulusal ve uluslararası alanlarda karlı ve verimli şirketler yaratmak”, “iş yaptığı alanlarda lider kuruluş olmak”, “sürekli gelişen sektörde, daima çağın gerekliliklerini yakalamak”, “kendimizi sürekli geliştirmek”, “kusursuz hizmeti vermek adına güncel değişimlerin takipçisi”, “bireysel ve kurumsal anlamda sürekli gelişmeyi kendine felsefe edinen”, “yaptığı işin

sorumluluğunu bilen modern, konforlu ve yüksek modelli araçlarıyla”, “çağın gerektirdiği kalite anlayışını müşterilerimize en üst seviyede sunmayı hedeflemekteyiz”, “sürekli gelişim felsefesini ilke edinmek”, “hizmet ve ürünlerin kalitesini sürekli olarak arttırmak”, “her daim değişime ve yeniliğe açık bir yapılanmaya sahip olup”, “sürekli gelişim felsefesini ilke edinmek”, “yolla hizmet ve ürünlerin kalitesini sürekli olarak arttırmak”, “müşteri memnuniyetini günden güne ve kaliteden ödün vermeden ileri seviyeye taşımaktadır”, “gelişmekte olan dinamik turizm dünyasını yakından takip ederek, hızlı adaptasyonlarla ” mükemmelliğin ayrıntılarda” olduğunun bilinci içinde”, “müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri, servis ve kaliteyi eğitilmiş profesyonel, yenilikçi bir takım ruhu içinde sunmaktır”, “girişimci yönetim ekibimiz”, “kaliteli yönetim sistemimizi sürekli iyileştirerek, kuruluşumuzu geleceğe taşımaktayız”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “bireysel ve kurumsal anlamda sürekli gelişmek”, “her geçen gün ürün yelpazemizi genişletip kendimizi yenileyerek”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir”, “kurumumuz yeni nesil ile birlikte, yenilikçi ve yaratıcı şekilde, hep daha fazla çalışarak, öğrenmenin ve başarının sonsuz olduğu bilinciyle”, “hızla gelişen ekonomi ve teknoloji ortamında yenilikçiliğe hep açık bir duruş ile öncelikli olarak yatırımlarında geçmişten feyz alarak gelecek ile planlamalar yapma”, “ yurt içi ve yurt dışında sektörel yenilikleri takip ederek”, “sektörde her zaman yenilikçi ve bilinir bir acente olarak sağlam adımlar ile büyümek”, “yeniliğe açık, teknolojiyle entegre bir şekilde çalışmak”, “Türkiye cumhuriyeti devlet demiryollarının gelişmesini ve ilerlemesi”, “sağlık turizmdeki gelişmelerle paralel olarak tren ile sağlık turizm hizmetlerinin genişlemesini sağlamak”, “yurtiçi/yurtdışı fuar organizasyonlarında kazandığı deneyimi geliştirmek ve yaygınlaştırmak”, “proje ve istihdama yönelik girişimci ve atılgan ruhla büyüyerek ülke ekonomisi ve tanıtımına katkıda bulunmak”, “hizmetleriyle ve çözümleriyle fark yaratır”, “çağdaş standartlarda hizmet veren”, “gelişmekte olan dinamik turizm dünyasını yakından takip ederek, hızlı adaptasyonlar”, “bilimsel ve



*teknolojik gelişmeleri takip eden”, “. sürekli gelişim felsefesini ilke edinmek”, “hizmet ve ürünlerin kalitesini sürekli olarak arttırmaktır”, “gelişen konjonktür, global şartlar ve değişen teknolojinin uyumuyla seyahatlerine”, “müşteri memnuniyetinin artırılması, iş süreçlerinde iyileştirme ve gelişim alanlarının tespit edilerek gerekli aksiyonların alınması”, “biz, hizmette sürekli ilerleme ve müşterilerimizle, dağıtım kanallarımızla, tedarikçilerimizle, hissedarlarımızla ve toplumla mümkün olan en iyi ilişkileri geliştirme amacıyla çalışan çok uluslu bir ekibiz”, “yenilikçi ve konsept turlar hazırlayarak sektörde fark yaratmaktır”, “misafirlerimize yenilikçi, yaratıcı ve sıra dışı hizmetler sunan”, “sektörümüzdeki gelişmeleri yakından izleyerek, şirketimizin başarısını ve hizmetimizin kalitesini etkileyen tüm süreçleri sürekli olarak iyileştirmek”*

Değişim tema koduyla ilgili ifadeler incelendiğinde sürekli gelişme, müşteriler için yenilikçi konseptler hazırlama ve yeni gelişen turizm çeşitlerini benimsemenin öne çıktığını söylemek mümkündür.

Seyahat acentalarına yönelik olarak incelenen misyon ifadelerinde 76 ifade ve %15,85’lik oranla yönetim ve organizasyon teması öne çıkan dördüncü öncelikli tema olmuştur. Yönetim ve organizasyon teması, misyon ifadelerinde kendisine aşağıdaki biçimde yer bulmuştur:

*“ihtiyaçlar doğrultusunda en kısa sürede ve en iyi şekilde müşteri odaklı çalışmayı prensip haline getirmek”, “haftanın 7 günü 24 saat kesintisiz hizmet verebilmek”, “kontrollü büyümeyi sürdürüp topluma istihdam imkânları sağlamaktır”, “yeni sektörlerde faaliyet gösterip grubu uluslararası pazarlara taşımaktır”, “uluslararası kalite standartları ve etik değerlerimizden ödün vermeksizin”, “her geçen gün büyüyen turizm dünyasını yakından takip ederek”, “dürüstlük ve kaliteden ödün vermeyen bir firma olarak”, “ülke turizmine destek vermek, katkıda bulunmak ve bununla da yetinmeyip dünyada tanınır hâle gelmek için sektördeki payını artırarak ilerlemektir”, “insanın kemaline ve mutluluğuna katkı sağlayacak hizmeti vermektir”, “etik değerlerden ödün vermeden”, “başarısının sürekliliğini kurum kültürü haline dönüştürerek çözüm ve eksiksiz hizmet sunan”, “toplumun hassas olduğu değerlere sahip çıkmak”, “her zaman çalışılacak bir firma*

olmak bizim başta gelen ilkemizdir”, “turizm alanındaki uzmanlığımız”, “teknolojiyi çalışanları ve müşterileri için etkin kullanmak”, “çalışanları ile tam bir uyum içerisinde olmak”, “turizm dünyasını yakından takip ederek”, “toplumsal değerlere sahip çalışma yaşamını sürdürmek”, “kurumlarımızın beklentilerinin üstünde”, “yüksek standartlarda ve kaliteden ödün vermeden sunabilen”, “toplam kalite yönetimi anlayışıyla hareket eden”, “marka bilinci taşıyan”, “hizmet kalitesinde devamlılık sağlayan”, “bütün hedefimiz ve ilkemiz dürüst partnerle çalışmaktır”, “müşterilerimizin için elimizden gelen imkânlarımızla doğru, güven, başarı, kalite ve konforla hizmet vermek için hareket ederiz”, “çözümlere ve sunduğu hizmetlerle fark yaratır”, “her işe özel düşünür”, “araştırmacı, hedef odaklı ve çevrecidir”, “uygun fiyat ve kaliteli servis anlayışıyla sunarak”, “kurumsal ve bireysel müşterilere yönelik bütünleşik etkinlik ve seyahat çözümleri konusunda; fark yaratan ve aranan şirket algısı oluşturarak ilk tercihleri arasında yer almaktır”, “tamamen müşteri memnuniyeti odaklı hizmet kalitemiz”, “maksimum kalite ve güven anlayışı”, “etik değerlerden ödün vermeden”, “başarının sürekliliğini kurum kültürü haline dönüştürerek”, “toplumsal değerlere sahip çalışma yaşamını sürdürmek”, “sektörde tanınan, aranan kurumsal bir marka olabilmektir”, “karayolu kanun ve yönetmeliklerine uygun belgelere sahip”, “tüm misafirlerimize 10 yıllık tecrübemizle birlikte”, “müşterinin bugünkü beklentileri ve gereksinimleri tam ve zamanında karşılayıp”, “hizmet ve ürünlerin kalitesini sürekli olarak arttırmak”, “güvenilir, yaratıcı, hızlı, kaliteli, doğru zamanlı, uygun fiyatlı, yenilikçi, beklentilerin ötesinde, yüksek standarttaki hizmetlerimizle çözüm ortağınız olmak, hayallerinize hayat vermek için çalışmaktır.”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi seyahat hizmeti, taleplere hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri, servis ve kaliteyi eğitimli profesyonel, yenilikçi bir takım ruhu içinde sunmaktır”, “bu ürün ve hizmetlerin satışından elde edilecek gelirleri adil ve dürüst bir şekilde paydaşları ile paylaşmak”, “sürekli ve kaliteli bir hizmet sunabilmek”, “sahip olduğumuz benzersiz niteliklerimiz sayesinde”, “yaptığımız her işte ihtiyaçları anlayarak mükemmele ulaştırın tutkunun varlığını göstermek”, “hizmette kaliteyi kültürel bir değer olarak kabul eden”, “müşteri ihtiyaç ve beklentilerini en üst

*düzeyle karşılayan", "sizleri sevdiğinize güvenli bir şekilde kavuşturmak tek amacımızdır", "toplumsal değerlere sahip çalışma yaşamını sürdürmek ve çalışılması tercih edilen şirket olmak", "teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir", "bir organizasyon başarısının detaylarda yattığının bilincinde, bilgi ve deneyimlerimizle; dürüstlüğe, güvenilirliğe ve mükemmeliyetçi anlayışa bağlı kalarak", "misafirlerimizin memnuniyetini ve ihtiyaçlarını sağlıklı diyalog kurup kaliteli hizmet, yüksek performans, işte verimlilik ve güvenilirliği ön planda tutmak", "bilgi, beceri ve yetenekleri ile müşteriye yönlendirici hizmetleri sunan", "temel değerlerimiz doğrultusunda iş ahlakı dürüstlük ve kaliteden taviz vermeyen bir firma olarak", "ilk önceliğimiz insan güvenliği ve memnuniyetidir", "her zaman kurumsallaşma yolunda ilerleyen kurumumuz", "ülke turizmine destek vermek, katkıda bulunmak ve bununla da yetinmeyip dünyada tanınır hâle gelmek için sektördeki payını artırarak ilerlemektir", "tren ile yolculuğun güven ve konforunu halka ulaştırmak için tren turları düzenlemek", "Türkiye genelinde trenle her türlü tur ve organizasyon çalışmasını yürütmek", "yurtdışı tren turu yapan gruplarla ortak tur ve organizasyon çalışmalarını yürütüp", "temel değerlerimiz doğrultusunda iş ahlakı ve kaliteden taviz vermeyen", "kurumsal kimlik kriterlerine uymak", "öngörü sahibi olmak, ihtiyaç ve beklentileri karşılayabilmek", "dinamik, toplum ve çevre yapısına duyarlı olabilmek", "başarının sürekliliğini kurum kültürü haline dönüştürerek iş çözümleri ve hizmet sunan bir kuruluş olmak", "etik ilkelere asla ödün vermeden", "sadece turizm ve hizmet sektörüne hizmet vermekteyiz", "müşteri memnuniyetinden ödün vermeden", "tecrübe ile sevgi, emek, disiplin ilkesini benimsemiş güvenilir", "beklentilerinin üzerinde hizmet sağlamak amacıyla, belirlenmiş kalite standartlarımızı uygulamak", "çevreyi korumak, dürüst ve güvenilir bir firma olarak müşterilerimizin memnuniyetini sağlamaktır"*

Yönetim ve organizasyon misyon temaları yapısal olarak incelendiğinde kaliteli ve güvenli yönetim, etik davranışlar sergileme, çevre koruma, kontrollü büyüme ve uluslararası standartları yakalama öne çıktığı tespit edilmiştir.

Takım çalışması kapsamında değerlendirilen 47 ifade %10,30 oranla seyahat acentalarının misyonlarında kendine yer bulmuştur. Acentalar, takım çalışmasını misyonlarına aşağıdaki ifadelerle ilişkilendirmiştir:

*“çalışanlarına kendilerini geliştirme ortamı yaratan”, “nitelikli bir takım olmanın verdiği güçle”, “çok kıymetli hoca efendiler riyasetinde ibadetler ve ziyaretlerin eksiksiz yapılmasını sağlamak”, “profesyonel ekibimiz seyahatlerin her aşamasında misafirlerinin memnuniyetini önceler”, “değerli hocalarımızın bilgileri ile değerli umreci ve hacılarımızı yönlendirici hizmetler sunan”, “çalışanlarına ve işine saygı duyarak, onlara daima en iyi olanı sağlamak”, “ilişkide bulunulan kurum ve kişilerle de uyum içerisinde çalışarak”, “servis ve kaliteyi yüksek eğitilmiş profesyonel bir takım ruhu içinde sunmaktır”, “gelişen teknolojinin tüm imkânlarından hem çalışanlarını hem de müşterilerini faydalandırmak”, “çalışanları ile tam bir uyum içerisinde olmak”, “servisleri ekip çalışması içinde sunmak”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak”, “kaliteli ve yenilikçi araç ve personeliyle sürekli kontrollü kurumsal büyümektir”, “bütün hedefimiz ve ilkemiz dürüst partnerle çalışmaktır”, “Hakk’ın rızasını göz önünde bulundurarak çok kıymetli hoca efendiler nezaretinde”, “müşterilerimize değer katacak profesyonel hizmetleri”, “Türk turizmine yıllarını vermiş dinamik kadromuz”, “başarının sürekliliğini kurum kültürü haline dönüştürerek”, “müşterilerimizin ve çalışanlarımızın beklentilerini karşılayarak”, “firmamız kendisini sürekli geliştiren tecrübeli çalışan kadrosu”, “teknolojinin tüm imkanlarını çalışanlarına ve müşterilerine sunmak”, “ekibimiz; en iyi, kusursuz hizmeti vermek adına güncel değişimlerin takipçisi, motivasyon gücü yüksek bir takımdır”, “müşterilerine en iyi olanı sunmak isteyen çalışanları ile güçlü aile bütünlüğünü sürdürmeyi hedeflemiştir”, “vizyonu yüksek kadrosuyla”, “güler yüzlü sürücü ve hosteslerimizle özen göstererek ulaştırmaktır”, “takım ruhunu ilke edinmiş profesyonel ekiplerimizle kaliteyi üst zirveye çıkararak”, “teknolojinin tüm imkânlarını müşterilerine ve personeline kullanarak, yaptığı işte fark yaratmayı hedeflemektedir”, “müşterilerimize her zaman üstün hizmetleri, servis ve kaliteyi eğitilmiş profesyonel, yenilikçi bir takım ruhu içinde sunmaktır”, “bu ürün ve*

*hizmetlerin satışından elde edilecek gelirleri adil ve dürüst bir şekilde paydaşları ile paylaşmak”, “tüm çalışanlarımızın felsefesi; hizmetin tüm unsurlarının özenle gerçekleştirilmesi”, “uzman ekibimiz müşteri memnuniyetinin esas alınması gerektiğinin farkında olan bakış açımızla en iyi şekilde taşımaktayız”, “genç kadromuz ve dünya standardında hizmet anlayışımızla”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarımıza ve müşterilerimize sunmak”, “teknolojinin tüm imkanlarını çalışanlarımıza ve müşterilerine sunmak”, “güler yüzlü idarecilerimiz ve personel kadromuz ile”, “teknolojinin tüm imkânlarını çalışanlarımıza ve müşterilerine sunmak, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir”, “her zaman kurumsallaşma yolunda ilerleyen kurumumuz”, “profesyonel ekip ruhu ile biz kelimesi adı altında”, “çalışılan tedarikçi, kurum ve kişilerle de uyum içerisinde çalışarak mevcut düzende daima ileriye dönük adımlar atmak”, “ekip ruhunu korumak”, “eğitilmiş profesyonel bir takım ruhu içinde sunmaktır”, “seçkin kadrosu ile”, “misafirler için tercih edilen, çözüm ortakları ve çalışanlar için çalışılmak istenen bir kurum olmak”, “çalışanlarımızı eğitmek, hizmet ve süreçlerimizi sürekli iyileştirmektir”, “güven, istikrar ve güler yüzlü hizmet veren profesyonel ekibimizle gerçekleştirmek”, “sunduğumuz her hizmette ekibimiz ile değer katan”, “çalışanlarımızın sağlık ve iş güvenliğini gözeterek her türlü iş kazasını en aza indirmek”*

Acentalarının misyon ifadelerinde takım çalışması güler yüzlü, eğitilmiş, ekip ruhuna sahip, profesyonel ve motivasyon gücü yüksek ekiplerle ilişkilendirilmiştir.

Rekabet teması kapsamında değerlendirilen 40 ifade %8,80 oranla acentalarının misyonlarında kendisine yer bulmuştur. Acentalar, rekabeti misyonlarında aşağıdaki ifadelerle ilişkilendirmiştir:

*“rekabet kavramı için misyon ifadeleri ise “sektör mensuplarının takdirine ve güvenine layık olmaya çalışmak”, “Türkiye’nin gücüyle dünyada büyüyerek, global pazarda rekabet eden”, “birlikte çalıştığı sektör mensuplarının takdirine ve güvenine layık olmaya çalışmak”, “Türkiye’deki seyahat acenteciliği gelişmesine katkıda bulunmak”, “küresel boyutta rekabet edebilen bir kuruluş olmaktır”, “dünya standartları ölçüsünde çalışan yenilikçi bir turizm markası olmaktır”, “her dönem*

*saygın bir yere sahip olmak”, “tercih edilen şirket olmak”, “sektörde örnek olmak için ilerliyoruz”, “çözümlere ve sunduğu hizmetlerle fark yaratır”, “kurumsal ve bireysel müşterilere yönelik bütünleşik etkinlik ve seyahat çözümleri konusunda; fark yaratan ve aranan şirket algısı oluşturarak ilk tercihleri arasında yer almaktır”, “tüm müşterilerimiz için onların ihtiyaçlarına uygun çözümleri birlikte üreterek rekabette kazanan”, “firma olarak pazarda ilk tercih edilen olmaktır”, “ilkeli, sorumlu çalışma prensiplerimiz ve yenilikçi yaklaşımımızla bölgemizde lider personel taşıma firması olmak”, “turizm faaliyetleri adına en önlere geçmeyi kendisine hedef seçmiştir”, “çalışılması tercih edilen şirket olmak”, “rekabetçi ve sürdürülebilir büyüme potansiyeli olan”, “sektörde tanınan, aranılan kurumsal bir marka olabilmektir”, “en uygun ödeme koşulları”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “teknolojinin tüm imkânlarını müşterilerine ve personeline kullanarak, yaptığı işte fark yaratmayı hedeflemektedir”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi seyahat hizmeti, taleplere hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “alanında bölgede en iyi profesyonel hizmeti veren tek kuruluş olan kurumumuz”, “içinde bulunduğumuz bütün sektörlerde kalite ve müşteri memnuniyetini en yüksek seviyeye çıkarıyoruz”, “toplumsal değerlere sahip çalışma yaşamını sürdürmek ve çalışılması tercih edilen şirket olmak”, “sunduğu hizmetler ile sorumluluk bilinci ve güvenilir bir seyahat firması olarak sektörde yerini almaktadır”, “bir farklılık yaratıp çalışılması tercih edilen firma olmak”, “müşterilerimize güvenilir ve rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “ulusal ve uluslararası düzeyde öncü ve örnek kuruluş olmaktır”, “tüm müşterilerimiz için onların ihtiyaçlarına uygun çözümleri birlikte üreterek rekabette kazanan”, “seyahat acenteliği faaliyetlerinde adını sıkça duyuran acentemiz”, “ülke turizmine destek vermek, katkıda bulunmak ve bununla da yetinmeyip dünyada tanınır hâle gelmek için sektördeki payını artırarak ilerlemektir”, “tüm müşterilerimiz için onların ihtiyaçlarına uygun çözümleri birlikte üreterek rekabette kazanan”, “ilk tercih edilen isim olmak”, “proje ve istihdama yönelik girişimci ve atılcı ruhla büyüyerek ülke ekonomisi ve tanıtımına katkıda bulunmak”, “en çok tercih edilen seyahat ve etkinlik yönetim şirketidir”, “müşterilerimize güvenilir ve*

*rekabetçi işleme hizmeti, hızlı cevap veren bir işletme olmaktır”, “turizm sektöründe ilk tercih edilen firma olmaktır”, “sektörüne katma değer katar, hizmetleriyle ve çözümleriyle fark yaratır”, “ en çok tercih edilen seyahat ve etkinlik yönetim şirketidir”*

Bu ifadeler için genel bir çerçeve çizilecek olursa rekabet teması kapsamında küresel pazarda öncü olma, ilk tercih edilen ve en çok tercih edilen firma olmanın misyon ifadelerinde öne çıktığı söylenebilir.

Liderlik, 26 ifade ve %5,65 oranla acentalarının misyonlarına taşınan başka bir tema olmuştur. Acentalar, liderliği misyonlarına aşağıdaki ifadelerle taşımıştır:

*“sektörün öncü seyahat yönetim şirketidir”, “sektördeki lider konumumuzu korumak”, “sektörde lider bir firma olarak”, “hac ve umre şirketleri arasında bir numara olmaya ve markamızı en iyi şekilde temsil etmektir”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “turizm sektöründe lider bir firma olmak”, “Türkiye’nin en çok tercih edilen yurt dışı tur operatörü olmak”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “çözümlere ve sunduğu hizmetlerle fark yaratır”, “yenilikçi, çok çalışan & büyüyen seyahat ve etkinlik yönetim şirketidir”, “ilkeli, sorumlu çalışma prensiplerimiz ve yenilikçi yaklaşımımızla bölgemizde lider personel taşıma firması olmak”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “sektörünün lider markası olma yolunda ilerlemektir”, “gelişmekte olan turizm sektörünü yakından takip ederek alanında lider olmak”, “alanında bölgede en iyi profesyonel hizmeti veren tek kuruluş olan kurumumuz”, “içinde bulunduğumuz bütün sektörlerde kalite ve müşteri memnuniyetini en yüksek seviyeye çıkarıyoruz”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “sektördeki yeniliklerde lider olmak”, “ulusal ve uluslararası düzeyde öncü ve örnek kuruluş olmaktır”, “pazarda ilk tercih edilen olmaktır”, “çalışmalarımızda öncü olmak ve bu misyonumuzu devam ettirmek”, “öncü olmak ve misyonu devam ettirmek”, “en çok tercih edilen seyahat ve etkinlik yönetim şirketidir”, “öncü bir seyahat ve etkinlik yönetimi şirketiyiz”, “ en çok tercih edilen seyahat ve etkinlik yönetim şirketidir”*

Acentaların liderlik temasına ilişkin yukarıdaki ifadeler incelendiğinde liderliğinin kurumsal liderlikten ziyade sektörel liderlik olarak algılandığı söylenebilir.

Seyahat acentalarının misyon ifadelerinde yaratıcılık teması sadece 5 misyon ifadesinde %1 oranla kendisine yer bulan en az tema olmuş ve acentalar yaratıcılık tema kodunu misyonlarında şu ifadelerle taşımıştır:

*“yaratıcı ve özgün çözümler üreterek, güçlü markalar arasında yer almayı hedef edinmiştir”, “teknolojinin tüm imkânlarını müşterilerine ve personeline kullandırıp, yaptığı işte fark yaratmayı hedeflemektedir”, “ekonomik ama benzersiz etkinlikler yapmak”, “seyahat planlarınızı standardın dışına çıkararak yeni deneyimlere dönüştürmek”, “misafirlerimize yenilikçi, yaratıcı ve sıra dışı hizmetler sunan”*

Yaratıcılık temasında misafirlere ekonomik ve benzersiz yenilikçi deneyimler sunma isteğinin misyon ifadelerinde öne çıktığı söylenebilir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Stratejik yönetimde stratejilerin nasıl geliştirilmesi gerektiği ve nasıl uygulamaya konulacağına odaklanmak oldukça önemlidir. Değişen iş ortamında esnek olmayan kurumların başarılı olmaları oldukça zordur. Bu gerçeklik nedeniyle, organizasyon liderleri geçmiş stratejilerden öğrenmeye ve çevreyi genel olarak incelemeye odaklanması kaçınılmazdır. Çünkü etkili bir stratejik yönetim hem içe hem de dışa dönük bir bakış açısı gerektirir.

Bu süreçte bir kuruluşun amacını ve yönünü çalışanlarına, müşterilerine, satıcılarına ve diğer paydaşlara iletme yönüyle misyon önemli bir stratejik yönetim aracıdır. Özellikle çalışanlarda bir kimlik duygusu oluşturma yönüyle başarılması istenen hedeflerin daha iyi anlaşılmasında oldukça önemli bir konuma sahiptir. Çalışanların günlük faaliyetlerinin olumlu yönlerini görmede yardımcı olma, çalışan moralini artırma ve uzun vadeli çalışan yatırımdır (<https://www.tinypulse.com>).

Firmaların misyon ifadeleri içerik analizi kapsamında analizi son dönemlerde alan yazında sıkça ilgi çeken bir araştırma konusu olmaya



başlamıştır. Misyon ifadelerini Yüzbaşıoğlu ve arkadaşları (2016) misafirler, ürün/hizmetler, büyüme, gelişme ve karlılıkla; Ocak ve arkadaşları (2016), müşteri, çalışan ve hizmet odaklılıkla, hayatta kalma, büyüme ve karlılıkla; Ocak ve Karabulut (2017) araştırma odaklılık, öğrenci odaklılık ve toplum odaklılıkla; Aytar ve Soylu (2017), müşteri ve değerle; Önen (2017), müşteriler, hizmetler ve pazarlarla; Baran ve arkadaşları (2018) müşteri, çalışan, çevre duyarlılığı ve sosyal sorumluluk yönüyle ilişkilendirmiştir.

Bu çalışmada seyahat işletmelerinin misyon ifadelerine 21. yüzyıl belirleyici kavramları olarak kabul edilen strateji, pazarlama iletişimi, değişim, yönetim ve organizasyon, takım çalışması, rekabet, liderlik ve yaratıcılık yönüyle yaklaşmıştır. Acentaların misyon ifadelerinde en fazla strateji tema koduna odaklandıkları ve bu temayı turizm sektöründe daha iyi noktalara gelebilme, müşteri ve çalışan memnuniyetine odaklanma ve teknolojik araç gereçleri kullanma ile ilişkilendirdikleri görülmüştür. Acentaların misyon ifadelerine ikinci öncelikli olarak taşıdıkları tema pazarlama iletişimi olmuştur. Acentalar, pazarlama iletişimini müşteri memnuniyeti, sadakati ve güveni ile ilişkilendirmişlerdir. Değişim tema kodu acentaların üçüncü önemli tema olarak sürekli gelişme, müşteriler için yenilikçi konseptler hazırlama ve yeni gelişen turizm çeşitlerini benimseme yönüyle misyon ifadelerinde kendine yer bulmuştur. Yönetim ve organizasyon misyon teması dördüncü öncelikte olmak üzere kaliteli ve güvenli yönetim, etik davranışlar sergileme, çevre koruma, kontrollü büyüme ve uluslararası standartları yakalama bileşenleri ile kabul görmüştür. Acentalarının misyon ifadelerinde beşinci sırada yer verdikleri tema takım çalışması olmuş ve bu tema güler yüzlü, eğitilmiş, ekip ruhuna sahip, profesyonel ve motivasyon gücü yüksek ekiplerle ilişkilendirilmiştir. Altıncı tema olan rekabet, acentaların misyonlarında küresel pazarda öncü olma, ilk tercih edilen ve en çok tercih edilen firma olma yönüyle yedinci tema olan liderlik ise sektörel liderlikle ve sekizinci tema olan yaratıcılık ise misafirlere

ekonomik ve benzersiz yenilikçi deneyimler sunma açısından misyon ifadelerinde kendine yer bulmuştur.

Misyon ifadesi, bir şirketin amacını ve neden var olduğunu tüm dünyaya duyurma yönüyle oldukça önemlidir. Bu bağlamda her işletmenin, organizasyonu birleştirme adına bir misyon beyanı olmalıdır. Misyon beyanını, işletmenizin ne yaptığının ve bunu nasıl ve neden yaptığının bir kombinasyonu olarak düşünebilir. Misyon ifadeleri, bir kuruluşun uyum içinde çalışmasını sağlama adına mümkün olduğunca açık ve anlaşılır olmalıdır. Yanlış yorumlamaya meydan vermemelidir. Bu ifadelerden en iyi sonuçları elde etme adına sık sık gözden geçirilmeli ve tüm ekip üyelerinin bu ifadeler konusunda yeterliği olup olmadığı kontrol edilmelidir. Asla bir moda olarak görülmelidir. Bu anlamda çeşitli endüstrilerdeki misyon ifadeleri koleksiyonuna bakmak, amaçlı şirketler yaratma konusunda bize çok şey öğretebilir.

#### KAYNAKÇA

Ateş, A. (2016). Türkiye'deki limanların internet sitelerinde yer alan misyon ve vizyon beyanlarının verimlilik odaklı içerik analizi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 401-415.

Ayaz, N. (2015). Milli Eğitim Şurası kararlarında mesleki eğitimin düşünsel yapısı ve turizm eğitimi. *Turizm Akademik Dergisi*, (2) 45-57.

Ayaz, N. ve Gökgöz, B. (2019). Türkiye'deki Seyahat Acentalarının Vizyonları Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması. *Econder I. Uluslararası İktisat, İşletme ve Sosyal Bilimler Kongresi Bildiri E-Kitabı*, 714-727.

Aytar, O ve Soylu, Ş. (2017). Türk bankacılık sektörünün misyon ve vizyon ifadelerine yönelik bir içerik analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 117-131.

Baran, E., Ayaz, İ. S. ve Açıık, A. (2018). Türk lojistik işletmelerinin stratejik öncelikleri: vizyon, misyon ve değerler üzerine içerik analizi. *SETSCI Conference Indexing System*, 3(2018), 690-694.

Bartkus, B., Glassman, M. ve McAfee, B. (2002). Do large European, US and Japanese firms use their web sites to communicate their mission. *European Management Journal*, 20(4), 423-429.

Boerema, A. (2006). An analysis of private school mission statements. *Peabody Journal of Education*, 81(1),180-202.

Brătianu, C. & Bălănescu, G. V. (2008). Vision, mission and corporate values: A comparative analysis of the top 50 U.S. companies. *Management & Marketing*, 3(3), 19-38.

Eren, E. (2005). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 7. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Hacıoğlu, N. (1989). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.

Harris, R. J. (2001). *A Primer for Multivariate Statistics*. Third Edition, USA: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

<https://www.tinypulse.com/blog/what-is-a-company-mission-statement-and-why-is-it-important> [Erişim Tarihi: 22.09.2021].

Gürüz, D. ve Gürel, E. (2006). *Yönetim ve Organizasyon*, Ankara: Nobel Yayınları.

Kaya, İ. (2010). Konaklama İşletmeciliğinde Stratejik Yönetim Süreci: Kavramsal Bir Yaklaşım. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(18): 27-35.

Krohe, J. J. (1995). Do you really need a mission statement? *Across the Board*, 32(7), 16-22.

Ocak, M., Güler, M. ve Basım, H. N. (2016). Türk savunma sanayi firmaları vizyon ve misyon ifadelerinin içerik analizi. *Yönetim ve Ekonomi*, 23(2), 503-518.

Ocak, M. ve Karabulut, B. (2017). Türkiye-İngiltere üniversitelerinin vizyon ve misyon ifadelerinin içerik analizi ile karşılaştırılması. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(2), 113-130.

Olca, A., Çıkmaz, E., Bulut, E. ve Sürme, M. (2027). Lisans düzeyinde turizm eğitimi veren kurumların misyon bildiregilerindeki ifadelerin analizi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(29), 225-241.

Oruç, M. C. ve Zengin, B. (2015). Misyon vizyon bildirilerinin müşteri odaklılık yönünden değerlendirilmesi: 5 yıldızlı konaklama işletmeleri örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Eylül (9), 31-49.

Önen, V. (2017). Vizyon ve misyon ifadelerinin içerik analizi: Türk ve Avrupa havayolu işletmeleri. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(6), 1-15.

Rızaoğlu, B. (2007). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Woodrow, J. (2006). Institutional mission: The soul of Christian higher education. *Christian Higher Education*, 5(4), 313-327.

Yatkin, A. (2003). *Toplam Kalite Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yavuz, E. ve Ormankıran, Y. (2020) Türkiye'deki turizm fakültelerinin ve turizm yüksekokullarının stratejik yönetim anlayışı bağlamında misyon ve vizyon yaklaşımlarının karşılaştırılması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2565-2585.

Yüzbaşıoğlu, N., Doğan, O. ve Çevik, B. (2016). Uluslararası konaklama işletmelerinin misyon ifadesi bileşenlerinin içerik analizi ile incelenmesi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 199-214.

Zengin, B. (2004). Seyahat işletmeleri. Ş. Demirkol ve B. Zengin (Editörler), *Turizm İşletmeleri* (s.41-78), Sakarya: Değişim Yayınları.