

BÖLÜM 17

KUŞADASI'NDAKİ OTEL İŞLETMELERİNİN WEB SİTELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ahu YAZICI AYYILDIZ ¹

Ceren SEL ²

Sinem MUMCU ³

Simge ÇEKİRDEKÇİ ⁴

GİRİŞ

İnternet, işletmelerin pazarlama faaliyetleri içinde yaygın bir kullanıma sahiptir. (Wang, Law, Denizci Guillet, Hung ve Fong, 2015: 108). Aynı zamanda internet turizm işletmelerine düşük maliyet, geniş bir pazar payı sunarak ürün ve hizmetlerini aracısız olarak, kendi web sitelerinde sunma imkanı vermektedir. Turistler için ise, tatil tercihi yaparken otel hakkında bilgilere erişebilme, otel ile iletişime geçebilme, farklı destinasyonları inceleyebilme gibi kolaylıklar sunmakta, satın alma tercihlerini yapabilmeleri için hızlı bir yöntem olarak kullanılmaktadır.

Turizm endüstrisinde otel işletmeleri, potansiyel müşterilerine ulaşabilmek için elektronik pazarlama yöntemlerini tercih etmektedirler. Otel işletmeleri; arama motoru aracılığı ile pazarlama, çevrimiçi reklam, e-posta pazarlaması, mobil pazarlama, kendi web siteleri ve sosyal medya hesapları aracılığı ile pazarlama gibi elektronik pazarlama yöntemlerini kullanmaktadırlar. Otel işletmeleri web sitelerini kullanarak rekabet gücünü artırmaktadırlar. Bu sayede tanıtım yapma, doğrudan satış, rezervasyon alma, müşteri ile birebir iletişim, marka değeri yaratma gibi işlevleri gerçekleştirmektedirler. Çevrimiçi pazarlamanın işletmelere sağladığı bir diğer avantaj, yerel, ulusal ve uluslararası ölçekteki hedef kitlelere ulaşmayı kolaylaştırmasıdır (Ünal ve Çelen, 2018:608).

¹ Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ayazici@adu.edu.tr

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Ceren SEL, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2030300511@stu.adu.edu.tr

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Sinem MUMCU, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sinemumcu@gmail.com

⁴ Yüksek Lisans Öğrencisi, Simge ÇEKİRDEKÇİ, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, smgecekirdekci@gmail.com

- Otel hizmetlerine dair içeriklerin güncelliği kadar destinasyon içindeki etkinlikler (konser, sergi, festival vb.) hakkında bilgilerin güncelliği de önemlidir.
- Birebir iletişimin çok önemli olduğu günümüzde, otellerin müşteri memnuniyeti açısından kişiselleştirilmiş hizmet vermesi için web sitelerinde kullanıcıların sorularını yanıtlayacak, geri bildirimlerini alacak ve doğrudan iletişime geçmelerini sağlayacak canlı destek hattı, müşteri temsilcilerine yer verilebilir.

KAYNAKLAR

- Asmadili, M, Yüksek, G. (2018). Konaklama işletmelerinin web sayfa tasarımlarının pazarlama uygulamaları açısından incelenmesi: Eskişehir örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 15-26.
- Ateş, U, Boz, M. (2015). Konaklama işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesi: Çanakkale örneği. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1 (1), 63-84.
- Baykal, M, Ayyıldız A. Y. (2020). E-ilişkisel pazarlama kapsamında konaklama işletmelerinin web sayfalarının değerlendirilmesi: Fethiye ve Marmaris'teki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmeleri örneği. Nakiboğlu(Ed.), M.A.B. *Güncel pazarlama araştırmaları içinde* (79-97). Ankara: II, Akademisyen kitabevi
- Bayram, A. T, Ünal, İ. (2017). Otel işletmeleri web sitelerinin değerlendirilmesi: Türkiye'de hizmet veren helâl otel. *1.International Halal Tourism*, 07-09 Nisan 2017, Alanya., (s. 328-335).
- Çubukcu, M. İ. (2010). Konaklama işletmeleri web sitesi içeriklerinin değerlendirilmesi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 1 (1), 39-59.
- Deborah, E, R, Elizabeth, P. (2004). Website design: Viewing the web as a cognitive landscape. *Journal of Business Research*, 57 (7), 787-794,
- Doğan, B, Kesken, E. (2007). Ağ 3.0-Anlamsal Ağ. *Elektrik Mühendisliği Odası*, (432), 44-46.
- Ersöz, B. (2020). Yeni nesil web paradigması: web 4.0. *Ankara. Gazi Üniversitesi, Bilgisayar Bilimleri ve Teknolojileri Dergisi*, 1 (2), 58-65.
- Eşitti, Ş, Işık, M. (2015). Sosyal medyanın yabancı turistlerin Türkiye'yi tatil destinasyonu olarak tercih etmelerine etkisi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1 (27), 11-18.
- İlban, M, O, Harbalıoğlu, D. (2020). Belediye belgeli tesislerin web sitelerine yönelik değerlendirme: Burhaniye örneği. *Journal of global Tourism and Technology Research Dergisi*, 1 (2), 139-148.
- Kara, G, Mete, S. (2020). Akdeniz Bölgesi'nde bulunan dört ve beş yıldızlı otellerin web site içeriklerinin analizi. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*. 3 (2), 138-151.
- Karalar, H, Özdemir, S. (2013). Anlamsal web temelli öğretimde yönlendirmenin kazanıma ve kalıcılığa etkisi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1-16.
- Kapan, K. (2020). Gelişen web teknolojilerinin (web 1.0- web 2.0- web 3.0) Türkiye turizmine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 276-289.
- Król, K. (2020). Evolution of online mapping: from web 1.0 to web 6.0. *Geomatics, Landmanagement and Landscape*, 1, 33-51.
- Law, R. Hsu, C, H, C. (2005). "Customers' perceptions on the importance of hotel web site dimensions and attributes", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (6), 493-503.
- Maksüdünov, A. (2019). Otel web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi: Bişkek'te bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21 (37), 186-196.
- O'Connor, P, Murphy, J. (2004). Research On Information Technology In The Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*, 23 (5), 473-484.
- Ongsakul, V, Ali, F, Wu, C. (2021). Hotel website quality, performance, telepresence and behavioral intentions. *Tourism Review*, 76 (3), 681-700.
- Özkan, N, Ulema, Ş. (2018). Marmara Bölgesi'ndeki 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin web si-

- telerinin değerlendirilmesi. *Gastroia: Gastronomi ve Seyahat Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 13-33.
- Özturan, M, Roney, S. A. (2004). Internet use among travel agencies in Turkey: An exploratory study. *Tourism Management*, 25 (2), 259-266.
- Patil, H. J, Surwade, Y. P. (2018). Web technologies from web 2.0 to web 4.0. *IJSART*, 4 (4), 810-814.
- Pırnar, İ. (2005). Turizm endüstrisinde e-ticaret. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 28-55.
- Sezgin, M, Kara, G. (2020). Akdeniz Bölgesi'nde bulunan dört ve beş yıldızlı otellerin web site içeriklerin analizi. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 3 (2), 138-151.
- Sow, H, J, C, Simon, W, Krisee, V. (2020). Young consumers' behavioural intention based on hotel websites. *Anatolia*, 31 (1), 1-18,
- Unur, K, Erdem, A, Kızılcık, O. (2017). Adana ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin web site içeriklerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *3.Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu*, Asos,105-119.
- Ünal, A, Çelen, O. (2018). Türkiye'deki otel işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesine yönelik nitel bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (40), 607-636.
- Ünal, A, Çelen, O. (2020). Destinasyon pazarlama araçlarından web sitelerinin değerlendirilmesine yönelik nitel bir araştırma: Akdeniz destinasyonları örneği. *Vizyoner Dergisi*, 11 (26), 30-44.
- Wang, L, Law, R, Denizci Guillet, B. (2015). Impact of hotel website quality on online booking intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 47, 108-115.
- Yağcı, Y. (2011). Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0. *ÜNAK 2009 Bilgi Çağında Varoluş: "Fırsatlar ve Tehditler" Sempozyumu*, İstanbul, 01-02 Ekim 2009, 138
- Yeh, R, J, Leong, J, K., Blecher, L. (2005). Analysis of hoteliers' e-commerce and information technology applications: Business travelers' perceptions and needs, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6 (2), 29-62.
- Yılmaz, Ö. D. (2017). Türkiye'deki yerli ve yabancı otel zincirlerine yönelik web tabanlı içerik analizi. *Journal of Yasar University*,12 (48), 237-248.
- <https://aydin.ktb.gov.tr/>. (tarih yok). Nisan 26, 2021 tarihinde <https://aydin.ktb.gov.tr/>