

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYIN NO: 3935
TURİZM FAKÜLTESİ YAYIN NO: 14

20. ULUSAL TURİZM KONGRESİ

“ŞEHİR TURİZMİ”

Kongre Web Sitesi: <https://utk20.anadolu.edu.tr/>

**16-19 EKİM 2019
ESKİŞEHİR**

20. Ulusal ve 4. Uluslararası Turizm Kongresi

Bildiriler Kitabı

16-19 Ekim 2019
Eskişehir

Editör

Prof. Dr. Oktay EMİR

Editör Yardımcıları

Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ
Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL

Yayına Hazırlayanlar

Arş. Gör. Dr. Arzu TOKER

Arş. Gör. Dr. Ece DOĞANTAN

Arş. Gör. Dr. Engin BAYRAKTAROĞLU

Öğr. Gör. Dr. Seher GÜLENÇ

Arş. Gör. Barış ÇIVAK

Arş. Gör. Burak DÜZ

Arş. Gör. Burcu KAYA SAYARI

Arş. Gör. Fuat ÇİFTÇİ

Arş. Gör. Gül Nur DEMİRAL

Arş. Gör. İbrahim Taner AKKOÇ

Arş. Gör. Merve KALYONCU

Arş. Gör. Merve ÖZGÜR GÖDE

Arş. Gör. Muhammed KAVAK

Arş. Gör. Orçun ATİLLA

Arş. Gör. Pınar ŞENEL

Arş. Gör. Selin KAMA

Arş. Gör. Sema EKİNCEK

Arş. Gör. Serhat AYDIN

Arş. Gör. Sezi AYDIN

Özge HAMAT

Batuhan SÖNMEZ

Fatma Zehra İLİK

Aysun ÖRÜNPAY

Kübra KURAN

Pelin CANDAR

Sezer YERSÜREN

Songül Çilem KAYA

Ulusal Turizm Kongresi (20.: 2019: Eskişehir)

20. Ulusal Turizm Kongresi: şehir turizmi.

1. Turizm - Türkiye - Kongreler. 2. Kültür turizmi - Kongreler I. Anadolu Üniversitesi

II. Anadolu Üniversitesi. Turizm Fakültesi yayınları; no. 14

G155 .A7 U48 2019

ISBN: 978-975-06-3632-5

Anadolu Üniversitesi Basımevi

Ekim 2019

20. Ulusal Turizm Kongresi Onur Kurulu

Mehmet Nuri ERSOY

T.C. Kültür ve Turizm Bakanı

zdemir AKACAK

Eskişehir Valisi

Prof. Dr. Şafak Ertan ÇOMAKLI

Anadolu Üniversitesi Rektörü

Danışma Kurulu*

Unvanı, Adı Soyadı

Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ

Prof. Dr. Orhan BATMAN

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI

Prof. Dr. Osman E. ÇOLAKOĞLU

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER

Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

Prof. Dr. Azize TUNÇ HASSAN

Prof. Dr. Orhan İZ

Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA

Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN (Kongre Dönem Başkanı)

Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU

Prof. Dr. Alp TİMUR

Prof. Dr. Muharrem TUNA

Kurumu

Girne Amerikan Üniversitesi

Sakarya Üniversitesi

Mersin Üniversitesi

Adnan Menderes Üniversitesi

İstanbul Üniversitesi

İstanbul Gelişim Üniversitesi

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Yaşar Üniversitesi

İstanbul Ticaret Üniversitesi

Erciyes Üniversitesi

İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Adnan Menderes Üniversitesi (Emekli)

Dokuz Eylül Üniversitesi (Emekli)

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
(TUADER Yönetim Kurulu Başkanı)

(* Soyada göre alfabetik düzenlenmiştir.

20. Ulusal Turizm Kongresi Bilim Kurulu Listesi

- Prof. Dr. Abdul Celil ÇAKICI, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah KARAMAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah TANRISEVDİ, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Adnan TÜRKSOY, Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Agustin Santana TALAVERA, Universidad de La Laguna, Spain
Prof. Dr. Ahmet Akın AKSU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet AKTAŞ, Girne Amerikan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ali YAYLI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Alp TİMUR, Dokuz Eylül Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Mardin Artuklu Üniversitesi
Prof. Dr. Aslı AFŞAR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Atila YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Bahar TANER, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin ÖZDEMİR, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bahattin RIZAOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi (Emekli)
Prof. Dr. Beykan ÇİZEL, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. C. Gazi UÇKUN, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DEMİR, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida Sarasota-Manatee(USFSM)
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN, KTO Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Dimitrios BUHALIS, Bournemouth University, England
Prof. Dr. Doğan GÜRSOY, Washington State University
Prof. Dr. Doğan Yaşar AYHAN, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan TUNCER, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Düriye BOZOK, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ KÜÇÜKALTAN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, Central Florida University, USA

Prof. Dr. Fisun YÜKSEL, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK, Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Haktan Erdoğan EKİZ, King Abdul Aziz University
Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Doğu Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim BİRKAN, Turizm Yatırımcıları Derneği
Prof. Dr. İge PIRNAR, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. İsa SAĞBAŞ, Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. John T. BOWEN, University of Houston, USA
Prof. Dr. Kemal BİRDİR, Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Kutay OKTAY, Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University
Prof. Dr. Mahmut Demir, Isparta Uygulamalı Bilimler Fakültesi
Prof. Dr. Manuel António Brites Salgado, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Maria DOLORES ALVAREZ, Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Medet YOLAL, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Cihan YAVUZ, Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Metin KOZAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Muharrem TUNA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Murat GÜMÜŞ, Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ, Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL, University of Massachusetts, USA
Prof. Dr. Nazmi KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, İstanbul Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer TETİK, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Nurten ÇEKAL, Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Prof. Dr. Oğuzhan İLBAN, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Olimpia BAN, University of Oradea, Romania
Prof. Dr. Oktay EMİR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan AKOVA, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan İÇÖZ, Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Avşar KURGUN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Osman ÇOLAKOĞLU, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Osman M. KARATEPE, Eastern Mediterranean University
Prof. Dr. Osman N. ÖZDOĞAN, Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA, İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Önder MET, Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Özcan YAĞCI, Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TÜTÜNCÜ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Pars ŞAHBAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Rıdvan YURTSEVEN, Ataşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Said KINGİR, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Prof. Dr. Salih KUŞLUVAN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Selim BAŞAR, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Selma Meydan UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Semra Günay AKTAŞ, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Stanislav IVANOV, Varna University of Management, Bulgaria
Prof. Dr. Şenol ÇAVUŞ, Batman Üniversitesi
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, Nevada LasVegas University
Prof. Dr. Şule AYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Tefvik Volkan YÜZER, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Tony L. HENTHORNE, University of Nevada, Las Vegas, USA
Prof. Dr. Umut AVCI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Yasin BOYLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, University of Portsmouth
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer ÖTER, Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi

(*) İsmi göre alfabetik olarak düzenlenmiştir.

**20. Ulusal Turizm Kongresi'ne sözlü sunum için gönderilen bildirimler Bilim Kurulu (Hakem) denetiminden geçtikten sonra kabul veya ret edilmektedir.

Yürütme Kurulu

| Unvanı, Adı Soyadı* | Görevi | İletişim (E-mail) |
|------------------------------------|-------------------|-----------------------------------|
| Prof. Dr. Oktay EMİR | Başkan | oktayemir@anadolu.edu.tr |
| Prof. Dr. Medet YOLAL | Üye | myolal@anadolu.edu.tr |
| Prof. Dr. Nazmi KOZAK | Üye | nkozak@anadolu.edu.tr |
| Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ | Üye | semragunay@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Cem IŞIK | Üye | cemisik@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Çağıl Hale ÖZEL | Başkan Yardımcısı | chkayar@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Deniz KARAGÖZ | Üye | dkaragoz@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Dilek ACAR | Üye | dacar1@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Emre Ozan AKSÖZ | Başkan Yardımcısı | ozana@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Erkan SEZGİN | Üye | esezgin@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK | Üye | gozer@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Hakan YILMAZ | Üye | hyilmaz5@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ | Üye | hryuncu@anadolu.edu.tr |
| Doç. Dr. Rıdvan KOZAK | Üye | rkozak@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Alev DÜNDAR ARIKAN | Üye | adundar@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi A. Sadık BAHÇE | Üye | asbahce@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ | Üye | ezencir@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Hakan SEZEREL | Üye | hakansezerel@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖNEY | Üye | honey@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi İnci Oya COŞKUN | Üye | ioyazicilar@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Mehtap YÜCEL GÜNGÖR | Üye | mehtapyg@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Pembe Gül ÇAKIR | Üye | pcakir@anadolu.edu.tr |
| Dr. Öğr. Üyesi Sibel ÖNÇEL | Üye | sguler@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Dr. Duygu YETGİN | Üye | dyetgin@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Dr. Dönüş ÇİÇEK | Üye | dcicek@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Dr. Osman GÜLDEMİR | Üye | osmanguldemir@anadolu.edu.tr |
| Dr. Gözde TÜRKTARHAN | Üye | gturktarhan@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Dr. Arzu TOKER | Üye | arzu_turan@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Dr. Ece DOĞANTAN | Üye | edogantan@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Dr. Engin BAYRAKTAROĞLU | Üye | enginbayraktaroglu@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Dr. Mune MOĞOL SEVER | Üye | mmogol@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Aysel YILMAZ | Üye | aysely@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Emrah YILDIZ | Üye | emrah yıldiz34@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Seher GÜLENC | Üye | sehergeyik@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Serkan OLGAC | Üye | solgac@anadolu.edu.tr |
| Öğr. Gör. Şeyda YAYLA | Üye | seydayayla@anadolu.edu.tr |

| | | |
|-------------------------------|-----|----------------------------------|
| Öğr. Gör. Ufuk ÇEVİK | Üye | ufukcevik@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Barış ÇIVAK | Üye | bariscivak@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Burak DÜZ | Üye | bduz@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Burcu KAYA SAYARI | Üye | burcukaya142@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Fuat ÇİFTÇİ | Üye | fuatciftci@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Gül Nur DEMİRAL | Üye | gulnurdemiral@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. İbrahim Taner AKKOÇ | Üye | ibrahimtanerakkoc@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Merve KALYONCU | Üye | mervekalyoncu@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Merve ÖZGÜR GÖDE | Üye | merveozgurgode@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Muhammed KAVAK | Üye | muhammedkavak@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Orçun ATİLLA | Üye | orcunatilla@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Önder YAYLA | Üye | onderyayla@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Pınar ŞENEL | Üye | pinargoksu@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Seda SÖKMEN | Üye | sedabuldu@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Selin KAMA | Üye | selinkama@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Sema EKİNCEK | Üye | semaekincek@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Serhat AYDIN | Üye | serhataydin@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Sezi AYDIN | Üye | seziaydin@anadolu.edu.tr |
| Arş. Gör. Sibel ŞAHİN | Üye | sibelsahin@anadolu.edu.tr |

*Unvanlar altında, isme göre alfabetik olarak düzenlenmiştir.

Şehir Otellerinin Pazarlanmasında Yaşanan Zorluklar: Bir Örnek Olay Çalışması

Şule ARDIÇ YETİŞ

Arş.Gör.Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

ardicsule@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma, şehir turizmi kapsamında faaliyet gösteren şehir otellerinin pazarlanmasında karşılaşılan sorunları belirlemek ve buna yönelik çözüm önerileri üretebilmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma turizm açısından en çok tercih edilen yerlerden biri olan Nevşehir ilinde yapılmıştır. Araştırma nitel araştırma yöntemine dayalı olarak örnek olay analizi ile gerçekleştirilmiştir. Örnek olay analizini, bir ya da birden fazla olayı, bireyi ve işletmeyi tanımlamak ve açıklamak amacıyla, sistematik bir biçimde incelenmesi olarak tanımlamak mümkündür. Araştırma kapsamında Nevşehir'de 2018 yılından itibaren faaliyet gösteren beş yıldızlı bir şehir oteli incelenmiştir.

Araştırma sonucunda şehir otellerinin en önemli pazarlama sorunları; teknolojik gelişmelere ayak uydurma güçlüğü, talep yetersizliği, müşterilerin tatmin edilme zorluğu, aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar, tekelleşme, yoğun rekabet, bilgili ve yetenekli satış elemanlarına sahip olamamaları vurgulanmıştır. Bu sorunlara karşılık şehir oteline; hizmet, ürün, fiyatlandırma ve tutundurma gibi pazarlama faaliyetlerinin yürütülmeye çalışıldığı vurgulanmıştır. Öte yandan örnek olay çerçevesinde incelenen şehir otelinin pazarlama uygulamalarını yeteri kadar etkili kullanmadığı ve bunun sonucu olarak da pazarlama sorunlarını çözme konusunda yetersiz kaldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Şehir Oteli, Nevşehir, Örnek Olay

GİRİŞ

Turizm, dünyanın en hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerinden biridir. Bu açıdan turizm, şehirlerin kalkınmasında ve gelişmesinde itici bir güçtür. Turistler ile şehirler hareketlenmekte ve şehirde yaşayan yerel halkın refah düzeyi artmakta, şehrin alt ve üst yapılarında düzenlemeler yapılabilmekte ve şehirler yaşanabilir çekici yerler haline getirilmektedir. Son yıllarda yeni destinasyonları ziyaret etmek isteyen ve yeterli gelire sahip olan turistler, ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile istedikleri destinasyonlara kolayca gidebilmekte ve farklı deneyimler yaşayabilmektedir. Bu turistlerin zihninde turizm, şehir yaşamından ve stresinden bir kaçış yolu olarak konumlandırılrsa da şehir otelleri bu seyahatler için pek tercih edilmemektedir. Turistler şehir otellerini sadece iş ile ilgili seyahatlerde konaklanabilecek bir mekân olarak ilişkilendirmektedir. Ayrıca gidilen destinasyonda otel işletmelerinin sadece merkezde değil, ilçelerde de konumlanması rekabet ortamı yaratabilmektedir.

Bahsi geçen nedenler ile şehir otellerinin çeşitli pazarlama sorunları bulunmaktadır. Şehir otelleri, sabit yatırımları ve sabit giderleri yüksek, yatırım geri dönüşü düşük olan konaklama işletmelerinden biridir. Otel işletmelerinin pazarlama konusunda yeterli ve eğitimli çalışanlarının olmaması ve pazarlama departmanının olmaması veya pasif olması pazarlama sorunlarının başında gelmektedir (Akçi ve Atınc, 2014: 79). Öte yandan otel işletmelerinin pazarlama sürecini doğru yönetememesi, pazar paylarını rakiplerine kapmasına ve hatalarını telafi etmelerinin daha maliyetli olmasına sebep olmaktadır. Turistlerin konaklayacakları yerin seçimini etkileyen faktörler incelendiğinde, konaklama işletmesinin konumu ve işletmenin pazarlama olanakları önem taşımaktadır (Tunçsiper ve İlban, 2006).

Bu bağlamda araştırmada, şehir turizmi kapsamında faaliyet gösteren şehir otellerinin pazarlanmasında karşılaşılan sorunları belirlemek ve buna yönelik çözüm önerileri üretebilmek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında şehir turizmi ve şehir otelleri kavramlarından bahsedilerek pazarlama sorunlarına değinilmiş ve örnek olay analizi kullanılarak Nevşehir ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı bir şehrin pazarlama sorunları incelenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Şehir merkezinde bulunan ve genellikle iş insanlarının, bölgeye gelen yerli ve yabancı konukların işlerini takip etmek amacıyla kısa veya uzun süreli konakladıkları işletmelerdir. Şehir otellerinde geceleme ve kahvaltı servisi sunulmaktadır (Uğur, 2018: 79). Bu işletmeler nüfus yoğunluğu fazla olan ticaret merkezleri veya turistlerin yoğun olarak talep oluşturdukları merkezlerde kurulmaktadır. Bu tip işletmeler iş gücü ve otel-restoran uygulamasında ekonomik olmayan uygulamalar sebebiyle geleneksel otel işletmeciliğinin zorluğunun yok edilebilmesi bakımından kabul görmüş ve gelişme göstermiştir (Pekacar, 2017: 6).

Yoğun rekabet ortamında şehir otellerinin konuklarının istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak en uygun mal ve hizmeti sunması gerekmektedir. Turistlerin gidebileceği/konaklayabileceği çok sayıda destinasyon ve otel işletmesi bulunmaktadır (Emir, 2010: 1246). Bu aşamada şehir otellerinin diğer otel işletmeleri düşünüldüğünde tercih edilebilmesi etkili bir şekilde pazarlanması ile mümkündür (Ersoy ve Gülmez, 2013). Şehir otellerinin pazarlanması, konukların konaklama ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla, üretim faktörlerini sürekli, bilinçli ve rasyonel şekilde tedarik eden, üretim faktörlerinden yararlanarak mal ve hizmetleri geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtım işlevlerinin işletme tarafından planlanması ve yürütülmesi sürecidir (Kozak, 2016).

Konaklama işletmeleri bünyesinde faaliyet gösteren şehir otelleri, rekabetin giderek arttığı bir ortamda varlıklarını sürdürebilmeleri için mevcut ve potansiyel konukların istek ve ihtiyaçlarına yönelik sundukları mal ve hizmetleri etkin ve sürekli bir biçimde pazarlamak zorundadırlar (Gorry ve Westbrook, 2011). Bu nedenle şehir otellerinde pazarlama karması olarak bilinen ürün, fiyat, tutundurma ve dağıtım faaliyetlerinin iyi bir şekilde yürütülmesi pazarlama işlevinin başarılı bir şekilde yerine getirildiğini göstermektedir.

Şehir otellerinin pazarlama karmasını başarılı bir şekilde kullanması işletmenin karlılığının artmasını, maliyetlerin azalmasını, işletmenin pazar payının korunmasını, işletme imajının yaratılmasını, rekabet üstünlüğü sağlanmasını, misafir memnuniyetini ve çevrelere tavsiye etmelerini, sadık misafirler yaratılmasını ve işletmenin devamlılığını sağlayacaktır (Middleton vd., 2009; Güler, 2009; Kotler ve Armstrong, 2010; Kozak vd., 2015; Korkmaz vd., 2016). Konaklama işletmelerinde olduğu gibi şehir otellerinde de pazarlamadaki en önemli sorun ise üretim, dağıtım ve tüketim faaliyetlerinin aynı anda olması ve turistlerin de hizmetin sunulduğu yerde bulunması zorunluluğudur. Bu durum şehir otellerinin pazarlama faaliyetlerinde daha farklı yollar aramasına neden olmaktadır. Ayrıca konaklama sektöründe rakiplerden fark yaratabilmenin en iyi yollarından biri, sahip olunan satış geliştirme, pazarlama planlaması ve fiyatlandırma stratejileri gibi pazarlama karması elemanlarını kullanabilmektir (Alena, 2013).

Bu bağlamda literatürde yapılan çalışmalarda otel işletmelerinin pazarlama uygulamalarının işgören, misafir ve paydaşların performansı açısından değerlendirildiği görülmüştür (Emir, 2010; Nieto vd., 2014; Pereira ve Almeida, 2014). Bu kapsamda otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sorunlar ve bunlara yönelik çözüm yollarına ilişkin çalışmaların kısıtlı olduğu görülmüştür (Tunçsiper ve İlban, 2006; Akçi ve Atınç, 2014). Ancak şehir otellerinin pazarlama faaliyetleri ve bu faaliyetlerde yaşanan sorunlar ile çözüm yollarına ilişkin çalışmaya rastlanmamıştır. Söz konusu çalışma ile konuya farklı yol çizilecek ve şehir otellerine dikkat çekilecektir.

YÖNTEM

Araştırmada Nevşehir ilinde şehir merkezinde faaliyet gösteren beş yıldızlı bir şehir otelinin pazarlama sorunları ve buna yönelik çözüm önerileri incelenmiştir. Araştırma bu yönüyle keşifseldir. Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan bütüncül tek durum örnek olay yöntemine başvurulmuştur. Bütüncül örnek olay yönteminde bir birey, bir kurum, bir okul gibi vakalar inceleme altına alınmaktadır (Yin, 1994). Bu yöntem, bir konu, olay, işletme veya bölge hakkında ayrıntılı bilgi toplamaya olanak sağlayarak yeni kuramların oluşturulabilmesine imkân vermesi nedeniyle de tercih edilmektedir (Kılıç ve Kurnaz, 2010).

Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış mülakat yöntemine uygun açık uçlu sorulardan yararlanılmıştır. Bu kapsamda literatürde araştırma konusu genel hatları ile belirlenmiş ve odaklanılması gereken kısımlar belirlenmiştir (Tunçsiper ve İlban, 2006; Akçi ve Atınç, 2014). Mülakat soruları; işletmenin sunduğu hizmetler, işletmenin yürüttüğü pazarlama faaliyetleri, işletmenin rakiplerden fark yaratıcı özellikleri veya stratejileri, pazarlama faaliyetlerinde yaşanan sorunlar ve buna yönelik çözüm yolları katkıları olarak kategorilere ayrılmıştır. Görüşme soru formunda yer alan ifadeler aşağıda belirtilmiştir:

- İşletme faaliyetleriniz nelerdir ve hangilerini daha yoğun kullanıyorsunuz?
- Rakiplerden fark yaratan özellikleriniz nelerdir?
- Hizmetleriniz nelerdir ve bunlarla ilgili sorun yaşıyor musunuz?
- Hizmetlerinizde fiyatlandırma yönteminiz nedir? Bununla ilgili sorun yaşıyor musunuz?
- İşletmenin kullandığı tutundurma faaliyetleriniz nelerdir? Bununla ilgili sorun yaşıyor musunuz?
- Dağıtım kanallarınız nelerdir? Bununla ilgili sorun yaşıyor musunuz?
- Sosyal paylaşım sitelerini ne ölçüde kullanıyorsunuz? Bununla ilgili sorun yaşıyor musunuz?
- İşletmenin kullandığı ya da oluşturduğu veritabanı var mıdır? Varsa burada ne gibi bilgiler depolanmakta ve kullanılmaktadır?
- Bahsedilen sorunlara yönelik çözüm yolları geliştiriyorsunuz?

Veriler bahsedilen şehir otelinin pazarlama departmanı müdürü ile yapılan görüşme ile toplanmıştır. Bu otel işletmesinin tercih edilmesinde en önemli neden otelin zincir bir işletmeye ait olması ve Nevşehir’de yeni bir otel işletmesi olarak pazarlama uygulamalarını daha çok kullanması gerekmesidir. Görüşme sesli kayıt sistemi ile kaydedilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir.

Araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik kapsamında eleştirileri azaltmak için örnek olaydaki bulgulara dayanmayan herhangi bir çıkarımda bulunulmamış ve araştırma araştırmacının kişisel deneyimleri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgu ve sonuçlar diğer otel işletmelerine genellenemez. Bulgu ve sonuçlar sadece şehir oteli için geçerlidir (Aytaçlı, 2012; Selvi ve Demirel, 2012).

BULGULAR VE YORUM

Nevşehir ilinde 2018 yılında faaliyetlerine başlayan şehir oteli ile ilgili genel bilgilere bakıldığında, otelin 189 odası bulunduğu ve görüşmenin yapıldığı tarihte 120 kişi istihdam edildiği bildirilmiştir. Ayrıca şehir oteli olmasına rağmen bölgenin sezon açısından yoğun olması nedeniyle doluluk oranının %100 olduğu ifade edilmiştir. Şehir oteli olmanın zorluklarına rağmen merkeze bir otel işletmesi kurma nedeninin, işletmenin bir başka yatırımı ile rekreasyon faaliyetleri için bir kompleks olarak kullanılabilmesi düşüncesinin planlandığı ve bu nedenle özellikle bir ön çalışma yapılmadığı belirtilmiştir.

Pazarlama departmanı genel olarak yaptığı işlerle ilgili öncelikle kendi departman içinde ardından işletme müdürü ve sonrasında kurumsal olarak bağlı oldukları işletmeye karşı sorumlu olduklarını bildirmiştir. Buradan hareketle, pazarlama departmanı müdürüne yöneltilen görüşme soruları pazarlama bileşenlerine ve misafir ilişkilerine yöneliktir ve Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Yapılan Görüşmeye İlişkin Bulgular ve Yorumlar

| Pazarlama Bileşenleri/ Sorunlar | Çözüm Yolları |
|---|--|
| Mal ve Hizmetler Talep yetersizliği Personel eğitiminde yetersizlikler Ürün farklılaştırma yetersizliği Yenilik yapamamak | <p>"İşletmemizin temel ürünleri konaklama ve yiyecek-içecektir. Ancak önceki dönemden farklı olarak ürün yelpazemizi genişleterek Spa hizmetlerimizi yerel halk ve misafirlere sunuyoruz. Ayrıca 360 derece panoramik manzaraya sahip bölgedeki tek restoran bizim işletmemizde bulunuyor. Burada hafta içi canlı müzik sunumu ile hedeflenen ürün çeşitliliğini sağladık. Özel günlerde paket ürünler oluşturarak hizmetlerimizi misafirlere ile buluşturmaya çalışıyoruz.</p> <p>Satış personelimizin satış teknikleri ve misafir ilişkileri ile ilgili eksikleri vardı. Bu eksikleri sürekli departman içi eğitimler ve örnek olaylar ile geliştirmeye çalışıyoruz. Ayrıca kendini bu anlamda geliştirmek isteyen personelimiz için mesai ve izin konusunda esnek davranıyoruz."</p> |
| Fiyat Yoğun rekabet Fiyatlandırma yaşanan sorunlar Döviz kurunda yaşanan farklılıklar | <p>"Bölgenin sahip olduğu potansiyel nedeniyle çok sayıda otel var. Ancak biz hepsi ile aynı sınıfta yer almıyoruz. Bu açıdan bizim rakiplerimiz bellidir. Biz küresel bir işletmeyi ve bu bilinirliğimizi kullanarak rekabet edebiliyoruz. Ayrıca bölgeye yeni açılacak zincir bir otel var. Bunun içinde departmanımızda işletmemizin rekabet gücünü artırmaya yönelik planlama çalışmaları başladı.</p> <p>İlk açıldığımız dönem maliyet esaslı bir fiyat politikası geliştirilmişti. Bu nedenle sonraki dönemde çalışılan acentelerin aynı fiyatları talep etmesi karmaşa yarattı. Bununla fiyatlarımızı sabitleyerek baş edebildik. Farklı acentelerin döviz kurunu farklı belirlemesi de fiyat konusunda yaşadığımız bir diğer sorun ve bunu bizim belirlediğimiz kur fiyatı ile satış yapmalarını sağlayarak çözebildik. Bir acenteye verilen fiyatın diğer acenteler tarafından da istenilmesi sıkıntılı bir süreçti. İşletmemiz bunu yapılan garantili satışlar ve doluluk garantisi ile aşmıştır."</p> |
| Dağıtım Yüksek dağıtım komisyonları Pazarda hâkim bir dağıtıcının varlığı | <p>"Birden fazla acente ve aracı ile çalışmak ve her birine farklı fiyat ve komisyon uygulamak yorucu ve zaman alıcı bir durumdur. Bu durumdan mümkün olduğunca doğrudan ve az aracı kullanarak satış yapmaya çalışarak mücadele ediyoruz.</p> <p>Şu anda bölgede tüm temel ve yan ürünlerde söz sahibi konumunda olan bir işletme var. Bir dönem onlar ile oda satış garantili anlaşmamız vardı. Ancak bu acenteye verdiğimiz fiyatı vermemizi isteyen diğer acentelerimiz ile aramızda sorunlar yaşandı. Ayrıca bu işletme ile çalışılmadığı takdirde ayakta duramayacakmış gibi bir durum yansıtıldı. Şu anda tekelleşmeye karşı bizde kendi dağıtım kanallarımızı kullanarak mümkün olduğunca bu sistemin dışına çıkmaya uğraşıyoruz."</p> |
| Tutundurma Yanlış reklamlar Sponsorluk taleplerinin fazlalığı Hedef pazarın fazlalığı Halkın olumsuz tutumu | <p>"Genel olarak baktığımızda, en sık kullandığımız tutundurma faaliyetlerimiz reklam, misafir programları, basılı broşür, internet, yerel radyo ve gazeteler, kişisel satış ve sponsorluktur. Daha önce oda satışı garantili çalıştığımız bir acentenin bizi aynı sınıfta olmadığımız işletmelerle aynı reklamda aynı sınıf gibi göstermesi yaşadığımız en önemli sıkıntıydı. Yabancı turist pazarının fazla geniş olması, bu kanala çok fazla yatırım yapılmasını gerektiriyor ve haliyle de bütçenin büyük kısmı burada harcanıyor. Ayrıca halkın ilk kuruluştaki tutumlarını kırmak için avm ve şehir içi billboardlarına sürekli bilgilendirici reklamlar hazırlatarak olumsuz algıyı kırmaya çalışıyoruz. Bölgede yapılan birçok faaliyete de sponsor olmaya çalışıyoruz. Sponsorluk faaliyetlerini bağlı olduğumuz STK üzerinden gerçekleştiriyoruz. Böylece sektördeki olumsuz tutumları da kırmaya çalışıyoruz."</p> |
| Müşteri şikâyetleri ile ilgili süreç yönetimi Tatmin olmayan misafirler Sanal konaklama sitelerinde yer alan puanların değerlendirilmesi | <p>"Misafirlere gelen şikâyetlerle otelimizin misafir ilişkileri departmanı ilgileniyor. Misafir konaklaması esnasında bir şikâyetle bulunuyorsa bu şikâyet mutlaka dinlenilir ve buna bağlı olarak bir telafi uygulanır. Ancak misafir gittikten sonra bir web sitesinden şikâyetle bulunuyorsa ona standart özür mesajı yazılır ve kişinin veri tabanına not düşülerek bir dahaki kalışında bu konu hakkında çalışanlar uyarılır. Bununla birlikte şikâyet kutumuzda vardır ve buraya misafir şikâyetlerini yazabilir. Bu kutu günlük olarak misafir ilişkileri departmanı tarafından kontrol edilmektedir."</p> |

İşletme genel olarak bakıldığında yaşanan pazarlama sorunlarına karşı faaliyetlerini sürekli sorgulayarak çözüm yolları aramaktadır. Böylece misafir temelli bir pazarlama faaliyeti sürdürdüklerini ve sonucunda misafir memnuniyeti, uzun vadede işletme karlılığı ve devamlılığı sağlanacağı düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, şehir turizmi kapsamında faaliyet gösteren beş yıldızlı bir şehir otelinin pazarlama kapsamında karşılaştığı sorunları belirlemek ve buna yönelik çözüm önerileri konusunda genel bir değerlendirme yapılmıştır. Nevşehir ilinde 2018 yılından itibaren faaliyet gösteren ve şehir merkezinde bulunan beş yıldızlı bir otel işletmesinin pazarlama departmanı müdürü ile yapılan görüşme sonucunda hedef pazarlarının ağırlıklı yerli ve yabancı turistler ile iş insanları, kongre ve toplantı organizasyonlarına katılan konuklar olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte, şehir otelinin pazarlama faaliyetleri sırasıyla, yan ve temel hizmetlerin sunulması, ilk faaliyet dönemlerinde maliyet esaslı şimdilerde talebe dayalı fiyatlandırma, doğrudan ve dolaylı dağıtım kanalları, tutundurma faaliyetleri olarak belirtilmiştir.

Araştırma kapsamında şehir otellerinin pazarlama uygulamalarını yeteri kadar etkili kullanmadıkları ve bunun sonucu olarak da pazarlama sorunlarını çözme konusunda yetersiz kaldıkları görülmüştür. Şehir otellerinin pazarlama faaliyetlerini önemsemesi, yeterli miktarda pazarlama faaliyetlerine bütçe ayırması, sektördeki ve bölgedeki değişiklikleri takip edebilmesi, personelin pazarlama konusunda bilgilendirilmesi öncelikle sorunların çözümünde önemli bir aşamadır.

Öte yandan şehir otelinin yaşadığı en önemli sorunun, bölgede tekelleşmenin yarattığı karmaşa olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bilindiği gibi, turizm sektöründe tekelleşme diğer sektörlerde olduğu gibi sektör dinamiklerine baskı yapmaktadır. Bu durum sadece otellerin dağıtım kanallarında yarattığı baskı değil, aynı zamanda yan ürün ve hizmetlerin pazarlanmasında da kısır döngü oluşturmaktadır. Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin bu konuda bilinçlenmesi ve doğru mekanizmaların sektör adına oluşturulması önemlidir.

Şehir otelinin, rakibi olarak düşünülen bölgedeki diğer otel işletmelerinden fark yaratmak için kullandığı en önemli pazarlama karması, tutundurma faaliyetleridir. Bu karmada yaşanan en belirgin sorun, bilgilendirilmesi ve ikna edilmesi gereken çok fazla pazarın olması ile dağıtım kanallarının yapmış olduğu yanlış ve abartılı reklamlardır. Bu konularla ilgili tutundurma faaliyetlerinin doğruyu yansıtan ve bilgilendirici olması yönünde düzeltmeleri yapmaları ve doğrudan pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermeleri gerekmektedir. Araştırmanın sonuçları literatürde yer alan çalışmalar ile benzer niteliktedir (Tunçsiper ve İlban, 2006; Güler, 2009; İnal vd., 2010; Ersoy ve Gülmez, 2013; Akçi ve Olcay, 2014).

Araştırma Nevşehir ilinde bulunan ve araştırmaya katılmayı kabul eden beş yıldızlı bir şehir otelinde yapılması nedeniyle tespit edilen sorunlar ve bu sorunlar yönelik çözüm önerilerini genellemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Nitel araştırmanın kısıtı, yapılan araştırma ilgili konudaki çalışmalara katkı niteliğinde olmasıdır ve genelleme yapılamayacağıdır. Bu kapsamda ileriki çalışmalarda bölgede faaliyet gösteren tüm dört ve beş yıldızlı otellerin örneklem olarak ele alınması yararlı olacaktır. Ayrıca nicel ve nitel veriler toplanarak daha derinlemesine bilgiler elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akçi, Y. & Atınç, O. (2014). Otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinin yönetici görüşleriyle incelenmesi üzerine bir araştırma (Gaziantep ve Adıyaman örneği). *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 78-94.
- Alena, K. (2013). Knowledge, skills and competencies of hospitality companies in the South Moravian Region. *Journal of Competiveness*, 5(2), 51-66
- Aytaçlı, B., (2012). Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış. *Journal of Educational Sciences Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Emir, O. (2010). Otel işletmelerinin pazarlanmasında seyahat acentalarının rolü: Otel işletmeleri tarafından bir değerlendirme. *Ege Akademik Bakış*, 10(4), 1245-1256
- Ersoy, A. & Gülmez, M. (2013). Doğrudan Pazarlama Araçlarının Konaklama İşletmelerinde Kullanımı: Antalya İli Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 23-40.
- Gorry, G. A. & Westbrook, R. A. (2011). Can you hear me now? Learning from customer stories. *Business Horizons*, 54, 575-584.
- Güler, G. E. (2009). Konaklama işletmelerinde tutundurma faaliyetleri ve Trakya'daki oteller üzerine bir değerlendirme. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 27(2), 233-261.
- Kılıç, B. & Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral Vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S.A. & Işın, F.B. (2016). Pazarlama: Kavramlar-İlkeler Kararlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kotler P. & Armstrong G. (2010). Principles of marketing. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kozak, N. (2016). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. & Kozak A. M. (2015). Genel Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Middleton V.T.C., Fyall, A., Morgan M. ve Ronchhod, A. (2009). Marketing in travel and tourism. Oxford: Elsevier Ltd.
- Nieto, J., Hernández-Maestro, R. M. & Muñoz-Gallego, P. A. (2014). Marketing decisions, customer reviews, and business performance: The use of the Toprural website by Spanish rural lodging establishments. *Tourism Management*, 45, 115-123.
- Pekacar, A. Z. (2017). Şehir otellerinde müşteri şikayetleri ve çözüm yöntemleri üzerine görgül bir araştırma (Yayınlanmamış yüksekisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Pereira, L. & Almeida, P. (2014). Marketing and promotion in the hotel industry: A case study in family hotel and hotel group. *Tourism and Hospitality International Journal*, 2(1), 92-105.
- Selvi, M. S.& Demirer, D. (2012). Ekolojik tatil çiftliklerinin Tatuta projesi deneyimine ilişkin örnek olay incelemesi. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 23(2), 187-202.
- Tunçsiper, B. & İlban M. O. (2006). Turizm İşletme Belgeli Otel İşletmelerinin Pazarlama Sorunları: Balıkesir İlinde Bir Alan Araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 225-244.
- Uğur, İ. (2018). Netnografi tekniği ile şehir otellerinde hizmet kalitesi algısı ölçeği geliştirilmesi: Ankara ilinde 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir uygulama (Yayınlanmamış doktora tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Yin, R. (1994). Case study research: Design and methods. Sage Publications: Thousand Oaks.