



e-ISSN: 2630-631X

Article Type

Research Article

Subject Area

Tourism and hotel  
Management

Vol: 8 Issue: 66

Year: 2022 November

Pp: 2343-2357

Arrival

21 October 2022

Published

31 December 2022

Article ID 66508

Doi Number

<http://dx.doi.org/10.29228/smryj.66508>How to Cite ThisArticle

Deveci, B. (2022).

"Bisiklet Dostu

Konaklama Tesislerinin

Web Sitelerinin İçerik

Analizi Yöntemiyle

Değerlendirilmesi",

International Social

Mentality and

Researcher Thinkers

Journal, (Issn:2630-

631X) 8(66): 2343-

2357

Social Mentality And  
Researcher Thinkers is  
licensed under a

Creative Commons

Attribution-

NonCommercial 4.0

International License.

## Bisiklet Dostu Konaklama Tesislerinin Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi

The Evaluation of The Web-Sites of Bike-Friendly Accommodation Facilities With The Method of Content Analysis

Bahar Deveci<sup>1</sup> <sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi., Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Kırkkale, Türkiye

### ÖZET

Turistler tatil kararı alırken ve konaklama yapacakları tesisleri seçerken internet ve web sitelerine her geçen gün daha fazla başvurmaktadır. Bu nedenle işletmelerin kendilerine ait bilgileri paylaştıkları web siteleri oldukça önem arz etmektedir. Günümüzde bisiklet kullanımının popüler hale gelmesiyle birlikte bisiklet dostu konaklama tesisleri de önemli bir konu haline gelmiştir. Bu yüzden bu araştırmanın amacı; bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip konaklama tesislerinin web sitelerinin incelenmesi ve mevcut durumun ortaya konulmasıdır. Araştırmanın amacı doğrultusunda Türkiye’de bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip 19 otelin web siteleri içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırmada değerlendirme yapmak için 7 kategori ve 56 değerlendirme ölçütü belirlenmiştir. Araştırma, web sitelerinin değerlendirildiği 1 Eylül-30 Eylül 2022 tarih aralığı ile sınırlanmıştır. Araştırma sonucunda; “hakkımızda”, “aktivite bilgileri”, “fotoğraflar”, “oda bilgileri”, “restoran/bar bilgileri”, “telefon numarası” ve “ulaşım haritasının” bütün otellerin web sitelerinde yer aldığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda araştırmadaki bütün otellerin ana sayfasına kolay ulaşılabildiği ve web sitesinin hızlı yüklendiği belirlenmiştir. Buna ek olarak; “web sitelerinin son güncelleme tarihi”, “döviz çevirici” ve “güncel döviz kuru” bilgilerinin araştırmadaki hiçbir otelin web sitesinde yer almadığı saptanmıştır. Araştırmada her bir kategori altında yer alan değerlendirme ölçütleri detaylı bir şekilde incelenerek otel web sitelerinin mevcut durumunun iyileştirilmesi ve tespit edilen eksiklerin giderilmesi hususunda öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Bisiklet, Bisiklet Turizmi, Bisiklet Dostu Konaklama Tesisi, Web Sitesi

### ABSTRACT

Tourists are using the internet and websites more and more every day when they decide to take a vacation and choose the facilities they will stay in. For this reason, websites where businesses share their information are very important. Nowadays, with the popularity of bike use, bike-friendly accommodation facilities have also become an important issue. Therefore, the aim of this research is; examining the websites of the accommodation facilities with bike-friendly accommodation facility certificate and revealing the current situation. In line with the purpose of the research, the websites of 19 hotels with bike-friendly accommodation facility certificate in Turkey were examined by using content analysis method. 7 categories and 56 evaluation criteria were determined to evaluate in the research. The research was limited to the date range of 1September-30 September 2022, when the websites were evaluated. As a result of the research; it was determined that "about us", "activity information", "photos", "room information", "restaurant/bar information", "phone number" and "transportation map" are available on the websites of all hotels. At the same time, it was identified that all hotels in the research have easy access to the home page and the website loads quickly. In addition; it was determined that the "last updated date", "currency converter" and "current exchange rate" information of the websites were not included in the websites of any hotel in the research. In the research, the evaluation criteria under each category were examined in detail and suggestions were made to improve the current situation of hotel websites and to eliminate the deficiencies identified.

**Keywords:** Bike, Bike Tourism, Bike Friendly Accommodation Facility, Website

## GİRİŞ

Küreselleşen dünyada iletişim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler her geçen gün artmaktadır (Birdir ve Buzcu, 2014: 3). Dünya nüfusunun 2022 yılı Ocak ayı itibariyle 7,91 milyara ulaştığı ve bu nüfusun yarısından fazlasının (%57) kentsel alanlarda yaşadığı ifade edilmektedir. Küresel internet kullanıcılarının sayısına bakıldığında; 4,95 milyar ile toplam nüfusun %62,5’inin internet kullanıcısı olduğu görülmektedir. Son on yıl içerisindeki artışın oldukça dikkat çekici olduğunu söylemek mümkündür. 2012 yılında 2,1 milyar olan internet kullanıcısı sayısı 2022 yılı itibariyle 4,95 milyara ulaşmıştır. Dünya nüfusunun 2023 yılı ortalarında 8 milyara ulaşacağı ve buna paralel olarak internet kullanıcı sayısının da artacağı tahmin edilmektedir. Günümüzde internet kullanıcılarının ortalama olarak günlük neredeyse yedi saatini internet kullanımına ayırdığı ifade edilmektedir (url-1). Bu yüzden işletmeler için internet kullanımının zorunlu hale geldiği söylemek mümkündür (Samaniego, Arranz ve Cabezudo, 2006: 164).

Günümüzde işletmeler aktif bir şekilde interneti kullanarak bilgi teknolojilerinden yararlanmakta ve web sitelerini rekabet aracı olarak kullanmaktadır (Ateş ve Boz, 2015: 63). İnternetin yaygın bir şekilde kullanıldığı alanların başında turizm endüstrisi gelmektedir. Turizm endüstrisi bünyesinde faaliyet gösteren; ulaştırma işletmeleri, seyahat işletmeleri vb. birçok işletme gibi (Karamustafa ve Öz, 2010: 190) otel işletmeleri de internet ve web sitelerini işletme tanıtımı ve doğrudan dağıtım amacıyla kullanmaktadır (Maksüdünov, 2019:



187). Başarılı bir web sitesinin müşterileri çeken, onlara sitenin güvenilir olduğunu hissettiren ve müşteri memnuniyeti yaratan bir site olması gerektiği ifade edilmektedir (Liu ve Arnett, 2000: 24). Bu doğrultuda otel işletmelerinin de web sitelerine gerekli özeni göstermesi, web siteleri vasıtasıyla müşterilerine ulaşabilmesi, istek ve soruları cevaplayabilmesi, rezervasyon, online ödeme vb. işlemleri hızlı ve güvenli bir şekilde karşılayabilmesi oldukça önem arz etmektedir (Esen ve Ayyıldız, 2022: 158). İlgili alan yazın incelendiğinde otellerin web sitelerinin farklı kategoriler ve değerlendirme ölçütleri baz alınarak incelendiği araştırmaların olduğu görülmektedir. Ancak bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip olan otellerin web sitelerine ilişkin herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Buradan hareketle bu araştırmanın ilgili alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bisiklet en genel haliyle “*tekerlekleri pedal aracılığıyla döndürülen binek araç ve bu araçla yapılan spor türü*” şeklinde tanımlanmaktadır. Bisikletin sağlıklı yaşamı özendirilen, fiziksel olarak gelişime destek olan, kolay bir şekilde ulaşılabilen, ucuz bir ulaşım olanağı sağlayan ve en önemlisi çevreye karşı duyarlı olan bir araç olduğu ifade edilmektedir (Deveci, 2022: 221). Bisiklet, modern yaşamda bir ulaşım aracı olmanın yanı sıra rekreasyonel bir faaliyet olarak da oldukça popüler hale gelmeye başlamıştır (Deveci, 2022: 237). Bu noktada bir turizm çeşidi olarak bisiklet turizminden bahsetmek mümkündür. Bisiklet turizmi; bisiklet etkinliğine aktif olarak katılmayı ya da etkinliği izlemeyi, bağımsız ya da organize bisiklet turlarına katılmayı içeren bir turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır (Han, Meng ve Kim, 2017: 292).

Bisiklet turizmi, bünyesinde gerçekleştirilen aktiviteler sayesinde gerçekleştirildiği bölgeye birçok katkı sağlamaktadır. Çevreye duyarlı bir aktivite olmasından dolayı özellikle kırsal kesimlerde sürdürülebilir turizmin gelişmesi için önemli bir fırsat şeklinde ifade edilmektedir (Uğuz ve Özbek, 2018: 84). Nitekim bu doğrultuda konaklama tesisleri de düşünülerek sürdürülebilir turizm bünyesinde bisiklet turizmini teşvik etmek amacıyla konaklama tesislerine yönelik bir tebliğ düzenlenmiştir (url-2). Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Bisiklet Dostu Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ 25.08.2020 tarih ve 31224 sayılı resmi gazetede yayımlanmıştır. Konaklama işletmelerinin bisiklet dostu konaklama tesisi olabilmesi için tebliğ ekinde belirtilen ve şartları bakanlık tarafından belirlenmiş değerlendirme formu gerekliliklerini yerine getirmesi gerekmektedir. Bisiklet dostu konaklama tesisi değerlendirme formu incelendiğinde yerine getirilmesi zorunlu olan asgari 11 adet hizmet bulunduğu görülmektedir. Bu hizmet detayları aşağıda sıralanmaktadır.

- ✓ “İşletmenin bisiklet dostu politikasına sahip olması ve uygulamalarının tesise ait internet sitesinde duyurulması”,
- ✓ “Bölgesel bisiklet rotaları hakkında bilgi sahibi personel istihdam edilmesi”,
- ✓ “Varsa bölgesel bisiklet rota haritaları ile bölgedeki kültürel, tarihi ve doğal zenginliklerin yer aldığı rotalar hakkında kabul alanında yazılı, görsel veya dijital bilgi sağlanması”,
- ✓ “Genel mahallerde görünür yerlerde güncel detaylı hava ve yol durumu hakkında sürekli bilgi sağlanması”,
- ✓ “Bisikletlerin park edilmesine ve emniyete alınmasına yönelik donanımı bulunan kapalı bisiklet garajı veya üstü kapalı, yan çeperleri güvenlik altına alınmış bisiklet park alanı bulunması, bisiklet garajı ve park alanının güvenlik kamerası ile izlenmesi”,
- ✓ “Bisikletlerin yıkanabilmesine uygun donanımı olan işaretlenip tanımlanmış bir alan bulunması”,
- ✓ “Müşteri tarafından kullanılacak bisiklet tamirine yönelik temel bakım/tamir aletlerinin bulunması”,
- ✓ “Hızlı çamaşır yıkama-kurutma hizmeti verilmesi veya müşteri kullanımına yönelik 24 saat erişim imkanı bulunan, en az bir adet olmak üzere oda sayısının yüzde biri oranında yıkama ve kurutma makinesi bulundurulması”,
- ✓ “Lokantası veya kahvaltı salonu bulunan tesislerde, kahvaltı için bisikletçilere özel menü düzenlenmesi, içerikleri ve besin değerleri konusunda bilgilendirme yapılması”,
- ✓ “Lokantası bulunan tesislerde, talep durumunda hazır paketler halinde karbonhidrat ve protein ağırlıklı seçenekleri içeren kumanya sunulması”,
- ✓ “Bisikletçilere elektrolit ve/veya karbonhidrat içeren içecekler, bisiklet üzerinde tüketilecek enerji jelleri/barları satın alma imkanının sunulması”.

Asgari gerekliliklerin yerine getirilmesine ek olarak ilave hizmetler üzerinden işletmeler puan sağlamaktadır. Değerlendirme formunda azami puanları belirtilen 21 adet ek hizmet maddesi bulunmaktadır. Bu maddeler puan bazında aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

Azami puanı bir (1) olan maddeler:

- ✓ “Genel mahaller veya odalarda yirmi dört saat içme suyu hizmeti”,
- ✓ “Tesisin yakınındaki ve varsa bölgedeki bisiklet rotaları üzerindeki bisiklet satış, kiralama ve tamir noktalarını gösteren basılı veya dijital harita”,
- ✓ “Toplu taşıma imkânları hakkında bilgilendirme,
- ✓ “Rehberli bisiklet, şehir ve bölge turları hakkında detaylı bilgi verilmesi”,
- ✓ “Talep edilmesi halinde rehber temini”,
- ✓ “Karbon ayak izinin azaltılması amacıyla personelin işleme bisikletle gelip gitmesinin teşvik edilmesi ve personel bisiklet park alanı düzenlenmesi”,

Azami puanı üç (3) olan maddeler:

- ✓ “Bisiklet kiralama hizmeti kapsamında çocuklar için koltuk veya römork kiralama seçeneklerinin sunulması”,
- ✓ “Kadın ve farklı yaş gruplarındaki çocuklar için uygun boyutta bisiklet kiralama imkânı”,
- ✓ “GPS cihazı kiralama hizmeti sunulması”,
- ✓ “Bisiklet garajı veya park alanında elektrikli bisikletler için şarj imkânı”,
- ✓ “Tesis bünyesinde düzenli olarak çocuklara yönelik bisiklet kullanımını teşvik edici ve özendirici programlar düzenlenmesi”,
- ✓ “Geniş araziye sahip tesisler bünyesinde personelin tesis içi ulaşımının ve mümkün olduğu ölçüde malzeme taşımalarının bisikletle sağlanması”,

Azami puanı beş (5) olan maddeler:

- ✓ “Genel mahallerde yirmi dört saat sıcak-soğuk içecek ve atıştırılabilirlik hizmeti”,
- ✓ “Lokantası bulunan tesislerde; açık büfe hizmet verilmesi durumunda bisikletçiler için ayrı bir büfe oluşturulması, alakart hizmet verilmesi durumunda ise menülerde yer alan ürünlerin içerikleri ve besin değerleri konusunda bilgilendirme yapılması”,
- ✓ “Spor masajı konusunda sertifikalı personel istihdam edilmesi”,
- ✓ “Lokantası bulunmayan tesislerde bisikletçilerin kendi yemeğini hazırlamasına imkân sağlayacak pişirme donanımı bulunan mutfak alanı”,
- ✓ “Bisikletçilere yönelik kıyafet, malzeme, tamir kiti, yedek parça gibi ürünlerin satışı”,
- ✓ “Bisiklete bakım ve tamir yapabilme imkânı ve donanımı bulunan bisiklet tamir atölyesi ve bisiklet tamiri yapabilen personel”,
- ✓ “Sürüş güvenliği malzemeleriyle birlikte bisiklet kiralama hizmeti sunulması”,
- ✓ “Tesis bünyesinde kondisyona yönelik en az üç farklı donanım bulunan ve antrenman imkanı sağlayan alan veya salon”.

Azami puanı on (10) olan madde:

- ✓ “Talep halinde, gruplara tur noktalarına/noktalarından bisiklet ve donanım taşıma hizmeti sunulması”.

Değerlendirme formunda; tatil köyleri ile 4 ve 5 yıldızlı otellerin sağlaması gereken asgari puan 25, diğer tüm konaklama tesislerinin ise 10 olduğu belirtilmektedir. Bakanlık kontrolörü tarafından tesis mahallinde yapılan değerlendirme neticesinde işletmenin asgari şartları sağlayıp sağlamadığı denetlenmekte ve ek hizmet puanı belirlenmektedir. Bisiklet dostu konaklama tesisi belgesi almaya hak kazanan işletmeler için bakanlık tarafından plaket düzenlendiği belirtilmektedir.

Türkiye’de belgelendirilmiş şekilde 19 adet bisiklet dostu konaklama tesisi olduğu görülmektedir (url-3). İlgili alan yazın incelendiğinde ulusal yazında bisiklet dostu konaklama tesislerine ilişkin herhangi bir araştırmaya

rastlanmamıştır. Gerçekleştirilen araştırmaların genel itibariyle bisiklet turizmi (Sağlık, Sağlık ve Kelkit, 2014; Özdemir, 2015; Ünüvar, Kaya ve Sezgin, 2017; Türkay ve Atasoy, 2021), bisiklet kullanımı (Aydın, 2015; Kaynak ve Özünlü, 2019; Mansuroğlu ve Dağ, 2021; Yıldız ve Bektaş, 2021; Ceylan ve Ilıcalı, 2022), bisiklet yolları (Kurdoğlu, Bayramoğlu ve Konakoğlu, 2018; Atalay ve Say, 2022), bisiklet festivalleri (Uğuz ve Özbek, 2018; Evlivan ve Ardahan, 2021), bisiklet kullanıcılarının doğa sporu yapma nedenleri (Ardahan ve Lapa, 2011), bisiklet kullanıcılarının sorunları (Çeyiz ve Koçak, 2015), bisiklet turları (Yıldırım, Buluk ve Atay, 2017), bisiklet ulaşımının karbon ayak izi etkisi (Ulvi ve Kaplan, 2019), bisiklet güzergâhları (Çorumluoğlu ve Kazma, 2020), bisiklet dostu şehir uygulamaları (Aylan, 2021), bisiklet alanında yapılmış çalışmaları derlenmesi (Büyükeręün, 2021), bisiklet parkurları (Cabiroylu ve Özden, 2021), bisiklet etkinliği katılımcılarının motivasyonları (Sağlam ve Kömürcü, 2021) ve bisiklet turistlerine (Aşan, 2022) yönelik olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda bu araştırmada bisiklet dostu konaklama tesislerinin ve bu tesislerin web sitelerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Alan yazında konaklama işletmelerinin web sitelerinin bazı kriterlere göre incelendiği görülmektedir. Bu araştırmalardan bazı örnekler aşağıda yer almaktadır.

Karamustafa, Biçkes ve Ulema tarafından 2002 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Türkiye’de bulunan konaklama işletmelerinin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada 322 konaklama işletmesinin web sitesi belirli değerlendirme ölçütlerine göre değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; işletmelerin temel özelliklerine büyük oranda yer verildiği ancak işlevsel bilgilere yer verilme oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda Türkiye’deki konaklama işletmelerin web sitelerinin genel itibariyle durağan bir yapıya sahip olduğu vurgulanmıştır.

Çubukcu tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Ege kıyısındaki 5 yıldızlı oteller ve birinci sınıf tatil köylerinin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada; alan yazında daha önce kullanılmış bir değerlendirme formu kullanılarak belirli ölçüt grupları açasından 35 işletmenin web sitesi değerlendirilmiştir. Ölçüt grubunda; “işletmelerin domain kaydı”, “kuruluş ve hizmetlerin tanıtımı”, “etkileşim ve düzen”, “fiyatlandırma ve rezervasyon”, “ödeme”, “müşteri hizmetleri”, “iş ortakları ve referanslar”, “yönetici ve çalışanlar”, “ekonomik veriler”, “adres, telefon ve e-mail”, “araştırma geliştirme”, “satış geliştirme”, “bağımlılık”, “kullanılışlık”, “güncellik”, “hız”, “dil genişliği”, “arama motorlarına kayıt”, “bağlantı linkleri” ve “tanıtım” olmak üzere 20 değerlendirme ölçütü bulunmaktadır. Bu ölçütlerin her biri 0 ila 5 arasında puanlanarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; işletmelerin web sitelerinin çoğunluğunda bilgi sağlayıcı özelliklere yer verildiği ancak bunun yanında yetersiz web sitelerinin de olduğu tespit edilmiştir.

Karabağ, Özgen ve Özgen tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Türkiye’de bulunan 3, 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada, araştırmacılar tarafından geliştirilen 39 değerlendirme ölçütünün yer aldığı form ile 335 otelin web sitesi değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; otel web sitelerinde adres, e-mail, telefon, otel resimleri vb. gibi bilgilerin yer aldığı ancak potansiyel turistlerin dikkatini çekebilecek bilgilere yer verilmediği tespit edilmiştir.

Ateş ve Boz tarafından 2015 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Çanakkale’de bulunan 3, 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada çeşitli araştırmaların değerlendirme formlarından yararlanılarak yeni bir form oluşturulmuş ve 25 otelin web sitesi bu şekilde değerlendirilmiştir. Form; “işletme hakkında genel bilgiler”, “tesis özellikleri”, “rezervasyon ve müşteri hizmetleri”, “basın iletişim ve ulaşım bilgileri”, “çevresel çekicilik” ve “web sitesi yönetim bilgileri” olmak üzere 6 kategori ve 77 değerlendirme ölçütünden meydana gelmektedir. Araştırma sonucunda; işletmelerin web sitelerini etkin bir şekilde kullanmadıkları, web sitelerinin yetersiz kaldığı ve gerekli güncellemelerin yapılmadığı tespit edilmiştir.

Ertaş vd. tarafından 2017 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Türkiye’de bulunan yeşil yıldız sahibi konaklama işletmelerinin web siteleri içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleriyle incelenmiştir. Araştırmada; “genel yönetim”, “eğitim”, “çevre uyumu”, “enerji ve su”, “atıklar ve kimyasallar”, “yiyecek-içecek” ve “çevre ile ilgili diğer konular” olmak üzere 7 ana kategori oluşturulmuş ve 106 konaklama işletmesinin web sitesi bu şekilde değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; konaklama işletmelerinin büyük bir kısmının yeşil yıldız belgesi ve çevre yönetimine ilişkin uygulamalar hakkında bilgi vermediği tespit edilmiştir.

Ceylan tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Türkiye’de bulunan termal otellerin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada; alan yazındaki bilgiler incelenerek 41 değerlendirme ölçütünün yer aldığı bir otel değerlendirme formu oluşturulmuş ve 82 otelin web sitesi bu şekilde değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; otellerin web sitelerinin güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiş ve bunların neler olduğu detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Otellerin birçok güçlü yanı olmasına rağmen zayıf

yönlerinin de olduğu ve web sitesindeki bilgi eksiklikleri nedeniyle sitelerin tam anlamıyla etkin kullanılmadığı vurgulanmıştır.

Özkan ve Ulema tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Marmara Bölgesi'ndeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada; çeşitli araştırmaların değerlendirme formlarından yararlanılarak yeni bir form oluşturulmuş ve 304 otelin web sitesi bu şekilde değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, otellerin web sitelerinde en çok yer verilen özelliklerin; "hakkımızda", "iletişim bilgileri", "harita gösterimi", "fotoğraflar", "restoran", "dil seçeneği" ve "aktiviteler" olduğu, en az yer verilen özelliklerin ise; "döviz çevirici", "döviz bilgisi", "online müşteri hizmetleri", "geri bildirim formu", "sıkça sorulan sorular", "arka plan müziği" ve "mobil uygulama" olduğu tespit edilmiştir.

Konak ve Özhasar tarafından 2019 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Türkiye'de bulunan glamping tesislerinin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada; çeşitli araştırmaların değerlendirme formlarından yararlanılarak yeni bir form oluşturulmuş ve 23 tesisin web sitesi bu şekilde değerlendirilmiştir. Form; "rezervasyon bilgileri", "sunulan hizmetlerle ilgili bilgiler", "erişim bilgileri", "çevredeki turistik bölge bilgileri", "web sitesi yönetimi", "glamping bilgisi" ve "diğer bilgiler" olmak üzere 7 kategori ve 45 değerlendirme ölçütünden meydana gelmektedir. Araştırma sonucunda; glamping tesislerinin kendi web sitelerini oluşturdukları ancak güncel bir şekilde kullanmadıkları tespit edilmiştir.

Esen ve Ayyıldız tarafından 2022 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Bodrum'da bulunan turizm işletme belgeli 5 yıldızlı otellerin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada; çeşitli araştırmaların değerlendirme formlarından yararlanılarak yeni bir form oluşturulmuş ve 42 otelin web sitesi bu şekilde değerlendirilmiştir. Form; "rezervasyon bilgileri", "otelin sunduğu hizmetler ile ilgili bilgiler", "otelin iletişim bilgileri", "otelin çevresi hakkında bilgiler", "otelin web sitesi yönetimi" ve "işletme bilgileri" olmak üzere 6 kategori ve 72 değerlendirme ölçütünden meydana gelmektedir. Araştırma sonucunda; incelenen otel web sitelerinin içerik açısından yetersiz olduğu tespit edilmiştir.

Gençer ve Ceylan tarafından 2022 yılında gerçekleştirilen araştırmada; Kütahya'da bulunan turizm işletme belgeli ve belediye belgeli otellerin web siteleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada; alan yazında daha önce kullanılmış bir değerlendirme formu kullanılarak 35 işletmenin web sitesi değerlendirilmiştir. Form; 10 kategori ve 70 değerlendirme ölçütünden meydana gelmektedir. Araştırma sonucunda; turizm işletme belgeli ve belediye belgeli otellerin web sitelerindeki eksiklikler tespit edilmiş, birbiri ile kıyaslanmış ve iyileştirilmesine yönelik çözüm önerileri sunulmuştur.

## YÖNTEM

Bu araştırmada bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip otel işletmelerinin web sitelerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırma nitel bir araştırma şeklinde tasarlanmıştır. Nitel araştırmalar; görüşme, gözlem, doküman taraması vb. gibi nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak sonuca gidilmesini amaçlayan araştırmalar şeklinde ifade edilmektedir (Kozak, 2018: 27). Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi; bir araştırmanın sonucunun anlamlılığını doğrulamak için televizyon, radyo, gazete, internet vb. gibi bir iletişim aracının içeriğinin incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (Gegez, 2015: 178).

Araştırma evrenini bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip otel işletmeleri oluşturmaktadır. Türkiye'de bu sertifikaya sahip 19 adet otel olduğu tespit edilmiştir (url-2). Bu doğrultuda bütün otellerin web siteleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Araştırma, web sitelerinin incelendiği 1-30 Eylül 2022 tarih aralığı ile sınırlandırılmıştır. Belirtilen bu tarihten sonra web sitelerinde gerçekleştirilen herhangi bir ekleme, çıkarma, değiştirme vb. araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Araştırmada Karamustafa vd. (2002), Ateş ve Boz (2015) ve Maksüdünov (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda kullanılan web sitesi değerlendirme ölçütleri göz önünde bulundurularak ve bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin değerlendirme ölçütleri eklenerek bir değerlendirme formu oluşturulmuştur. Değerlendirme formu 7 kategoriden meydana gelmektedir ve kategoriler bünyesinde yer alan toplam 56 değerlendirme ölçütü bulunmaktadır. Bu ölçütler aşağıda yer almaktadır.

*İşletme bilgileri kategorisinde;* hakkımızda, kariyer bilgisi, logo, misyon, ödüller, örgüt şeması, slogan ve vizyon olmak üzere toplam sekiz değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

*Tesis özellikleri kategorisinde;* aktivite bilgileri, fotoğraflar, kapasite, oda bilgileri, restoran/bar, tanıtım filmi, toplantı salonu ve 360° sanal tur olmak üzere toplam sekiz değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

*Rezervasyon ve müşteri hizmetleri kategorisinde;* fiyat bilgisi, farklı para birimlerinde fiyat bilgisi, geri bildirim formu, kampanya ve promosyon bilgisi, online rezervasyon, online ödeme, otele giriş-çıkış bilgisi,

rezervasyon hattı, rezervasyonu iptal edebilme ve görebilme ve transfer hizmeti olmak üzere on değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

*İletişim bilgileri kategorisinde;* basında biz, e-posta adresi, fax numarası, müşteri temsilcisi bilgileri, sıkça sorulan sorular, sosyal medya linkleri, telefon numarası ve ulaşım haritası olmak üzere toplam sekiz değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

*Web sitesi yönetimi bilgileri kategorisinde;* ana sayfaya kolay ulaşım, bilgilerin güncelliği, güncelleme tarihi, site içi arama motoru, site üyeliği, sitenin hızlı yüklenmesi, yabancı dil seçenekleri ve yardım menüsü olmak üzere toplam sekiz değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

*Yerel özellikler ile ilgili bilgiler kategorisinde;* bölgenin genel tanıtımı, bölgedeki hava durumu, döviz çevirici, güncel döviz kuru, gezilecek yerler bilgisi, havaalanları, yerel saat bilgisi ve ulaşım seçenekleri olmak üzere toplam sekiz değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

*Bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin bilgiler kategorisinde;* bisiklet dostu konaklama tesisi politikası, bisiklet kullanıcıları için sunulan hizmetlere yer verilmesi, bölgedeki bisiklet rotaları, bölgedeki bisiklet turları hakkında bilgilendirmeler, sertifika logosu ve sertifika logosunun ana sayfada görünürlüğü olmak üzere toplam altı değerlendirme ölçütü yer almaktadır.

Değerlendirme formları düzenlendikten sonra ziyaret edilen her web sitesi için ayrı bir form kullanılmış ve otellerin her birinin web sitesi tek tek incelenmiştir. Her bir web sitesi belirtilen tarihler içerisinde bir kez ziyaret edilerek veriler değerlendirme formlarına kaydedilmiştir. 7 kategori altında yer alan tüm değerlendirme ölçütleri için “*var*” ise “*1*”, “*yok*” ise “*0*” işaretlemesi yapılmıştır. Aynı zamanda veri analizi esnasında uzman görüşünden yararlanılarak kodlama güvenliği sağlanmıştır. Daha sonra verilerin frekans ve yüzde değerleri hesaplanmıştır.

## BULGULAR VE YORUMLAR

Bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip işletmelerin web siteleri içerik analizi ile değerlendirilmiş ve önemli bulgular elde edilmiştir. Sertifika sahibi konaklama tesisleri incelendiğinde toplam 19 adet otel işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Bu otel işletmeleri; Aydın (1), Balıkesir (1), Eskişehir (1), Konya (1), Sakarya (1), Tokat (1), İzmir (2), Muğla (2), Afyon (3) ve Antalya (6) illerinde faaliyet göstermektedir. Otel işletmeleri incelendiğinde 1 tanesinin 3 yıldızlı, 3 tanesinin 4 yıldızlı ve 15 tanesinin ise 5 yıldızlı olduğu görülmektedir. Otellerin web siteleri detaylı bir şekilde incelenmiş ve işletme bilgileri, tesis özellikleri, rezervasyon ve müşteri hizmetleri bilgileri, iletişim bilgileri, web sitesi yönetimi bilgileri, yerel özellikler ile ilgili bilgiler ve bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin bilgilere aşağıda yer alan tablolarda yer verilmiştir.

Tablo 1’de değerlendirme ölçütlerine ilişkin genel bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 1’e göre; hakkımızda, aktivite bilgileri, fotoğraflar, oda bilgileri, restoran/bar bilgileri, telefon numarası ve ulaşım haritası bütün otellerin web sitelerinde yer almaktadır. Aynı zamanda araştırmadaki bütün otellerin ana sayfasına kolay ulaşılabilirdiği ve web sitesinin hızlı yüklendiği görülmektedir. Bu ölçütlere ek olarak otellerin büyük bir çoğunluğunun (%94,7) web sitesinde; otelin kapasite bilgisi, fiyat bilgisi, online rezervasyon, online ödeme bilgileri yer almakta, e-posta adresi ve sosyal medya linklerine yer verilmekte ve bilgilerin güncel olduğu ifade edilmektedir. Ancak web sitelerinin son güncelleme tarihi, döviz çevirici ve güncel döviz kuru bilgileri araştırmadaki hiçbir otelin web sitesinde bulunmamaktadır. Otellerin büyük bir çoğunluğunun (%94,7) web sitesinde; 360° sanal tur özelliğinin bulunmadığı, sıkça sorulan sorulara ve bölgede acentalar tarafından gerçekleştirilen tur bilgilerine yer verilmediği dikkat çekmektedir.

Tablo 1. Değerlendirme Ölçütlerine İlişkin Genel Bulgular

Değerlendirme Ölçütleri	Var		Yok		Değerlendirme Ölçütleri	Var		Yok	
	n	%	n	%		n	%	n	%
Hakkımızda	19	100	0	0,0	Fax numarası	11	57,9	8	42,1
Kariyer bilgisi	13	68,4	6	31,6	Müşteri temsilcisi bilgileri	3	15,8	16	84,2
Logo	14	73,7	5	26,3	Sıkça sorulan sorular	1	5,3	18	94,7
Misyon	8	42,1	11	57,9	Sosyal medya linkleri	18	94,7	1	5,3
Ödüller	12	63,2	7	36,8	<b>Telefon numarası</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Örgüt şeması	6	31,6	13	68,4	<b>Ulaşım haritası</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Slogan	12	63,2	7	36,8	<b>Ana sayfaya kolay ulaşım</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
Vizyon	8	42,1	11	57,9	Bilgilerin güncelliği	18	94,7	1	5,3
<b>Aktivite bilgileri</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>Güncellenme tarihi</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>19</b>	<b>100</b>
<b>Fotoğraflar</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	Site içi arama motoru	2	10,5	17	89,5
Kapasite	18	94,7	1	5,3	Site üyeliği	6	31,6	13	68,4
<b>Oda bilgileri</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>Sitenin hızlı yüklenmesi</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>
<b>Restoran/Bar</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	Yabancı dil seçenekleri	17	89,5	2	10,5
Tanıtım filmi	7	36,8	12	63,2	Yardım menüsü	2	10,5	17	89,5
Toplantı salonu	17	89,5	2	10,5	Bölgenin genel tanıtımı	11	57,9	8	42,1
360° Sanal tur	1	5,3	18	94,7	Bölgedeki hava durumu	7	36,8	12	63,2
Fiyat bilgisi	18	94,7	1	5,3	<b>Döviz çevirici</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>19</b>	<b>100</b>
Farklı para birimlerinde fiyat bilgisi	10	52,6	9	47,4	<b>Güncel döviz kuru</b>	<b>0</b>	<b>0,0</b>	<b>19</b>	<b>100</b>
Geri bildirim formu	9	47,4	10	52,6	Gezilecek yerler bilgisi	12	63,2	7	36,8
Kampanya ve promosyon bilgileri	15	78,9	4	21,1	Havaalanları	14	73,7	5	26,3
Online rezervasyon	18	94,7	1	5,3	Yerel saat bilgileri	3	15,8	16	84,2
Online ödeme	18	94,7	1	5,3	Ulaşım seçenekleri	4	21,1	15	78,9
Otele giriş-çıkış bilgisi	15	78,9	4	21,1	Bisiklet dostu konaklama tesisi politikası	16	84,2	3	15,8
Rezervasyon hattı	13	68,4	6	31,6	Bisiklet kullanıcıları için sunulan hizmetlere yer verilmesi	16	84,2	3	15,8
Rezervasyonu iptal edebilme ve görebilme	8	42,1	11	57,9	Bölgedeki bisiklet rotaları	12	63,2	7	36,8
Transfer hizmeti	8	42,1	11	57,9	Bölgedeki turlar hakkında bilgilendirmeler	1	5,3	18	94,7
Basında biz	8	42,1	11	57,9	Sertifika logosu	9	47,4	10	52,6
E-posta adresi	18	94,7	1	5,3	Sertifika logosunun ana sayfada görünürlüğü	8	42,1	11	57,9

Tablo 2’de otellerin işletme bilgilerine ait bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 2’ye göre; hakkımızda bilgisi 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tamamının internet sitesinde yer almaktadır. Kariyer bilgisi 3 yıldızlı otelin internet sitesinde yer almazken, 4 yıldızlı otellerin bir tanesinde (%33,3) ve 5 yıldızlı otellerin ise büyük çoğunluğunda (%80) yer almaktadır. 3 ve 4 yıldızlı otellerin internet sitelerinin tamamında logo bulunurken, 5 yıldızlı otellerin 10 tanesinde (%66,7) bulunmaktadır. Otellerin misyon ve vizyonlarına ilişkin bilgiler 3 ve 4 yıldızlı otellerin hiçbirinde yer almamakta, 5 yıldızlı otellerin ise 8 tanesinde (%53,3) yer almaktadır. İşletmelerin almış olduğu ödüller ve işletmeye ait slogan 3 yıldızlı otelin internet sitesinde bulunmamakta, 4 yıldızlı otellerin 2 tanesinde (%66,7) ve 5 yıldızlı otellerin 10 tanesinde (%66,7) bulunmaktadır. İşletmelere ait örgüt şeması bilgileri incelendiğinde; 3 yıldızlı otelin internet sitesinde yer almadığı, 4 yıldızlı otellerin sadece 1 tanesinde (%33,3), 5 yıldızlı otellerin ise 5 tanesinde (%33,3) yer aldığı görülmektedir.

Tablo 2. İşletme Bilgilerine İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
İşletme bilgileri	Hakkımızda	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Kariyer bilgisi	0	0,0	1	100	1	33,3	2	66,7	12	80	3	20
	Logo	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	10	66,7	5	33,3
	Misyon	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	8	53,3	7	46,7
	Ödüller	0	0,0	1	100	2	66,7	1	33,3	10	66,7	5	33,3
	Örgüt şeması	0	0,0	1	100	1	33,3	2	66,7	5	33,3	10	66,7
	Slogan	0	0,0	1	100	2	66,7	1	33,3	10	66,7	5	33,3
	Vizyon	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	8	53,3	7	46,7

Tablo 3’te otellerin tesis özelliklerine ilişkin bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 3’e göre; otellerde gerçekleştirilebilecek aktivite bilgileri, otele ilişkin fotoğraflar, oda ve restoran/bar bilgileri 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tamamının internet sitesinde yer almaktadır. Otelin kapasitesine ve toplantı salonlarına ilişkin bilgiler 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının internet sitesinde bulunmaktadır. 5 yıldızlı otellerin siteleri incelendiğinde de büyük çoğunluğunda kapasite (%93,3) ve toplantı salonlarına (%86,7) ilişkin bilgilere yer

verildiği görülmektedir. Otellerin tamamının internet sitesinde fotoğraflara yer verilmesine rağmen tanıtım filmi videosu sadece 5 yıldızlı otellerin yarısına yakın (%46,7) bir kısmında yer almaktadır. 360° sanal tur imkanı ise bütün otellerin içerisinde sadece bir tane 5 yıldızlı otelin internet sitesinde bulunmaktadır.

Tablo 3. Tesis Özelliklerine İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tesis özellikleri	Aktivite bilgileri	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Fotoğraflar	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Kapasite	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
	Oda bilgileri	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Restoran/Bar	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Tanıtım filmi	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	7	46,7	8	53,3
	Toplantı salonu	1	100	0	0,0	3	100	3	100	13	86,7	2	13,3
	360° Sanal tur	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	1	6,7	14	93,3

Tablo 4'te otellerin rezervasyon ve müşteri hizmetleri bilgilerine ilişkin bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 4'e göre; fiyat bilgisi 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamında, 5 yıldızlı otellerinde büyük çoğunlukta (%93,3) yer almaktadır. Ancak farklı para birimlerinde fiyat bilgisi, 3 yıldızlı otelin internet sitesinde, 4 yıldızlı otellerin bir tanesinin sitesinde ve 5 yıldızlı otellerin sekiz tanesinin (%53,3) sitesinde bulunmaktadır. Online rezervasyon ve online ödeme seçeneği 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamında, 5 yıldızlı otellerin de büyük çoğunlukta (%93,3) yer almaktadır. Ancak yapılan online rezervasyonu iptal edebilme ve düzenleme yapabilme seçeneği 3 yıldızlı otelin internet sitesinde, 4 yıldızlı otellerin bir tanesinin (%33,3) sitesinde ve 5 yıldızlı otellerin altı tanesinin (%40) sitesinde yer almaktadır. Otele giriş çıkış bilgilendirmesi ile kampanya ve promosyon bilgilendirmeleri 3 yıldızlı otelin internet sitesinde, 4 yıldızlı otellerin iki tanesinin (%66,7) sitesinde ve 5 yıldızlı otellerin on iki tanesinin (%80) sitesinde yer almaktadır. İletişim bilgilerindeki telefon numarasından ayrı olarak bir rezervasyon hattı bilgilendirmesi 4 yıldızlı otellerin tamamının ve 5 yıldızlı otellerin çoğunluğunun (%66,7) internet sitesinde bulunurken, 3 yıldızlı otelin sitesinde yer almamaktadır. Otellerin internet sitelerinde yer alan geri bildirim formu seçeneği incelendiğinde; 3 yıldızlı otelin sitesinde, 4 yıldızlı otellerin iki tanesinin (%66,7) sitesinde ve 5 yıldızlı otellerin altı tanesinin (%40) sitesinde yer aldığı görülmektedir. 3 yıldızlı otelin internet sitesinde, 4 yıldızlı otellerin iki tanesinin (%66,7) sitesinde ve 5 yıldızlı otellerin beş tanesinin (%33,3) sitesinde transfer hizmetleri ile ilgili açıklamalar bulunmaktadır.

Tablo 4. Rezervasyon ve Müşteri Hizmetleri Bilgilerine İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Rezervasyon ve müşteri hizmetleri	Fiyat bilgisi	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
	Farklı para birimlerinde fiyat bilgisi	1	100	0	0,0	1	33,3	2	66,7	8	53,3	7	46,7
	Geri bildirim formu	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	6	40	9	60
	Kampanya ve promosyon bilgileri	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	12	80	3	20
	Online rezervasyon	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
	Online ödeme	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
	Otele giriş-çıkış bilgisi	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	12	80	3	20
	Rezervasyon hattı	0	0,0	1	100	3	100	0	0,0	10	66,7	5	33,3
	Rezervasyonu iptal edebilme ve görebilme	1	100	0	0,0	1	33,3	2	66,7	6	40	9	60
	Transfer hizmeti	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	5	33,3	10	66,7

Tablo 5'te otellerin iletişim bilgilerine ilişkin bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 5'e göre; telefon numarası ve ulaşım haritası bilgileri 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tamamının internet sitesinde yer almaktadır. E-posta adresi ve sosyal medya linkleri 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının sitesinde yer alırken, 5 yıldızlı otellerin sadece bir tanesinde bulunmamaktadır. Fax numarasına bakıldığında 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının sitesinde yer alırken, 5 yıldızlı otellerin yedi tanesinde (%46,7) yer almaktadır. Otellerin basında yer aldığı haberlerin derlendiği basında biz bilgilerine bakıldığında 3 ve 4 yıldızlı otellerinin hiçbirinin internet sitesinde bulunmadığı, 5 yıldızlı otellerin ise sekiz tanesinde (%53,3) bu bilgilerin yer aldığı görülmektedir. Müşteri temsilcisine ilişkin bilgiler 4 yıldızlı otellerin iki tanesinde (%66,7) ve 5 yıldızlı otellerin sadece bir tanesinde (%6,7) yer alırken, 3 yıldızlı otelin sitesinde herhangi bir bilgi yer almamaktadır. Sıkça sorulan sorulara ise 3 ve 4 yıldızlı oteller tarafından sitede yer verilmediği, 5 yıldızlı otellerden ise sadece bir tanesi tarafından yer verildiği görülmektedir.



Tablo 5. İletişim Bilgilerine İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
İletişim bilgileri	Basında biz	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	8	53,3	7	46,7
	E-posta adresi	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
	Fax numarası	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	7	46,7	8	53,3
	Müşteri temsilcisi bilgileri	0	0,0	1	100	2	66,7	1	33,3	1	6,7	14	93,3
	Sıkça sorulan sorular	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	1	6,7	14	93,3
	Sosyal medya linkleri	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	14	93,3	1	6,7
	Telefon numarası	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Ulaşım haritası	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0

Tablo 6'da otellerin web sitesi yönetimi bilgilerine ilişkin bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 6'ya göre; 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin tamamının internet sitelerinin ana sayfasına kolay ulaşılabildiği ve hızlı yüklendiği görülmektedir. 3 ve 5 yıldızlı otellerin tamamının, 4 yıldızlı otellerin de iki tanesinin (%66,7) bilgilerinin güncel olduğu ancak güncelleme tarihine ilişkin bilgilerin 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin hiçbirinde yer almadığı dikkat çekmektedir. Otellerin Türkçe olan internet sitelerinin yabancı dil seçeneklerinin de olduğu görülmektedir. 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamında, 5 yıldızlı otellerin de büyük çoğunluğunda (%86,7) yabancı dil seçenekleri yer almaktadır. Kullanıcıların internet sitesi üzerinden çeşitli işlemlerini gerçekleştirebildikleri site üyeliği imkanı 3 yıldızlı otelin sitesinde ve 5 yıldızlı otellerin üçte birinin (%33,3) internet sitesinde yer alırken, 4 yıldızlı otellerin hiçbirinde yer almamaktadır. İnternet sitesi içerisinde bir bilgiye kolay ulaşım imkanı tanıyan site içi arama motoru ve yardım menüsü 4 ve 5 yıldızlı otellerin sadece birer tanesinin internet sitesinde yer alırken, 3 yıldızlı otelin sitesinde ise yer almamaktadır.

Tablo 6. Web Sitesi Yönetimi Bilgilerine İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Web sitesi yönetimi bilgileri	Ana sayfaya kolay ulaşım	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Bilgilerin güncelliği	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	15	100	0	0,0
	Güncellenme tarihi	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100
	Site içi arama motoru	0	0,0	1	100	1	33,3	2	66,7	1	6,7	14	93,3
	Site üyeliği	1	100	0	0,0	0	0,0	3	100	5	33,3	10	66,7
	Sitenin hızlı yüklenmesi	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100	0	0,0
	Yabancı dil seçenekleri	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	13	86,7	2	13,3
	Yardım menüsü	0	0,0	1	100	1	33,3	2	66,7	1	6,7	14	93,3

Tablo 7'de yerel özellikler ile ilgili bilgilere ilişkin bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 7'ye göre; otellere en yakın bulunan havaalanları bilgileri 3 yıldızlı otelin internet sitesinde, 4 yıldızlı otellerin iki tanesinin (%66,7) ve 5 yıldızlı otellerin on bir tanesinin (%73,3) sitesinde yer almaktadır. Otellerin bulunduğu destinasyonda gezilebilecek yerlere ilişkin bilgiler 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının, 5 yıldızlı otellerin de sekiz tanesinin (%53,3) internet sitesinde yer almaktadır. Otellerin internet sitelerinde bölgenin genel tanıtımına ilişkin bilgilere ne düzeyde yer verildiği incelendiğinde; 3 yıldızlı otelde, 4 yıldızlı otellerin iki tanesinde (%66,7) ve 5 yıldızlı otellerin sekiz tanesinde (%53,3) yer aldığı görülmektedir. Bölgedeki hava durumuna ilişkin bilgilendirme 4 yıldızlı otellerin tamamının ve 5 yıldızlı otellerin dört tanesinin (%26,7) sitesinde yer alırken, bu bilgi 3 yıldızlı otelin sitesinde yer almamaktadır. Yerel saate ilişkin bilgiler 3 ve 4 yıldızlı otellerin internet sitelerinde yer almazken, 5 yıldızlı otellerin üç tanesinin sitesinde (%20) yer aldığı görülmektedir. Otellerin bulunduğu yere ulaşım seçenekleri bilgilendirmesinin 3 ve 4 yıldızlı otellerin sitelerinin hiçbirinde yer almadığı ancak 5 yıldızlı otellerin dört tanesinde (%26,7) yer aldığı görülmektedir. Ayrıca döviz çevirici ve güncel döviz kuruna ilişkin bilgilendirmelerin 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerin hiçbirinin internet sitesinde yer almadığı dikkat çekmektedir.

Tablo 7. Yerel Özellikler ile İlgili Bilgilere İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Yerel özellikler ile ilgili bilgiler	Bölgenin genel tanıtımı	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	8	53,3	7	46,7
	Bölgedeki hava durumu	0	0,0	1	100	3	100	0	0,0	4	26,7	11	73,3
	Döviz çevirici	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100
	Güncel döviz kuru	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	15	100
	Gezilecek yerler bilgisi	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	8	53,3	7	46,7
	Havaalanları	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	11	73,3	4	26,7
	Yerel saat bilgileri	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	3	20	12	80
	Ulaşım seçenekleri	0	0,0	1	100	0	0,0	3	100	4	26,7	11	73,3

Tablo 8’de otellerin bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin bulgular detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Tablo 8’e göre; otellerin bisiklet dostu konaklama tesisi politikası ve bisiklet kullanıcıları için sundukları hizmetlere ilişkin bilgilendirmeler 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının ve 5 yıldızlı otellerin büyük çoğunluğunun (%80) internet sitesinde yer almaktadır. Bisiklet kullanıcılarının yararlanabileceği bölgedeki bisiklet rotalarına ilişkin bilgilendirmeler 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının, 5 yıldızlı otellerin sekiz tanesinin (%53,3) sitesinde yer almaktadır. Otelin bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip olduğunu belirtmek adına kullanılan sertifika logosu 3 ve 4 yıldızlı otellerin tamamının internet sitesinde yer alırken, 5 yıldızlı otellerin üçte birinde (%33,3) bu logonun yer aldığı görülmektedir. Bu sertifika logosu internet sitesinde bulunan 3 ve 5 yıldızlı otellerin logoyu internet sitesinin ana sayfasında konumlandığı, 4 yıldızlı otellerin ise iki tanesinin ana sayfada konumlandığı görülmektedir. Bölgede acentalar tarafından gerçekleştirilen bisiklet turlarına ilişkin bilgilendirmelere ise sadece 4 yıldızlı otellerin bir tanesinde (%33,3) rastlanmaktadır.

Tablo 8. Bisiklet Dostu Konaklama Tesisi Olduğuna İlişkin Bulgular

Kategori	Değerlendirme Ölçütleri	3*				4*				5*			
		Var		Yok		Var		Yok		Var		Yok	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin bilgiler	Bisiklet dostu konaklama tesisi politikası	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	12	80	3	20
	Bisiklet kullanıcıları için sunulan hizmetlere yer verilmesi	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	12	80	3	20
	Bölgedeki bisiklet rotaları	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	8	53,3	7	46,7
	Bölgedeki turlar hakkında bilgilendirmeler	0	0,0	1	100	1	33,3	2	66,7	0	0,0	15	100
	Sertifika logosu	1	100	0	0,0	3	100	0	0,0	5	33,3	10	66,7
	Sertifika logosunun ana sayfada görünürlüğü	1	100	0	0,0	2	66,7	1	33,3	5	33,3	10	66,7

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip otel işletmelerinin web siteleri incelenmiştir. Türkiye’de bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip toplam 19 adet otel işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Bu oteller; Aydın, Balıkesir, Eskişehir, Konya, Sakarya, Tokat, İzmir, Muğla, Afyon, ve Antalya illerinde faaliyet göstermektedir. Türkiye’deki turizm işletme belgeli tesis sayılarına bakıldığında 2021 yılında 5000 civarında tesis olduğu belirtilmektedir (url-4). Bu noktada günümüzde sürdürülebilirlik ve bisiklet turizmi konularından sıkça bahsedilmesine rağmen sertifika sahibi işletme sayısının oldukça az olduğunu söylemek mümkündür. Araştırmada otellerin web siteleri; işletme bilgileri, tesis özellikleri, rezervasyon ve müşteri hizmetleri, iletişim bilgileri, web sitesi yönetimi, yerel özellikler ve bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin bilgiler kapsamında değerlendirilmiş ve önemli bulgular elde edilmiştir. Araştırmanın değerlendirme formunda yer alan 56 değerlendirme ölçütünün en fazla Antalya’da faaliyet gösteren dört yıldızlı bir otel tarafından karşılandığı, en az ise Balıkesir’de faaliyet gösteren beş yıldızlı bir otel tarafından karşılandığı saptanmıştır.

Değerlendirme ölçütlerine ilişkin genel bulgular incelendiğinde; hakkımızda, aktivite bilgileri, fotoğraflar, oda bilgileri, restoran/bar bilgileri, telefon numarası ve ulaşım haritasının bütün otellerin web sitelerinde yer aldığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda araştırmadaki bütün otellerin ana sayfasına kolay ulaşılabildiği ve web sitesinin hızlı yüklendiği görülmektedir. Bu bulgulara ek olarak; web sitelerinin son güncelleme tarihi, döviz çevirici ve güncel döviz kuru bilgilerinin araştırmadaki hiçbir otelin web sitesinde yer almadığı saptanmıştır.

İşletme bilgilerine ilişkin kategori incelendiğinde tüm işletmelerde bulunan ölçütün hakkımızda bilgisi olduğu tespit edilmiştir. Bu kategoride en az bulunan ölçütün ise örgüt şeması olduğu görülmektedir. Ateş ve Boz tarafından 2015 yılında gerçekleştirilen araştırma sonucunda da işletme hakkındaki bilgilerin ağırlıklı olarak web sitelerinde bulunduğu, örgüt şemasına benzer şekilde departman yöneticileri hakkında bilgi bulunmadığı ya da çok az olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bu araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir.

Tesis özelliklerine ilişkin kategori incelendiğinde işletmelerin bu kategorideki ölçütlere genel itibarıyla web sitelerinde yer verdikleri görülmektedir. Özellikle aktivite bilgileri, fotoğraflar, oda bilgileri ve restoran/bar bilgilerinin tüm işletmelerin web sitelerinde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu sonuç Ateş ve Boz (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Bu kategoride en az bulunan ölçütün ise sanal tur olduğu saptanmıştır. Web sitesinde sanal tur seçeneği olan sadece 1 adet 5 yıldızlı otel olduğu görülmektedir. Ateş ve Boz (2015) ve Özkan ve Ulema (2018) da gerçekleştirdikleri araştırmalarda sanal turun çok az sayıda otelin web sitesinde yer aldığını ifade etmektedirler.

Rezervasyon ve müşteri hizmetleri bilgilerine ilişkin kategori incelendiğinde tüm işletmelerin web sitelerinde yer alan bir ölçüt olmadığı görülmektedir. Ancak fiyat bilgisi, online rezervasyon ve online ödeme ölçütlerinin 5 yıldızlı bir otel hariç tüm işletmelerin web sitesinde yer aldıkları saptanmıştır. Jeong, Oh ve Gregoire (2003: 161) internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte müşterilerin online rezervasyon sistemini daha fazla kullandıklarını ifade etmektedirler. Bu noktada işletmelerin online rezervasyon ve online ödeme seçeneklerine yer vermesi hem işletme için artı bir değer yaratmakta hem de otelde konaklama yapacak kişiler için kolaylık sağlamaktadır denebilir. Kategori içerisinde en az bulunan ölçütlerin ise rezervasyonu iptal edebilme ve görebilme ile transfer hizmeti bilgisi olduğu tespit edilmiştir. Rezervasyonu web sitesi üzerinden gerçekleştirmek kadar iptal edebilmek ve görebilmek de önem arz etmektedir. Transfer hizmeti bilgisi incelendiğinde sadece 8 otelin transfer hizmeti bilgisine yer verdiği görülmektedir. Diğer oteller transfer hizmeti sağlıyor ise bile bu web sitelerinde belirtilmemektedir. Bu noktada bu iki durumun da önemli bir eksiklik olduğunu söylemek mümkündür.

İletişim bilgilerine ilişkin kategori incelendiğinde tüm işletmelerde bulunan ölçütlerin telefon numarası ve ulaşım haritası bilgileri olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç Karamustafa ve Öz (2010), Ateş ve Boz (2015), Özkan ve Ulema (2018) ve Kara ve Sezgin (2020) tarafından gerçekleştirilen araştırmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Telefon numarası ve ulaşım haritası ilk irtibat kurulması ve kolay ulaşımın sağlanması noktasında önem arz etmektedir. Bu ölçütleri ise e-posta adresleri ve sosyal medya linklerinin takip ettiği görülmektedir. Günümüzde internet kullanımının artmasıyla birlikte müşterilerin e-posta ve sosyal medya üzerinden otellere ulaşmasının kolaylık sağladığını söylemek mümkündür. Ayrıca Digital 2022 istatistiklerine göre toplam nüfusun %58,4'ü aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Bu noktada otellerin hem iletişim sağlanması hem de tanıtım yapılabilmesi açısından sosyal medya linklerini web sitesi üzerinden paylaşmasının yerinde bir karar olduğunu söylemek mümkündür. Bu kategori içerisinde en az bulunan ölçütün ise sıkça sorulan sorular olduğu saptanmıştır. Sıkça sorulan sorular bilgisi yalnızca 5 yıldızlı otellerin 1 tanesinin web sitesinde bulunmaktadır. Esen ve Ayyıldız (2022) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da araştırmaya dahil edilen otellerin hiçbirinin web sitesinde sıkça sorulan sorular köşesine yer verilmediği saptanmıştır. Bayram ve Yaylı (2009), Şahin (2012), Kara ve Sezgin (2020) ve Çavuş ve Kadirhan (2022) tarafından yapılan araştırmalarda da otellerin web sitelerinde en az yer verilen özelliklerden birinin sıkça sorulan sorular olduğunu tespit edilmiştir.

Web sitesi yönetimine ilişkin kategori incelendiğinde tüm işletmelerde bulunan ölçütlerin ana sayfaya kolay ulaşım ve sitenin hızlı yüklenmesi olduğu saptanmıştır. Web siteleri incelenirken bütün işletmelerde ana sayfaya kolay bir şekilde ulaşılabilirdiği ve sitelerin hızlı bir şekilde yüklendiği görülmüştür. Bu kategori içerisinde hiçbir otel işletmesinde görülmeyen ölçütün ise son güncelleme tarihi olduğu tespit edilmiştir. Araştırma dahilindeki hiçbir otel işletmesinin web sitesinde son güncelleme tarihine ilişkin bilgiler yer almamaktadır. Bu sonuç Ateş ve Boz (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Şahin tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen araştırmada da otellerin web sitelerinde son güncelleme tarihlerine çok az yer verildiği saptanmıştır.

Yerel özelliklere ilişkin kategori incelendiğinde tüm işletmelerin web sitelerinde yer alan bir ölçüt olmadığı görülmektedir. Bu kategori içerisinde işletmelerin web sitesinde en fazla bulunan ölçütün havaalanları bilgisi olduğu tespit edilmiştir. Bu kategori içerisinde hiçbir otel işletmesinde görülmeyen ölçütlerin ise döviz çevirici ve güncel döviz kuru bilgisi olduğu saptanmıştır. Bu bilgilerin hiçbir otel işletmesinin web sitesinde yer almadığı görülmektedir. Karamustafa ve Öz (2010) ve Esen ve Ayyıldız (2022) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda da araştırmaya dahil edilen otellerin çoğunluğunda döviz kuru bilgilerinin olmadığı belirtilmektedir. Benzer şekilde Bayram ve Yaylı (2009) ile Şahin (2012) de otellerin web sitelerinde en az yer verilen özelliklerden birinin döviz çevirici olduğunu tespit etmişlerdir.

Bisiklet dostu konaklama tesisi olduğuna ilişkin kategori incelendiğinde tüm işletmelerin web sitelerinde aynı şekilde yer alan bir ölçüt olmadığı görülmektedir. Ancak bisiklet dostu konaklama politikası ve bisiklet kullanıcıları için sunulan hizmetler bilgisi işletmelerin büyük bir çoğunluğunun web sitesinde yer almaktadır. Nitekim bunlar işletmenin sertifikaya sahip olması için gerekli temel koşullar arasında yer almaktadır. Birkaç tane 5 yıldızlı otel işletmesinin web sitesinde bu ölçütlere ilişkin bilgilerin detaylı yer almaması bu işletmelerin bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına ilişkin bilgilere web sitesinde çok az yer vermesiyle ilişkilendirilebilir. Kategori içerisinde en az bulunan ölçütün ise bölgedeki turlara ilişkin bilgiler olduğu saptanmıştır. Bölgede seyahat acentaları tarafından gerçekleştirilen turların bilgisini veren sadece 1 adet 4 yıldızlı otel işletmesi olduğu görülmektedir. İşletmelerin web sitelerinde bölgedeki bisiklet rotalarına ilişkin bilgi vermelerine rağmen bölgedeki rehberli turlara ilişkin bilgi vermemeleri dikkat çekmektedir. Bu durumun temel sebebinin bölgedeki bisiklet rotalarının belirtilmesinin sertifika sahibi olabilmek için temel koşullar arasında yer alması olduğunu söylemek mümkündür. Bölgedeki turlara ilişkin bilgi vermek bisiklet dostu

konaklama tesisine ilişkin tebliğde ek hizmet maddesi olarak yer almasına rağmen işletmelerin bu bilgiye genel itibariyle web sitelerinde yer vermedikleri görülmektedir.

Yapılan bu araştırma ile bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına sahip otel işletmelerinin web siteleri incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar dikkate alınarak işletmelerin web sitelerinin iyileştirilmesine katkı sağlanabilir. Araştırma bulguları doğrultusunda aşağıda bir takım öneriler yer almaktadır. Bunlar:

- ✓ İşletme ile ilgili kurumsal bilgiler daha fazla ön plana çıkarılabilir.
- ✓ Tanıtım filmi ve sanal tur özellikleri eklenerek müşterilerin işletmeleri daha detaylı incelemesine olanak sağlanabilir.
- ✓ Geri bildirim formuna yer verilerek müşterilerin işletme ile iletişime geçmesi sağlanabilir.
- ✓ İşletmelerin neredeyse hepsinde online rezervasyon seçeneği olmasına rağmen çoğunda rezervasyonu iptal edebilme ve görebilme seçeneğinin olmadığı görülmektedir. Bu seçenek web sitelerine eklendiğinde özellikle rezervasyon iptalini müşteriler kolayca yapabilir ve işletme için no-show gibi durumların azalmasına katkı sağlayabilir.
- ✓ İşletmelerin yarısından fazlasının web sitesinde transfer hizmeti ile ilgili bilgi bulunmamaktadır. İşletmeler bu hizmeti veriyorlarsa bile web sitesinde belirtilmemiş olabilir. O yüzden sunulan hizmetlerin web sitesinde detaylı bir şekilde belirtilmesi müşterilerin haberdar olmasını sağlayacaktır.
- ✓ Sıkça sorulan sorular ve yardım kısımları eklenerek müşterilerin işletme ile ilgili ilk akla gelen detayları kolayca öğrenmesi sağlanabilir.
- ✓ İşletmelerin web sitelerinde bulunan kampanya, promosyon, duyuru vb. detayları ile bilgilerinin güncel olduğu görünse de son güncelleme tarihlerine yer verilmediği görülmektedir. Bu tarihler eklenerek tüm bilgilerin ve duyuruların güncel ve doğru algılanması sağlanabilir.
- ✓ İşletmelerin web siteleri yabancı müşteriler tarafından da incelenebileceğinden döviz çevirici ve güncel döviz kuru bilgilerine yer verilmesi faydalı olabilir. Ayrıca güncel döviz kuru bilgisine yer verildiğinde bu durum web sitesinin de güncel olduğuna işaret edebilir.
- ✓ Bölgedeki hava durumu bisiklet turistleri için oldukça önem arz ettiğinden web sitesinde bu bilgilere yer verilebilir.
- ✓ Bölgede gerçekleştirilen turlar hakkında bilgi verilmesi hem destinasyonun hem de işletmenin tercih edilebilirliğini arttırabilir.
- ✓ Bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikası logosu web sitesine eklenerek ve hatta ana sayfada konumlandırılması sağlanarak müşteriler için farkındalık yaratılabilir.
- ✓ Web sitesi oluşturulması ve yönetimi için profesyonel destek alınarak işletmenin tanıtımı iyi bir şekilde yapılabilir.
- ✓ Bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına ilişkin tebliğde bisikletçilere özel menü hazırlanması, talep durumunda kumanya hazırlanması ve bisikletçilere özel yiyecek içecek satışına asgari şartlar bulunmaktadır. Ancak otellerin web siteleri incelendiğinde sadece birkaçında bisikletçilere özel menülerden bahsedildiği görülmektedir. Otellerin web sitelerinde bu konulara ilişkin detaylı bilgi verilmesi bisiklet kullanıcıları için fayda sağlayabilir.
- ✓ Bisiklet dostu konaklama tesisi sertifikasına ilişkin tebliğde ek hizmet maddeleri içerisinden işletmeler hangi şartları sağlıyorsa bunların web sitesinde belirtilmesi bisikletçiler tarafından o tesisin tercih edilmesine olanak sağlayabilir.
- ✓ Bölgedeki bisiklet rotaları güzergâhlarında market, tuvalet vb. yerlerin web sitesinde belirtilmesi bisiklet kullanıcıları için faydalı olabilir.

## KAYNAKÇA

1. Ardahan, F. ve Lapa, T. Y. (2011). “Açık Alan Rekreasyonu: Bisiklet Kullanıcıları ve Yürüyüşçülerin Doğa Sporunu Yapma Nedenleri ve Elde Ettikleri Faydalar”, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 8(1): 1327-1341.
2. Aşan, K. (2022). “Bağımsız Bisiklet Turistleri”, GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sport Sciences, 5(1): 44-57.

3. Atalay, A. ve Say, İ. (2022). “Coğrafi Bilgi Sistemleri Tabanlı Bisiklet Yolu Güzergâhı Araştırması”, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimler Dergisi, 11(2): 356-362.
4. Ateş, U. ve Boz, M. (2015). “Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Çanakkale Örneği”, Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi (JEBPIR), 1(1): 63-84.
5. Aydın, M. (2015). “Bisiklet Kullanımının Ortaya Çıkardığı Pozitif Dışsallıklar”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(3): 273-290.
6. Aylan, F. K. (2021). “Bisiklet Turizmi Bağlamında Bisiklet Dostu Şehir Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma: Twitter Örneği”, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(2): 1388-1403.
7. Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). “Otel Web Sitelerinin İçerik Analiz Yöntemiyle Değerlendirilmesi”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(27): 347-379.
8. Birdir, K. ve Buzcu, Z. (2014). “JCI Akreditasyon Belgesine Sahip Olan Sağlık Kuruluşlarının Web Sitelerinin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi”, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1): 1-19.
9. Büyükgün, A. (2021). “Türkiye’de Bisiklet Alanında Yapılmış Lisansüstü Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme”, Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 5(1): 114-120.
10. Cabirolu, S. ve Özden, A. (2021). “Türkiye’de Uzun Bisiklet Parkurlarının Bisiklet Kullanımına Etkisinin İncelenmesi”, European Journal of Science and Technology, 32: 850-857.
11. Ceylan, S. (2018). “Termal Otellerin Web Siteleri İçerik Analizi”, II. International Symposium on Innovative Approaches in Scientific Studies, 30 Kasım-2 Aralık 2018, 124-128, Samsun.
12. Ceylan, F. ve Ilıcalı, M. (2022). “İstanbul Ulaşımında Bisiklet Kullanımı ve Geleceğe Yönelik Öneriler”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi, 5(1): 27-43.
13. Çavuş, A. ve Kadirhan, G. (2022). “İnanç Turizm Koridorunda Yer Alan Konaklama İşletmeleri Web Sitesi İçeriklerinin Değerlendirilmesi”, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(3): 1390-1406.
14. Çeyiz, S. ve Koçak, F. (2015). “Ankara İli’nde Bisiklet Kullanan Bireylerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Mediterranean Journal of Humanities, 5(2): 203-221.
15. Çorumluoğlu, Ö. ve Kazma, Ç. Ş. (2020). “Seferihisar Mevcut Bisiklet Güzergâhlarının CBS Ortamında Şehrin Dirençliliği Yönünden Yavaş Şehir Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi”, Resilience, 4(1): 1-22.
16. Çubukcu, İ. (2010). “Konaklama İşletmeleri Web Site İçeriklerinin Değerlendirilmesi”, Journal of Internet Applications and Management, 1(1): 39-59.
17. Deveci, B. (2022). “Rekreasyonel Gastronomi”. (Ed. Burak Eryılmaz) Rekreasyon: Kavram ve Uygulamalar, ss. 211-235, Detay Yayıncılık, Ankara.
18. Deveci, B. (2022). “Rekreatif Turlar”. (Ed. Burak Eryılmaz), Rekreasyon: Kavram ve Uygulamalar, ss.236-265, Detay Yayıncılık, Ankara.
19. Ertaş, M., Can, B. K., Yeşilyurt, H. ve Koçak, N. (2017). “Konaklama İşletmelerinin Yeşil Yıldız Uygulamaları Kapsamında Çevreye Duyarlılığının Değerlendirilmesi”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(1): 102-119.
20. Esen, Ö. ve Ayyıldız, A. Y. (2022). “Bodrum’daki Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Etkinlik ve Verimlilik Bakımından Analizi”, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 10(1): 156-170.
21. Evlivan, İ. ve Ardahan, F. (2021). “Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Türk Popülasyonu İçin Geçerlilik Güvenirliğinin Yapılması”, Journal of Global Sport and Education Research, 4(2): 15-35.
22. Gençer, K. ve Ceylan, U. (2022). “Investigation of The Performances of Accomodation Businesses Websites in terms of Digital Marketing”, Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel, 5(3): 996-1005.
23. Gegez, E. (2015). Pazarlama Araştırmaları (Geliştirilmiş 5. Baskı). Beta Basım Yayım, İstanbul.
24. Han, H., Meng, B. ve Kim, W. (2017). “Emerging Bicycle Tourism and The Theory of Planned Behavior”, Journal of Sustainable Tourism, 25(2): 292-309.

25. Jeong, M., Oh, H. ve Gregoire, M. (2003). "Conceptualizing Web Site Quality and Its Consequences in The Lodging Industry", *International Journal of Hospitality Management*, 22: 161-175.
26. Kara, G. ve Sezgin, M. (2020). "Akdeniz Bölgesi'nde Bulunan Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Web Site İçeriklerinin Analizi", *Journal of Tourism Intelligence And Smartness*, 3(2): 138-151.
27. Karabağ, S. F., Özgen, H. M. ve Özgen, H. (2010). "Bir İletişim Aracı Olarak Web Siteleri: Türkiye'deki Otel Web Sitelerinin Etkinliği Üzerine Bir Araştırma", *Öneri Dergisi*, 9 (33): 17-32.
28. Karamustafa, K., Biçkes, D. M. ve Ulema, Ş. (2002). "Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(Temmuz-Aralık): 51-92.
29. Karamustafa, K. ve Öz, M. (2010). "Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2): 189-218.
30. Kaynak, S. ve Özünlü, M. B. (2019). "Bisiklet Kullanımına İlişkin Motivasyon Kaynakları Ölçeğinin Geliştirilmesi", *SPORMETRE- Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(4): 120-133.
31. Konak, S. ve Özhasar, Y. (2019). "Türkiye'deki Glamping İşletmelerinin Web Site İçeriklerinin Analizi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2): 937-949.
32. Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Detay Yayıncılık, Ankara.
33. Kurdoğlu, B. Ç., Bayramoğlu, E. ve Konakoğlu, S. S. K. (2018). "Kampüslerde Yaya ve Bisiklet Yollarına Uygun Sürdürülebilir Donatı Tasarım Kriterleri", *Journal of International Scientific Research*, 3(2): 493-502.
34. Liu, C. ve Arnett, K. P. (2000). "Exploring The Factors Associated With Web Site Success In The Context of Electronic Commerce", *Information & Management*, 38: 23-33.
35. Mansuroğlu, S. ve Dağ, V. (2021). "Antalya Örneğinde Turizm Kentlerinde Bisikletli Ulaşım Güzergâhı Olanaklarının Değerlendirilmesi", *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 22(2): 341-353.
36. Maksüsünov, A. (2019). "Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bişkek'te Bir Araştırma", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37): 186-196.
37. Özdemir, M. (2015). "Türkiye'de Bisiklet Turizmi "Velosipet ile Bir Cevelan"", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2): 320-327.
38. Özkan, N. ve Ulema, Ş. (2018). "Marmara Bölgesi'ndeki 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi", *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2): 13-33.
39. Sağlam ve Kömürcü, (2021). "Bisiklet Etkinliği Katılımcılarının Motivasyonları ve İlgilenimleri: İzmir İli Üzerine Bir Çalışma", *Journal of Yasar University*, 16(63): 1355-1372.
40. Sağlık, A., Sağlık, E. ve Kelkit, A. (2014). "Bisiklet Turizmi Açısından Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın İncelenmesi", *International Journal of Social and Economic Sciences*, 4(1): 84-90.
41. Samaniego, M. J. G., Arranz, A. M. G. ve Cabezudo, R. S. J. (2006). "Determinants of Internet Use In The Purchasing Process", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 21(3): 164-174.
42. Şahin, T. (2012). "Otel İşletmelerine Ait Web Sitelerinin, Türkiye'de Faaliyet Gösterdikleri Bölgelere Göre Değerlendirilmesi", *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(2): 51-75.
43. Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Bisiklet Dostu Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ. (2020). web: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/08/20200825-5.htm> Erişim tarihi: 05.09.2022
44. Türkay, O. ve Atasoy, B. (2021). "Sürdürülebilir Turizmin Bir Aracı Olarak Bisiklet Turizmi: Avrupa Birliği (AB) Örneği", *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1(1): 51-69.
45. Uğuz, S. Ç. ve Özbek, V. (2018). "Destinasyon Sadakatini Etkileyen Faktörler: Bisiklet Turizmi ve Burhaniye Bisiklet Festivali Örneği", *International Review of Economics and Management*, 6(2): 84-102.
46. Ulvi, H. ve Kaplan, H. (2019). "Bisiklet ve Yaya Ulaşımının Milli Parklara Karbon Ayak İzi Etkilerinin Araştırılması", *Kent Akademisi*, 12(3): 460-474.

47. Ünüvar, O., Kaya, M. ve Sezgin, M. (2017). “Bicycle Tourism in Konya Tourism Perspective and A Study On Its Effect On Marketing Konya Tourism as A Destination By Using PEST Analysis,” Journal of Selçuk University Social Sciences Vocational School, 20(2): 175-182.
48. Yıldırım, H. M., Buluk, B. ve Atay, L. (2017). “Ziyaretçilerin Destinasyon İmajı Algılarının Etkinliklere Katılma Etkisi: Çanakkale Bisiklet Turu Örneği”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(38): 497-520.
49. Yıldız, S. ve Bektaş, F. (2021). “Bireylerin Rekreatif Amaçlı Bisiklet Kullanma Deneyimlerinin Nitel Bir Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi”, SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 19(2): 14-31.

### *İnternet Kaynakları*

url-1: <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022/> Erişim tarihi: 10.09.2022.

url-2: <https://tga.gov.tr/faaliyet/bisiklet-dostu/> Erişim tarihi: 01.09.2022.

url-3: <https://gocyclingturkiye.com/tr/bisiklet-dostu-konaklama-tesisleri> Erişim tarihi: 01.09.2022.

url-4: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201131/tesis-istatistikleri.html> Erişim tarihi: 10.09.2022.