



Yazarlar/Authors

İpek SUAT EREN* Mehmet DÜZGÜN** Atınc OLCAI***

Makale Adı/Article Name

Çocuk Dostu Uygulamalar Bakımından Otel Web Sitelerinin Değerlendirilmesi

Evaluation Of Hotel Websites In Terms Of Child-Friendly Practices

ÖZ

Otel işletmeleri, artan rekabet koşullarında avantaj sağlamak amacıyla misafirlerin tercihlerine hitap edecek hizmetler sunarak, talep edilen konseptleri uygulayarak ve memnuniyet sağlamak amacıyla global standartları takip ederek çalışmalarını yönlendirmektedir. Oldukça önemli bir pazar niteliği olan çocuklu aileler için ihtiyaç duyulan hizmetleri sunmak, konaklama işletmeleri tarafından etkileyici bir rekabet unsurudur. Çocuk dostu otellerin çocuklu aileler tarafından öncelikli olarak tercih edilmesinin sebebi; çocuğun birey olarak keyifli vakit geçirmesi için ihtiyaç duyduğu ideal ortamın ve koşulların güvenle sağlanmasıdır. Günümüzde web siteleri birçok pazarlama ve satın alma sürecinde aktif olarak kullanılmaktadır. Bu noktada otel işletmelerinin pazarlama stratejisi olarak bünyesinde bulundurduğu çocuk dostu hizmet tasarımlarını web sitelerinde yer vermeleri turistler tarafından tercih edilmelerine katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada Gaziantep'te bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otellerin web sitelerinde çocuk dostu uygulamaların, ürün ve hizmetlerin bulunmuyor ya da bulunuyor olması üzerine içerik analizi yapılmış ve değerlendirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgulara göre araştırmaya dahil olan 32 otel işletmesinden 21'inin web sitesinde çocuk dostu uygulamalara dair hiçbir hizmet bilgisine yer verilmemiş olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Dostu Otel, Çocuk Dostu Uygulamalar, Web Sitesi, Gaziantep.

ABSTRACT

In order to gain an advantage in the increasing competitive conditions, the hotels direct their work by providing services that will appeal to the preferences of the guests, applying the requested concepts and following the global standards in order to provide satisfaction. Providing the services needed for families with children, which is a very important market feature, is an impressive competitive element by the hotels. The reason why child-friendly hotels are preferred by families with children is; is to provide the ideal environment and conditions that the child needs in order to have a pleasant time as an individual. Today, websites are actively used in many marketing and purchasing processes. At this point, the fact that the hotel business reflects the services it has on their websites is beneficial in terms of being preferred. In this study, it has been examined and evaluated whether there are child-friendly applications, products and services on the websites of four and five-star hotels in Gaziantep. According to the findings obtained in this context, it was determined that 21 of the 32 hotel businesses included in the research did not include any service information about child-friendly practices on their websites.

Keywords: Child Friendly Hotels, Child Friendly Service, Website, Gaziantep.

*Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ipeksuat@gmail.com 0000-0002-2422-3861

**Dr. MEB., Hacı Muzaffer Bakbak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, duzugunmehmet@gmail.com 0000-0003-4318-0729

***Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksek Okulu, olcay@gantep.edu.tr 0000-0003-0407-5467

Extended Abstract

Hotel businesses operate in the service sector. In this sector where there is a great competition, it is very closely related to the fact that they do not lose their customers and design products and services according to their needs. In particular, the products and services that hotel businesses design and offer according to their customers can extend their stay and contribute to their re-preference. In this context, accommodation businesses where families with children are not ignored will undoubtedly be preferred more. Therefore, accommodation businesses should evaluate child-friendly practices on the basis of customer satisfaction and customer loyalty.

The main purpose of this study is to evaluate the websites of three, four and five star hotel establishments in Gaziantep in terms of child-friendly practices. The specific objectives of the study can be listed as; to examine the extent to which hotel businesses in a tourism destination reflect their practices for children on their websites, to determine the level of service, design and applications in the content on the websites of hotel businesses, to determine the level of learning the types of activities that families with children will engage in during their holiday and to make suggestions to hotel businesses.

In qualitative research, written and visual documents can be included in the research for the research problem in order to increase the validity of the research. These written and visual materials may include messages, e-mails, web pages and blogs (Baş & Akturan, 2018: 121). In this context, in this research, which was prepared according to the qualitative design, the websites of these businesses were examined by using the document review technique in order to obtain more detailed information about the child-friendly practices of hotel businesses. The population of the research consists of 52 hotel establishments with Tourism Business Certificate in Gaziantep. Within the scope of the research, 32 three-, four- and five-star hotel establishments were included in terms of containing child-friendly practices through criterion sampling. The websites of all three, four and five-star hotel establishments were visited and evaluated in terms of child-friendly practices. Within the scope of the research, the web addresses of the three, four and five star hotel establishments in Gaziantep and the web addresses of the hotel establishments in question were accessed through the web page of Gaziantep Provincial Directorate of Culture and Tourism. Hotel establishments were coded by numbering them from large to small according to the number of stars, and after this stage, their websites were evaluated in terms of child-friendly practices.

In this study, which was carried out to evaluate the websites of three, four and five star hotel establishments in Gaziantep in terms of applications for children, the results of the evaluation of the websites of hotel establishments in terms of whether they have child-friendly applications are given in Table 2. Of the 32 hotel establishments, 7 are 5-star, 11 are 4-star and 14 are three-star. Accordingly, it was determined that 21 hotel establishments within the scope of the research did not include any service information on child-friendly practices on their websites. In addition, there is no data on child-friendly hotel practices on the website of most of the chain hotel establishments with 4-star status. Out of 32 hotel establishments, only one 5-star hotel establishment shared the information on its website that it has a children's club and offers children the opportunity to have a pleasant time with experienced play sisters, while 2 hotel establishments reflected on the website that they offer babysitting and doctor services upon request. Again, only 1 of the 32 hotel establishments stated that they have a children's menu on their website, while only 1 of them stated that they have an indoor children's playground without sharing any photographs. It has been determined that 16 hotels do not include any child-friendly application service information, except that only 1 of the 17 hotel establishments with three-star status has a family room option.

In the content analysis, it has been determined that hotel businesses generally share partial and limited information on their websites, and even if they have child-friendly services and practices, they have not reflected these services and practices on their websites. Children constitute an important tourist group in terms of tourism sector. Therefore, hotel establishments should analyse the needs of children very well in terms of accommodation facilities.

Domestic and foreign tourists need to be informed correctly in the process of making destination decisions. In this context, the websites of hotel businesses should be designed to accurately reflect child-friendly practices and service designs. Ahipaşaoğlu (2018) emphasised in his research that it is very important to carry out touristic activities by taking into account the health, entertainment and safety needs of children. Similarly, in the study conducted by Emir and Pekiyan (2010), it was determined that the factors

determining the holiday preferences of families with children are the presence of handrails on the beds and stairs, health measures for children, and the presence of cabinets suitable for children. In addition, Özgürel and Topaloğlu (2018) stated in their research that it is very important to design the animation activity areas in a way to take children into consideration. On the other hand, Öztürk et al. (2018) revealed in their research that in order for a hotel business to be characterised as child-friendly, all parts of food and beverage, mini club, rooms and entertainment areas should be designed to meet the needs of child customers. Based on all these results, it is possible to say that the design of accommodation facilities of hotel establishments by paying more attention to child guests may have a positive effect on the length of stay. On the other hand, there is a limited number of studies on child-friendly practices and service designs in the literature. In this context, it is considered necessary to carry out academic studies on which services will be included in the scope of child-friendly practices and service designs.

Giriş

Otel işletmeleri müşterilerine konaklama ve yeme- içme gibi temel ihtiyaçları sunan; ilaveten başka yan hizmetleri kapsayan yapısı ile yaşam sürdüren organizasyonlar olarak; değişen müşteri istek ve beklentilerine yönelik yenilikler yapmak zorundadırlar (Bayat ve Polat, 2019:558). Konaklama işletmeleri değişen tüketici tercihlerine karşılayabilmek ve pazar paylarını artırmak için yapmış oldukları yeniliklerden biri olan çocuklu ailelerin ihtiyaçlarına yönelik hizmetleri oluşturup sunmaları rekabet edebilirlik açısından üstünlük oluşturur (İtik vd., 2018: 83). Aynı zamanda çocuklu aile turistlere yönelik sunulan bu hizmet bu gruptaki turistler tarafından daha çok tercih edilebilir olma ve memnuniyet artışı sağlar (Akşit, 2019:151).

Tüketici satın alma karar sürecinde tüketim ve karar verme alışkanlıkları değiştiği için aileler kadar çocuklar da karar sürecinde söz sahibi duruma gelmiştir. Dolayısıyla konaklama işletmelerinin çocuk dostu ürün ve hizmetler sunuyor olması ailelerin ve çocukların ilgisini çeken önemli bir unsurdur. Ailenin tüketici olarak karar verme sürecinde geçmişte ebeveynler etkili olurken günümüzde aile yapısının ve tüketim alışkanlıklarının değişmesiyle satın alma kararlarında çocuklar büyük rol oynamaktadır (Akşit, 2019: 151). Çocuk dostu otel işletmesi bünyesinde oyun alanı, çocuk havuzu ve mini kulüp gibi imkanları bulundurur. Bununla birlikte menülerinde çocukların tercihlerini gözeten, aynı zamanda bakıcı gibi hizmetler sunan, ailelerin çocuklarıyla birlikte keyifli bir tatil yapabilmeleri için bütün koşulları sağlar. Çocuklu aileler için çocukların tatmininin kendi tatminlerinden önde gelmesinden dolayı söz konusu koşullar destinasyon tercihi bakımından oldukça önemlidir (Aymankey ve Ceylan, 2013: 111). Çocuk dostu otellerin çocuklu aileler tarafından öncelikli olarak tercih edilmesinin sebebi; çocuğun birey olarak keyifli vakit geçirmesi için ihtiyaç duyduğu ideal ortamın ve koşulların sağlanması, bununla birlikte tatil esnasında ailelerin de çocuk bakımı sorumluluğunun birazda olsa azaltılması isteğidir.

Karar verme ve satın alma sürecinde dijital platformlar kararı değiştirme gücüne sahip son derece önemli bir etken olarak nitelendirilmektedir. Dijital dünya tüketiciye karar vermesi için ihtiyaç duyduğu bilgiyi nicelik ve nitelik bakımından sunmaktadır, tüketici satın alma öncesinde muhakkak ki oteli ve otel işletmesinin vermiş olduğu ürün ve hizmetleri araştıracaktır, bu noktada çocuklu aileler için otellerin web sitesinde bulunan çocuk dostu uygulamalar hakkında bilgi sağlanması tercih edilmesi konusunda etkili olacaktır. Yapılan araştırmalarda internette yer alan web sitelerinin turistlerin satınalma davranışı üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Bu kapsamda turistler seyahat kararı almadan önce web siteleri aracılığı ile fiyatları karşılaştırıp sonrasında karar almaktadırlar. Bununda ötesinde turistlerin üçte biri İnternet üzerinden gerek fiyat araştırması gerekse de diğer konularda araştırma yaptıktan sonra tatil kararı vermektedirler (Gilbert vd., 1999; Law vd., 2007; Martin, 2004).

Gaziantep nüfusu ve ekonomik yapısı ile Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin en büyük şehridir. Geçmişten gelen tarihi, kültürel zenginlikleriyle, gastronomisiyle ve organize sanayi bölgesiyle turizm potansiyeli olan, her yıl dünyanın dört bir tarafından iş veya kültür turu amacıyla şehre gelen turistleri ağırlayan bir şehirdir. 2021 yılında Gaziantep'te yer alan turizm işletme belgeli toplam 52 tesiste 653.593 yerli 111.949 yabancı olmak üzere toplam 765.536 turist konaklamıştır (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022). 2021 yılında Türkiye'yi ziyaret eden toplam turist sayısı ise 30 milyon 38 bin 965 olarak gerçekleşmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Söz konusu rakamlara göre toplam turist sayısı içerisinde Gaziantep'i ziyaret eden turist sayısının azımsanmayacak kadar yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda çalışmada zincir otellerde dahil olmak üzere birçok otele sahip Gaziantep şehrinin potansiyel turist olan çocuklu ailelerin ihtiyaçlarını otel işletmelerinde ne seviyede karşıladıklarını web sitelerine yansıttıkları bilgisi tespit edilmesinin gerekliliğinden hareketle bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Gaziantep gastronomiye yönelik ve kültürel turistik unsurları bünyesinde bulundurmasından dolayı turistler tarafından tüm yıl boyunca ziyaret edilmektedir. Bundan dolayı Gaziantep gibi şehirlerde faaliyet gösteren otel işletmelerinin turizmin tüm yıla yayılmasına ve daha uzun konaklama sürelerine katkı sağlayabilmesi bakımından çocuklara yönelik hizmet ve uygulamalara ağırlık vermeleri ve söz konusu imkanların web sitelerinde yer almalarını sağlamaları oldukça önemlidir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Çocuk Dostu Otel Kavramı

Çocuk dostu otel uygulamalarıyla alakalı çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bunun sebebi ise net bir tanımının olmayışıdır. Yerli ve yabancı alan yazın araştırması sonucunda çocuklu ailelerin satın alma kararları hakkında çalışmanın çok olmasına rağmen çocuk dostu oteller ile ilgili çok kısıtlı kaynak bulunmaktadır (Güven vd., 2017: 634; Wu vd., 2019: 167). Bu sebeple, bu çalışmanın amacı çocuk dostu oteller ile alakalı farkındalığı arttırmak ve alan yazına katkıda bulunmaktır. Çocuklu ailelerin ihtiyaç ve arzularını karşılamak adına "çocuk dostu otel" kavramı olarak nitelendirilen bir konsept bulunmaktadır. Dostluk kurulan iyi ilişkiye ve değerli bağlantıya denilmektedir. Dost kelimesiyle birlikte güven ve sevgi kavramları ön plana çıkmaktadır (Kaypak ve Uçar, 2018: 21). Yine çocuk dostu otel yerine aile dostu otel gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Çocuk dostu otel; misafirlerin çocuklu aile olarak konaklama yapacağını göz önünde bulundurarak tasarlanmış, çeşitli yaş grupları için oyun alanları, çocuk kulübü, çocuk havuzları, özel menüler ve çocuk bakımı olanaklarının bulunduğu tesisler olarak değerlendirilebilmektedir. Çocuklarıyla birlikte konaklayan ailelere yönelik oda, seçenekleri, menü alternatifleri ve çocuk programları gibi uygulamalar sağlayan otel işletmeleri bu konseptte girmektedir. Diğer bir deyişle çocuk dostu oteller aileler için uygun oda, yeme içme gibi olanakları sunarken, çocuklara da çeşitli olanak ve aktiviteler sunabilen otel işletmeleri olarak tanımlanabilmektedir. Turizm sektöründe çocuklarla seyahat eden aileler en büyük pazarlardan birini temsil etmektedir. Genellikle kendilerine rahatlatma, bağ kurma ve tüm aile üyelerinin, özellikle de çocukların keyif alacağı çeşitli eğlence etkinliklerini uygulama fırsatları sağlayan tatiller ve turistik faaliyetler aramaktadırlar. Birçok turizm firması ve tedarikçisi, potansiyel turist grubu olarak çocuklu aileleri hedef almaktadır. Pazar araştırmalarında, ailenin tatil ve turistik aktivite seçimlerinde büyük etkisi olan ve ziyaretçi ve satış sayısını artırmada büyük etkisi olan ana tüketiciler olarak çocuklara odaklanmaktadırlar (Levasseur, 2007; Nickerson ve Jurowski, 2001; Schanzel ve Yeoman, 2015; Schanzel ve Lynch, 2016; Wang vd., 2004).

Çocuk dostu oteller bez değiştirme, emzirme gibi ihtiyaç duyulan durumlar için bebek bakım odası bulunduran, boy olarak çocukların kullanımına uygun tuvaletler, lavabolar bulunduran,

çocuk yatak yastık, battaniyesi gibi detayları önemseyen, çocuklar ile iletişim konusunda eğitilmiş bakıcılık hizmeti bulunduran onlara keyifli anlar yaşatmak amacıyla animasyon, hikâye atölyesi, vb. hizmetler sunabilen otellerdir. Çocuk dostu otel işletmeleri çocuklar için sadece tasarım ve fonksiyonlara odaklanmayıp, onların da saygın bir birey olduğunu önemseyerek ailelere mutlu anılar yaşatacak ortamlar sunmalıdır. Bununla birlikte çocuklar için fırsatlar sunarken bu fırsatları hizmetler ile desteklenmelidir. Belirli yaş aralıklarında çocuklara ücretsiz konaklama imkânı sunan otel işletmeleri bu imkânı, çocuklara sunmuş olduğu ürünleriyle ve hizmetleriyle desteklemelidir. Bu noktada özellikle sahil bölgelerinde bulunan her şey dâhil konsept otelleri aile turistlerini hedef alan uygulamalar gerçekleştirmektedir. Çocuklara onların seveceği, öğle yemeği veya atıştırmalıkların bulunduğu alanlar oluşturarak, eğitilmiş animatörler eşliğinde animasyon gösterileri ile onlara dolu dolu ve eğlenceli bir gün geçirmeleri hususunda imkân sağlamaktadır. Şehir otellerinde de en az sahil otelleri kadar çocuk dostu otel uygulamalarına ihtiyaç vardır. Bu bağlamda Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve uluslararası çocuk merkezi tarafından yürütülen Çocuk Dostu Turizm Projesi ile turizm ve otelcilik anlayışının çocuk dostu olması amaçlanmıştır (Çocuk Dostu Turizm, 2022) (Erişim Tarihi: 18.01.2022).

Turizm işletmeleri tarafından yürütülen pazar araştırmaları genellikle ailedeki çocuk sayısını ve yaşlarını içermektedir. İhtiyaçları ve gereksinimleri yaşlarına göre önemli ölçüde farklılık gösterebileceğinden, çocukların tek bir grup olarak ele alınamayacağını büyük ölçüde dikkate almaktadır (Lee ve Wu, 2013). Bu nedenle, farklı yaş gruplarının her birini tatmin edecek ve sonuç olarak tüm aileyi memnun etmeye yardımcı olacak turizm ürün ve hizmetlerini sunabilmek için her çocuğun yaş grubunun veya yaş aralığının ihtiyaçlarını, zevklerini, arzularını ve özelliklerini bilmek gereklidir. Bu sayede potansiyel bir müşteriden mevcut ve hatta geri dönen bir müşteriye dönüşmektedirler (Blichfeldt vd., 2010; Cullingford, 1995; Nickerson ve Jurowski, 2001; Schanzel ve Yeoman, 2015). Bazı tatil köyleri, bu yaş gruplarının her birinin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için onlara yaşlarına uygun çocuk programları, hizmetleri ve onları tatmin edecek olanaklar sunarak bariz çaba sarf etmektedir (Schanzel ve Lynch, 2016).

1.2. Çocuk Dostu Otel İşletmelerinin Sahip Olması Gereken Kriterler

Çocuk dostu otel işletmeleri sundukları hizmetler bakımından diğer otellerden ayrılmaktadır. Bu hizmetler otel işletmesinden otel işletmesine farklılık göstermektedir. Çocuk dostu otellerde çocuklara yönelik olarak olması gereken bazı özel imkanlar söz konusudur. Bunlar; çalışanların çocuklar ile de iletişim kurması, aile odalarının çocuklara göre dizayn edilmiş olması, çamaşırhane imkanlarının olması, muslukların çocuklara göre dizayn edilmiş olması, kapıların açılış yönünün dış taraf olması, merdiven korkuluklarının yüksekliğinin çocukların boylarına göre tasarlanmış olması, gün boyunca süren eğlence aktiviteleri, çocuklara yönelik olarak planlanmış olan animasyon gösterileri, çocukların ihtiyaçları temel alınarak hazırlanan yiyecek ve içecek menüleri, bebek bakım alanları, çocuklara göre tasarlanan havuz ve park imkanları, çocuklara hitap eden özel atıştırmalıklar, asansörlerde çocuklara göre yapılan düzenlemelerin ve yönlendirici levhaların bulunması, tuvaletlerin çocuklara göre dizayn edilmiş olması veya çocuk tuvaletinin olması, yiyecek ve içeceklerin tüketildiği servis salonlarında sigara içilmesine engel olunması, restaurant ve kafeteryalarda mama sandalyelerinin temiz ve hijyen kuralları doğrultusunda her daim hazır bulundurulması, çocuk yataklarının çocukların konforlarını gözeterek biçimde hazırlanmış olması, özellikle pencerelerde çocukların düşmesini engelleyecek tertibatların var olması, odaların çocuklara sempatik gelecek şekilde düzenlenmiş olması, elektrikli prizlerinde çocukların elektrikli akımına kapılmasını önleyecek şekilde aparatlar ile dizayn edilmiş olması, havuzlarda çocukların da kullanabilecekleri can simitlerinin yer alması,

çocuk eğitimcilerinin görev yapıyor olması, çocuklar için tasarlanan servis ve yemek takımlarının yiyecek içecek ünitelerinde hazırda bulundurulmasıdır (Emir ve Pekyaman 2010: 164Y;ılmaz, 2007: 35). Çocuk dostu otel işletmeleri hijyen ve güvenlik koşullarını olması gereken düzeyde sağlamalı, çocukların gelişimine pozitif katkı sağlayacak aktiviteler sunmalı, çocukları her türlü tehlikeden korumalı, personel ve misafirlerini çocuk dostu turizm konusunda bilgilendirmelidir (Schierkolk, 2019).

1.3. Otel İşletmelerinde Web Sitelerinin Kullanımı

Dijital platformların önemi birçok pazarlama ve satın alma sürecinde aktif olarak kullanılmasıyla birlikte her geçen gün artmaktadır. Otel işletmeleri için dijital dünyada yer edinmek, etkili bir web sitesi sahibi olmak kaçınılmaz bir duruma gelmiştir. Yapılan araştırmalara bakıldığında dijital dünyada gerçekleşen satın alma işlemlerinde turizm sektörünün oldukça büyük bir paya sahip olduğu görülmektedir (Karamustafa vd., 2002: 53). Otel işletmelerinin web sitelerini ve çevrim içi olarak satışların gerçekleştiği platformları daha efektif kullanmaları gerekliliği, otel işletmelerinin hedeflerine ulaşmak için pazarlama stratejilerinde baş rol oynamaktadır. Otel işletmeleri web sitelerinde potansiyel müşterileri ile optimum düzeyde iletişim kurarak ve onlara ihtiyaç duyduğu bilgileri sunarak tercih edilmesini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla potansiyel müşterinin satın alma davranışı otel web sitesinin sunduğu hizmetlerden edinmiş olduğu tatmin duygusu ile doğru orantılıdır (Bayraktar ve Üzümcü, 2019: 25).

Buna bağlı olarak otel web sitesinin hedef seçtiği pazarın ilgi odağına göre sunduğu hizmetleri ön plana çıkartması pazarlama konusunda avantaj sağlayacaktır. Örneğin otel işletmesinin, çocuklu ailelerin tercih edebileceği, ve onlara ayrıcalıklar sunan bir otel işletmesi olduğunu otelin web sitesinde bulunan içeriklerle belirtmek; çocuklu aile bireylerine fayda sağlamakla beraber otelin de doğru pazarlama stratejisi izlediğini belirtecektir. Web siteleri işletmeler için oldukça önemli bir pazarlama unsurudur. Bu nedenle işletmeler web sitelerini tüketicileri göz ardı etmeyerek tasarlamalıdır. Potansiyel bir müşteri internette yer alan web siteleri aracılığı ile hizmet veya ürün satışı yapan firmaya oldukça kolay bir şekilde erişerek gerek kalite gerekse de fiyat ve diğer unsurları kolayca karşılaştırabilir (Harridge, 2004: 301). Bu kapsamda işletmelerin web sitelerini kolay anlaşılabilir, kolay ulaşılabilir bir nitelikte dizayn etmeleri hem yeni müşteriler kazanmak hem de sürekli müşterilerin kaybedilmemesini sağlamak bakımından kritik derecede önem arz etmektedir. Bu hususlar göz ardı edildiğinde müşteri kaybı kaçınılmaz olacaktır (Taylor ve England, 2006: 83). Otel web sitesinin etkileyici bir tasarımının olması sunduğu bilgilerin güncel, yeterli düzeyde olması, hizmet kalitesini ve sunduğu hizmetleri şeffaflık çerçevesinde yansıtmayı, konaklama öncesi rezervasyon, ön ödeme, paket satın alma gibi işlemler için e-ticaret özelliğine sahip olması, ihtiyaç duyulduğunda interaktif kolaylıklar sağlaması hem otel işletmesinin marka değerini arttırmak hususunda hem de çevrim içi anlamda potansiyel müşterilerin memnuniyeti hususunda oldukça önemlidir. Aynı zamanda otel web sitelerinin otel çevresi, şehirde bulunan turistik destinasyonlar ve şehrin kültürel tarihi geçmişi hakkında bilgiler veriyor olması bununla birlikte otel işletmesinin havalimanı, şehir merkezi gibi bazı önemli noktalara olan uzaklıkları hakkında bilgiler veriyor olması web sitesini nitelikli kılacak özellikler arasında değerlendirilmektedir (Bayraktar ve Üzümcü, 2019: 375).

1.4. Otel İşletmelerinde Pazar Bölümlendirme

Pazar bölümlendirme tüketicilerin talepleri ve satın alma davranışlarının birbirinden farklılık arz ettiği düşüncesinden hareketle farklı bölümlere farklı pazarlama karması elemanları sunulabilmesi için pazarın bölümlendirilmesidir (Kotler vd., 1996: 354). Bu anlamda pazar bölümlendirmenin işletmeler açısından hedef pazara yönelik olarak farklı stratejiler ve

uygulamalar tasarlanabilmesine yönelik uygulamalara katkı sağladığı söylenilebilir. Bununla beraber müşterileri belirli istek, özellik, tercih veya davranışlarına göre gruplara ayırmayı farklı ürün veya hizmetler ile eşleştirmek amacıyla kullanılan etkili stratejik bir yaklaşımdır (Ahani vd., 2019, s. 54). Dolayısıyla pazar bölümlendirmenin temel amacını tüketicilerin farklı talep özelliklerinin analiz edilmesi oluşturmaktadır (İçöz, 2001: 162).

Yapılan araştırmalarda pazar bölümlendirmenin pazarlama stratejisi bakımından büyük bir avantaj sağladığı ortaya konulmuştur (DeSarbo ve Grisaffe 1998; Wedel ve Kamakura, 2000). Otel işletmeleri açısından pazar bölümlendirme çalışmaları ise bölümlendirme değişkenlerine ve çeşitli insan grupları arasındaki seçim kriterlerine dayanmaktadır (Du vd., 2016: 138). Turizm sektöründe pazar bölümlendirme çalışmalarında öne çıkan değişkenler ise coğrafi, demografik, psikografik ve davranışsal ve aranan fayda kriterleridir (Bojanic, 2007: 23). Söz konusu değişkenlerin kullanımına yönelik kriterler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Bölümlendirme Değişkeni	Kriterler
Coğrafi	Kıtalar, küresel bölgeler, ülkeler, ülke bölgeler, eyaletler veya iller ve şehirler
Demografik	Yaş, cinsiyet, gelir, eğitim, aile büyüklüğü, evlilik statü ve meslek
Psikografik	Değerler ve yaşam tarzı, hobiler, etkinlikler, ilgi alanları, ve görüşler
Davranışsal	Marka bağlılığı, kullanım oranı, kullanıcı/kullanıcı olmayan ve kullanım durumu
Aranan Fayda	Fiyat, konum, mutfak, atmosfer vb.

Tablo 1. Pazar Bölümünde Kullanılan Değişkenler ve Örnek Kriterler

Kaynak: Bojanic, 2007 s.23

Son yıllarda otel işletmeleri pazar bölümlendirme ile çocukları hedef pazar olarak belirlemeye başlamışlardır. Bu bağlamda çocuk temalı otel kavramı bünyesinde çocukların ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde tasarlanan hizmet tasarımları otel işletmeleri tarafından tercih edilmeye başlanmıştır (Tuna vd., 2019: 6). Bundan dolayı çocuk dostu uygulamaların demografik pazar bölümlendirme kapsamında otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine olan katkısının oldukça önemli olduğu söylenilebilir. Bu bağlamda araştırma sorusu turistik anlamda gastronomi ve kültürel anlamda bir çok unsuru bünyesinde barındıran Gaziantep’te faaliyet gösteren otel işletmelerinin çocuk dostu uygulamalar bakımından sahip olduğu imkanların neler olduğu ve bu imkanların web sitelerinde yer alıp almadığının belirlenmesi olarak ifade edilebilir.

2. Literatür İncelemesi

Çocuklara yönelik olarak olanak ve hizmetleri bünyesinde bulunduran çocuklu ailelere yönelik konaklama ve yeme içme hizmetlerini verebilen oteller çocuk dostu otel olarak kabul edilmektedir (Aslan vd., 2019). Lattimore (2018), yapmış olduğu araştırmasında otel işletmelerinde çalışanların, küçük çocuklu ailelerin ihtiyaçlarını anlayabilmelerinin ve çocuklarla iletişim kurabilmelerinin, etkileşimde bulunabilmelerinin önemini vurgulamıştır. Tuna vd. (2019) ise çocuklu ailelerin çocuk dostu otelleri tercih ettiklerini, bu otelleri tercih etme sebeplerinin de kendilerini rahat hissetme ile birlikte, çocuk bakım sorumluluğunun azalması ve çocukların ihtiyaçlarının karşılanması olarak tespit etmişlerdir. Yemez ve Karaca (2019), yapmış oldukları araştırmalarında genel anlamda konaklama imkanlarının, işletmenin bulunduğu konumun,

çocuklara yönelik aktivitelerin, ekstra imkanların ve güvenlik önlemlerinin çocuklu ailerin tatil tercihlerinde etkili olan faktörler olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan turizm sektöründe çocuk dostu otel kriterleri bir mevzuata bağlanmamıştır. Bu sebeple her işletme kendi dinamiklerine uygun olarak kendi kriterlerini oluşturmakta ve turistlere sunmaktadır.

2.1. Yöntem

Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, araştırma deseni, evren ve örneklem ile birlikte veri toplama sürecine yönelik olarak bilgilere yer verilmiştir.

2.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacını, Gaziantep'te bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinin çocuklara yönelik uygulamalar bakımından değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Çalışmanın özel amaçları ise şunlardır: (1) Bir turizm destinasyonunda bulunan otel işletmelerinin çocuklara yönelik uygulamalarını web sitelerine ne ölçüde yansıttığını incelemek, (2) Otel işletmelerinin web sitelerindeki içeriklerde hizmet, tasarım ve uygulamaların çocuklu ailenin tatil esnasında meşgul olacağı aktivite türlerini ne seviyede öğrendiklerini belirlemek, (3) Otel işletmelerine önerilerde bulunmak.

2.3. Araştırmanın Önemi

Otel işletmeleri hizmet sektöründe faaliyet göstermektedirler. Büyük bir rekabetin söz konusu olduğu bu sektörde rekabette üstünlük sağlanması ve işletmelerin varlıklarını koruyabilmeleri müşterilerini kaybetmemeleri ve onların ihtiyaçlarına göre ürün ve hizmet tasarımları oldukça yakından ilgilidir. Özellikle otel işletmelerinin müşterilerine göre tasarlayıp sundukları ürün ve hizmetler onların konaklama sürelerini uzatabilir ve yeniden tercih edilmelerine katkı sağlar. Bu kapsamda çocuklu ailelerin göz ardı edilmediği konaklama işletmeleri hiç şüphesiz daha fazla tercih edilecektir. Bundan dolayı konaklama işletmelerinin çocuk dostu uygulamaları müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati temelinde değerlendirmeleri gerekmektedir.

Yapılan bu araştırma ile Gaziantep'te bulunan otel işletmelerine web sitelerindeki çocuk dostu uygulamaları belirlenmiş, işletmelere ise zayıf oldukları hususlarda öneriler getirilmiştir. Sahip olduğu veriler bakımından ve daha önce alan yazında otel web sitelerinin çocuk dostu uygulamalar bakımından değerlendirilmediği de göz önüne alındığında çalışmanın özgün bir nitelik taşıdığı söylenilebilir. Bununla birlikte yapılan bu araştırma, otellerin web sitelerinin çocuk dostu uygulamalar bakımından durumunu değerlendirmeye ve turizm destinasyonlarında çocuklu ailelere hitap eden otel web sitelerinin kriterlerini belirlemeye bir değerlendirme çerçevesi sağlamasından dolayı da büyük önem arz etmektedir. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar göz önünde bulundurularak otel işletmelerine yönelik öneriler sunulmuştur.

2.4. Araştırma Deseni

Nitel araştırmalarda araştırmanın geçerliliğini artırmak amacıyla araştırma problemine yönelik olarak yazılı ve görsel dökümanlar araştırmaya dahil edilebilir. Söz konusu yazılı ve görsel materyaller mesajlar, e-postalar, web sayfaları ve blogları içerebilir (Baş ve Akturan, 2018: 121). Bu bağlamda nitel desene göre hazırlanan bu araştırmada otel işletmelerinin çocuk dostu uygulamalarına yönelik daha detaylı bilgilere ulaşılabilmesi bakımından doküman incelemesi tekniği kullanılarak söz konusu işletmelerin web siteleri incelenmiştir.

2.5. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini; Gaziantep'te bulunan Turizm İşletme Belgeli 52 adet otel işletmesi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında ölçüt örnekleme aracılığı ile çocuk dostu uygulamaları

içerisinde barındırması bakımından üç, dört ve beş yıldızlı 32 otel işletmesi dahil edilmiştir. Söz konusu üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin tamamının web sitesi ziyaret edilerek çocuk dostu uygulamalar bakımından değerlendirilmiştir.

2.6. Veri Toplama Süreci

Araştırma kapsamında Gaziantep'te yer alan üç dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin hangileri olduğunun ve söz konusu otel işletmelerinin web adreslerine Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün web sayfası üzerinden ulaşılmıştır. Otel işletmeleri yıldız sayısına göre büyükten küçüğe numaralandırılarak kodlanmış bu aşamadan sonra web siteleri çocuk dostu uygulamalar bakımından değerlendirilmiştir.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında Gaziantep'te yer alan üç, dört ve beş yıldızlı 32 otel işletmesinin çocuk dostu uygulamalara yönelik ürün, hizmet ve tasarımlarına yönelik yapılan içerik analizi sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

3,4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Otel Web Sitelerinin Çocuk Dostu Uygulamalar Bakımından Değerlendirilmesi

5 * Otel1	Ebeveynleri ile beraber aynı odada konaklayan 0-6 yaş arası çocuklardan ücret talep edilmemekte ve 7- 12 yaş arası ebeveyn ile aynı odada konaklayan çocuklar indirimli konaklamaktadır bilgileri dışında çocuk dostu otel hizmetlerine sahip olmasına rağmen web sitesinde bu bilgilere yer vermemiştir.
5*Otel2	95 odasından sadece 2sinin bağlantılı aile odası olduğunu belirtmesi dışında herhangi bir çocuk dostu otel hizmetine dair bilgi verilmemiştir.
5*Otel3	0-7 yaş aralığının ücretsiz konaklama imkânı olması ve çocukların keyifli vakit geçirmesi için, otel bünyesinde yer alan Çocuk Kulübünde tecrübeli oyun ablaları ile çeşitli oyun alanlarıyla alakalı bilgilere web sitelerinde yer verilmiştir.
5*Otel4	Odalar sekmesinde odaların bebek yatağına sahip olması ve talep doğrultusunda bebek bakıcısı & Doktor hizmeti sağlanması dışında herhangi bir çocuk dostu otel uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
5*Otel5	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu otel uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
5*Otel6	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
5*Otel7	201 odasının 46sının aile odası olduğu bilgisi dışında herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel8	Otel odalarında bebek yatağı bulunması bilgisi dışında herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel9	Çocuk menüsü hizmetine sahip olduğu bilgisi dışında başka bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel10	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel11	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel12	Otel web sitesinde tüm hizmetler sekmesinde çocuklar için kapalı oyun alanı bulunduğu belirtilmiş ancak herhangi bir oyun alanı görseli paylaşılmamıştır.
4*Otel13	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel14	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer

	verilmemiştir
4*Otel15	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir
4*Otel16	Otel web sitesinde diğer hizmetlerimiz sekmesinde bebek bakıcısı hizmeti listede bulunmaktadır. Başka bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
4*Otel17	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir
4*Otel18	Otel web sitesinin odalar sekmesinde aile odası seçeneğinin bulunması bilgisi dışında herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel19	Otel işletmesi çevrim içi satış web sitelerinde bulunmaktadır. Ancak Otel işletmesinin kendine ait bir sitesi bulunmamaktadır.
3*Otel20	Otel işletmesi web sitelerinde satış imkanı bulunmaktadır. Ancak otel işletmesi zincir bir gruba mensup olduğu için ortak bir web adresi kullanılmakta bu web adresinde bu otel işletmesine ait her hangi bir çocuk dostu uygulama hizmet bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel21	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel22	Otel web sitesinde odalar sekmesinde aile odası seçeneği bulunması dışında herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel23	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel24	Otel işletmesinin kendine ait bir web sitesi bulunmamaktadır.
3*Otel25	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel26	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel27	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel28	Otel web sitesi iyileştirme aşamasında olduğu için herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır.
3*Otel29	Otel işletmesinin kendine ait bir web sitesi bulunmamaktadır.
3*Otel30	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel31	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.
3*Otel32	Otel web sitesinde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmeti bilgisine yer verilmemiştir.

Tablo 2. Otel Web Sitelerinin Çocuk Dostu Uygulamalar Bakımından Değerlendirilmesi

Gaziantep'te bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinin çocuklara yönelik uygulamalar bakımından değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada otel işletmelerinin web sitelerinin çocuk dostu uygulamalara sahip olup olmamaları bakımından yapılan değerlendirme sonuçları Tablo 2'de belirtilmiştir. Söz konusu 32 otel işletmesinin 7'si 5 yıldızlı, 11'i 4 yıldızlı, 14'ü üç yıldızlıdır. Buna göre araştırma kapsamında yer alan 21 otel işletmesinin web sitesinde çocuk dostu uygulamalara dair hiçbir hizmet bilgisine yer verilmemiş olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan Tablo 2'ye göre çocuk dostu otel uygulamalarına ilişkin web sitelerinde bilgi bulunmayan 21 otel işletmesinin ikisi beş yıldızlı otel işletmesi statüsünde olduğu görülmektedir. Bununla beraber 4 yıldızlı statüde olan zincir otel işletmelerinin bir çoğunda web sitesinde de çocuk dostu otel uygulamalarına yönelik herhangi bir veri yer almamaktadır. Geriye kalan 17 otel işletmesi ise 3 yıldızlı statüdedir. 32 otel işletmesinden 5

yıldızlı 2 otel işletmesinin web sitesinde belirli yaş aralığındaki çocuklara ücretsiz konaklama imkânı sunulduğu bilgisi, 5 otel işletmesi aile odasına ve bebek yatağına sahip olduğu bilgisini web sitesinde paylaşmıştır. 32 otel işletmesinden yalnızca 5 yıldızlı bir otel işletmesi bünyesinde çocuk kulübü bulunduğunu, tecrübeli oyun ablalarıyla çocuklara keyifli vakit geçirme olanağı sunduğunu bilgisini web sitesinde paylaşırken, 2 otel işletmesi de arzu edildiği takdirde bebek bakıcısı ve doktor hizmeti sunduğunu web sitesine yansıtmıştır. Yine 32 otel işletmesinden yalnızca 1 tanesi çocuk menüsü bulundurduğunu web sitesinde bildirirken, yalnızca 1 tanesi de herhangi bir fotoğraf paylaşmaksızın kapalı çocuk oyun alanına sahip olduğunu belirtmiştir. Üç yıldızlı statüde bulunan 17 otel işletmesinden yalnızca 1'inin aile odası seçeneğine sahip olması dışında kalan 16 otelde herhangi bir çocuk dostu uygulama hizmet bilgisine yer verilmediği tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu çalışmada otel işletmelerinin çocuk dostu uygulamaları, tasarımları ve çocuklu ailelere sundukları hizmetleri ne derecede web sitelerine yansıttıkları, işletmede konaklamayı düşünen potansiyel turistler tarafından nasıl tercih sebebi olduğu konu alınmıştır. Bunun yanında Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinde bulunan çocuk dostu uygulamalar, hizmetler, tasarım ve özellikler tespit edilerek, konaklama işletmelerinin hangi özellik veya hizmetler konusunda eksikleri olduğu gerçekleştirilen bu araştırma kapsamında ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Yapılan içerik analizinde genel anlamda otel işletmelerinin web sitelerinde kısmi ve sınırlı bilgiler paylaştığı, bünyesinde çocuk dostu hizmetler ve uygulamalar buldursalar dahi bu hizmet ve uygulamaları web sitelerine yansıtmamış oldukları tespit edilmiştir. Turizm sektörü açısından çocuklar önemli bir turist grubunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla otel işletmelerinin konaklama imkanları bakımından çocukların ihtiyaçlarını çok iyi bir şekilde analiz etmeleri gerekmektedir (Tabak ve Tamer, 2022: 50). Bununla beraber çocuklu ailelerin satınalma davranışlarını konu alan çalışmalarda söz konusu ailelerinin nihai satınalma kararları üzerinde çocukların önemli bir faktör olarak görüldüğü tespit edilmiştir (Wang vd. 2004; Martensen ve Gronholdt, 2008). Bu bağlamda çocukların satın alma sürecine karar verme etkisi göz önünde bulundurularak, otel işletmeleri tarafından çocuklu ailelerin konaklama yapmak istedikleri anda potansiyel müşteri olarak ziyaret ettikleri web sitelerindeki hizmet ve uygulamalar yeterli seviyede belirtilmediği müddetçe bu durum tercihe yansımayacaktır. Bu noktada rekabet avantajı sağlamak isteyen otel işletmelerinin web sitelerinde çocuk dostu hizmetlerini ve çocuklu ailelere yönelik uygulamalarını eksiksiz paylaşması önemli ölçüde avantaj sağlayacaktır.

Ulaşım imkanlarının ve iletişim araçlarının etkinliğinin her geçen gün artması ile birlikte çocuklu aileler turistik etkinliklere daha fazla katılmaya başlamışlardır. Bununla beraber aileler gerek tatil gerekse de seyahat kararlarını verirken çocuklarının beklenti ve ihtiyaçlarını da göz önünde bulundurmak durumundadırlar. Konuya yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalarda ailelerinin tatil kararlarında çocukların oldukça önemli bir faktör olarak görüldüğü yapılan çalışmalarda ortaya konulmuştur (Niemczyk, 2015; Jelinkova vd. 2017; Tomic vd 2018). Bundan dolayı Gaziantep gibi gastronomi ve kültürel bağlamda bir çok önemli unsuru bünyesinde barındıran destinasyonlarda yer alan şehir otellerinin de pazarlama stratejilerini oluştururken çocuklu aileleri de göz önüne alarak pazar bölümlendirme çalışmalarını yapmaları gelirlerini artırmaları bakımından büyük önem arz etmektedir. Diğer taraftan çocuklu ailelerin konaklama tercihlerinde otel işletmelerinde temizlikten güvenliğe havuz etkinliklerinden yeme içme imkanlarına kadar bir çok husus ön plana çıkmaktadır. Bu durum otel işletmeleri bakımından çocuklu aileleri önemli

bir hedef pazar haline getirmiştir. Bu bağlamda özellikle gastronomi turizminin de önem kazanması ile birlikte Gaziantep’i ziyaret eden turist sayısında da önemli artış meydana gelmiştir. Söz konusu turistlerin Gaziantep’te kalış sürelerinin uzatılabilmesi bakımından şehri ziyaret eden çocuklu ailelere yönelik olarak otel işletmelerinin çocuk dostu hizmet tasarımlarını hem bünyelerinde barındırmaları hem de web sitelerinde belirtmiş olmaları hem otel işletmeleri açısından hem de Gaziantep açısından büyük önem arz etmektedir.

Yerli ve yabancı turistlerin destinasyon kararı vermeleri sürecinde doğru bir şekilde bilgilendirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda otel işletmelerinin web sitelerinin çocuk dostu uygulamalar ve hizmet tasarımlarını doğru bir şekilde yansıtabilecek şekilde tasarlanması gerekmektedir. Ahipaşaoğlu (2018), araştırmasında turistik aktivitelerin çocukların sağlık, eğlence ve güvenlik ihtiyaçlarının dikkate alınarak gerçekleştirilmesinin oldukça önemli olduğunu vurgulamıştır. Benzer biçimde Emir ve Pekyaman (2010), tarafından gerçekleştirilen araştırmada çocuklu ailelerin tatil tercihlerini belirleyen unsurların yataklarda ve merdivenlerde korkuluk bulunması, çocuklara yönelik sağlık önlemlerinin alınmış olması ve çocuklara uygun dolapların yer alması olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte Özgürel ve Topaloğlu (2018), yapmış oldukları araştırmalarında animasyon aktivite alanlarının çocukları da göztecek şekilde dizayn edilmesinin oldukça önemli olduğunu belirtmişlerdir. Öte yandan Öztürk vd. (2018), yapmış olduğu araştırmasında bir otel işletmesinin çocuk dostu olarak nitelendirilmesi için yiyecek içecek, mini kulüp, odalar ve eğlence alanlarının tüm kısımlarının çocuk müşterilerin ihtiyaçlarını da karşılayacak biçimde dizayn edilmiş olmasının gerektiğini ortaya koymuşlardır. Tüm bu sonuçlardan hareketle otel işletmelerinin konaklama imkanlarının çocuk misafirleri daha çok önemseyerek dizayn etmelerinin kalış süresi üzerinde olumlu yönde etkilerinin olabileceğini söylemek mümkündür. Öte yandan literatürde çocuk dostu uygulamalar ve hizmet tasarımlarını konu alan sınırlı sayıda araştırma yer almaktadır. Bu bağlamda yapılacak araştırmalar ile hangi hizmetlerin çocuk dostu uygulamalar ve hizmet tasarımları kapsamında yer alacağına yönelik akademik çalışmaların yapılmasının gerekli olduğu değerlendirilmektedir.

Kaynakça

- Ahani, A., Nilashib, M., Ibrahim O., Sanzognia, L. & Weaven, S. (2019). Market segmentation and travel choice prediction in Spa hotels through TripAdvisor’s online reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 80 ,52-77.
- Ahipaşaoğlu, H. S. (2018). Çocuk Dostu Turizm Kongresinin Önemi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1), 9-16.
- Akşit A. N. (2019). Çocuklu Ailelerin Restoran Seçimlerini Etkileyen Faktörler: İzmir’de bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 150-168
- Alibey Konağı Gaziantep, (2022). <https://alibeykonagi.com> adresinden 2 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.
- Aslan, S., Tosun, N. & Arslan Kurtuluş, S. (2019). Çocuk Dostu Oteller ile İlgili Şikâyetlere Yönelik Bir İçerik Analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 7(2), 451-475.
- Aymankuy, Y. & Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü (Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 105-122.
- Baş, T. ve Akturan, U. (2017). *Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri*. (3. Baskı). Seçkin Yayınevi.
- Bayat, G & Polat, M. (2019). Otel İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, 557-577.

- Bayraktar, S. & Üzümcü, T. P. (2019). Otel İşletmelerinin Pazarlanmasında Web Sitelerinin kullanımı: Kocaeli Otelleri Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(2), 21-41.
- Blichfeldt, B. S., Pedersen, B. M., Johansen, A., & Hansen, L. (2011). Tweens on holidays: In-Situ decision-making from children's perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(2), 135-149.
- Bojanic, D. C. (2007). Customer profile of the "carryout" segment for restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(1), 21-31.
- Büyük Veliç Otel, (2022). <https://www.buyukvelicotel.com/> adresinden 2 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Cullingford, C. (1995). Children's attitudes to holidays overseas. *Tourism Management*, 16(2), 121-127.
- Çocuk Dostu Oteller. (2022). <https://www.jollytur.com/cocuk-dostu-oteller> adresinden 18 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- Çocuk Dostu Turizm. (2022). <http://cocukdostuturizm.org> adresinden 18 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- DeSarbo W.S. & Grisaffe D. (1998). Combinatorial optimization approaches to constrained market segmentation: an application to industrial market segmentation. *Marketing Letters*, 9,115–134.
- Divan Gaziantep Otel, (2021). <https://www.divan.com.tr/otel/divan-gaziantep-otel> adresinden 15 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Double Tree by Hilton Otel Gaziantep, (2021). <https://www.hilton.com.tr/oteller/turkiye/gaziantep/doubletree-by-hilton-gaziantep> adresinden 14 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Du, F., Yang, F., Liang, L., & Yang, M. (2016). Do service providers adopting market segmentation need cooperation with third parties? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 136–155.
- Elite Class Residence Otel, (2021). <https://www.elitclasshotel.com/> adresinden 5 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Emir O. & Pekiyan, A. (2010). Çocuklu ailelerin otel işletmesi seçiminde etkili olan faktörler: Afyonkarahisar'da bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 159-181.
- Garni Otel, (2022). <http://www.garniotel.com> adresinden 2 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.
- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022). <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-127941/turizm-isletme-belgesi-tesislerde-konaklayan-turist-say-.html> adresinden 24 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.
- Gilbert, D. C., J. Powell-Perry & S. Widijoso (1999), Approaches by Hotels to the Use of the Internet as a Relationship Marketing Tool. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 5(1), 21-38.
- Grand Otel Gaziantep, (2021). <https://www.ghg.com.tr/> adresinden 16 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Güven, Ö. Z., Beydilli, E. T., Ceylan, U. & Bütün, S. (2017). Çocuk Dostu Otel Kavramı Üzerine Bir Araştırma, 3. Turizm Şurası, 3. Turizm Şurası Tebliğler Kitabı, (1), 631-641.
- Hampton By Hilton Otel Gaziantep, (2021). <https://www.hilton.com.tr/oteller/turkiye/gaziantep/hampton-by-hilton-gaziantep> adresinden 15 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Harridge, M. S., (2004). Electronic Marketing, the New Kid on the Block. *Marketing Intelligence and Planning*. 22 (3), 297–309.
- Hisvahan Otel, (2022). <https://hsvhn.com> adresinden 2 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.

- Ibis Otel Gaziantep, (2022). <https://all.accor.com/turkey/index.tr.shtml> adresinden 5 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- İtik, M. Ü., Çelebi, İ. & Çakmak Sel, B. (2018). Bir Konaklama İşletmesinin Çocuk Dostu Otel Olarak Düzenlenmesinde Maliyet Analizi: Sivas İlinde Bir Otel Uygulaması. I.Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi. Bildiri Özetleri Kitabı, 13-137.
- Jelinkova, D. Tuckova, Z. & Jurigova, Z. (2017). Market segment of families with children: a new stimulus for modern Czech spa industry? *Journal of International Studies* 10(2), 158-169.
- Karamustafa, K., Biçkes, D.M. & Ulama, Ş., (2002). Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (19), s. 51-92.
- Kaypak, Ş. & Uçar, A. (2018). Çocuk Haklarının Gerçekleşmesi Açısından Çocuk Dostu Kentler. *International Journal of Academic Value Studies*, 4(18),17-29.
- Kotler, P. Armstrong, G. Sauters J. A. & Wong, W. (1996). *Principles of Marketing*. The European Edition. UK: Prentice Hall Europe.
- Kule Otel, (2022). <https://www.kulehotelgaziantep.com/> adresinden 3 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Küçük Veliç Otel, (2022). <https://www.kucukvelicotel.com> adresinden 4 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Labrecque, J., & Ricard, L. (2001). Children's influence on family decision-making: A restaurant study. *Journal of Business Research*, 54(2), 173-176.
- Lattimore, K. C. (2018). The Effect of Motherhood on Tourism Fieldwork with Young Children: An Autoethnographic Approach. In Brooke Porter ve Heike Schanzel (Eds). *Femininities in the Field*. London, UK: Channel View Publications.
- Law, R., I. Chan & C. Goh (2007). Where To Find the Lowest Hotel Room Rates on the Internet? The Case of Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 495-506.
- Lee, B., & Wu, H. (2013). *A relationship between family leisure and tourism and hotel industry: Importance of family leisure*. MBA Student Scholarship. Paper, 27.
- Levasseur, M. (2007). Familiar with tweens? You should be. Réseau de veille en tourisme: The Quebec source for information on global trends in international tourism, February, 9.
- Martensen, A., & Grønholdt, L. (2008). Children's influence on family decision making. *Innovative Marketing*, 4(4). 4-12.
- Martin, L. M. (2004). E-innovation: Internet Impacts on Small UK Hospitality Firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 82-90.
- Martin, F. & İbrahim, K. (2006). Quality of Electronic Services Conceptualizing and Testing a Hierarchical Model. *Journal of Service Research*, 9(1), 19-37.
- Metgold Otel, (2022). <https://www.gaziantepmetgold.com/> adresinden 12 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- Nickerson, N. P., & Jurowski, C. (2001). The influence of children on vacation travel patterns. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 19-30.
- Niemczyk, A. (2015). Family Decisions on the Tourist Market. *Economics and Sociology* 8: 272–283.
- Nil Otel, (2022). <http://www.nilotel.com.tr> adresinden 6 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Norton Otel Gaziantep, (2022). <http://www.nortonotel.com> adresinden 1 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.

- Novotel Gaziantep, (2021). <https://all.accor.com/hotel/6914/index.tr.shtml#section-reviews> adresinden 18 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Özgürel, G., & Topaloğlu, C. (2018). Konaklama İşletmelerinde Çocuk Kulübü Aktiviteleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5(3), 45-61.
- Öztürk, İ., Atasoy, F., & Arıkan, V. (2018). Antalya'daki çocuk dostu niteliğindeki otellerin çocuklu ailelere sunduğu rekreasyon faaliyetleri ve imkânlarına yönelik bir değerlendirme. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(11). 7-13.
- Pamuk City Otel, (2022). <https://pamukcityhotel.com> adresinden 6 Şubat 2022 tarihinde alınmıştır.
- Safir Otel, (2022). <http://www.gaziantepsafirotel.com/tr/> adresinden 11 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- Schanzel, H. A., & Lynch, P. A. (2016). Family perspectives on social hospitality dimensions while on holiday. *Tourist Studies*, 16(2), 133-150.
- Schanzel, H. A., & Yeoman, I. (2015). Trends in family tourism. *Journal of Tourism Futures*, 1(2), 141-147
- Schierkolk, N.Y. (2019). Protection of Child Rights in The Tourism Sector Handbook, International Children's Center, Ankara.
- Schlinger, L. (2013). 5 things to look for in kid-friendly vacation rentals.
- Shimall Otel Gaziantep, (2021). <https://www.shimallhotel.com/> adresinden 10 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Şirehan Otel Gaziantep, (2021). <http://www.gaziantepsirehanhotel.com.tr/> adresinden 15 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Tabak, Y. K., & Tamer, E. T. (2022). Çocuk Dostu Otel İşletmelerinin Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma. *Beykoz Akademi Dergisi*, 2(1), 41-54.
- Taylor, M. J. & England, D. (2006). Internet Marketing: Web Site Navigation Design Issues. *Marketing Intelligence & Planning*. 24(1), 77-85.
- Teymur Continental Otel Gaziantep, (2021). <https://www.teymurcontinentalhotel.com/> adresinden 18 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Thornton, P. R., Shaw, G., & Williams, A. M. (1997). Tourist group holiday decision-making and behavior: *The influence of children*. *Tourism Management*, 18(5), 287-297.
- The Green Park Otel Gaziantep, (2021). <https://www.thegreenparkgaziantep.com/> adresinden 11 Kasım 2021 tarihinde alınmıştır.
- Tilmen Otel, (2022). <http://www.hoteltilmen.com.tr/> adresinden 12 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.
- Tomic, S., Lekovic, K., Maric, D., & Paskas, N. (2018). The Role of Children in Family Vacation Decision-Making Process. *TEME, XLII* (2), 663-664.
- Tuçcan Otel, (2021). <https://www.tugcanhotel.com.tr> adresinden 24 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Tuna, M., Özyurt, B. Kurt, A. (2019). Çocuk Dostu Oteller: Kavramsal Bir İnceleme Children Friendly Hotels:A Conceptual Study. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*,3, 63-76.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2022). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2021-45785> adresinden 24 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.
- Palmye Otel, (2022). <http://palmyehotel.com.tr/> adresinden 10 Ocak 2022 tarihinde alınmıştır.

- Park Dedeman Otel Gaziantep, (2021). <https://www.dedeman.com/TR/7-Oteller/281-Park-Dedeman-Gaziantep/> adresinden 16 Aralık 2021 tarihinde alınmıştır.
- Princess Otel Gaziantep, (2022). <https://www.gaziantepprincesshotel.com> adresinden 1 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.
- Rahmi Bey Konağı Butik Otel, (2022). <http://www.rahmibeykonagibutikotel.com> adresinden 1 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., Yeh, Y. C., & Tsai, C. W. (2004). Who is the decision-maker: The parents or the child in group package tours?, *Tourism Management*, 25(2), 183-194.
- Wedel, M., & Kamakura, W.A., (2000). *Market Segmentation: Conceptual and Methodological Foundations*. Springer Science & Business Media.
- Wu, M. Y., Wall, G., Zu, Y. & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166-175.
- Yemez, İ. & Karaca, Ş. (2019). Çocuklu Ailelerin Tatil Yeri Seçiminde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesi: Sivas İli Şehir Merkezinde Bir Uygulama. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(19), 201-225.
- Yılmaz, A. (2007). Aile turizmine yönelik hizmet veren otel işletmelerinde hizmet kalitesi: Antalya bölgesinde Türk ve Alman turistlere yönelik bir araştırma. [Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Yılmazoğlu Park Otel, (2021). <http://ypotel.com.tr/tr/> adresinden 25 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.
- Zeynep Hanım Konağı Gaziantep, (2022). <https://www.zeynephanimkonaklari.com> adresinden 1 Mart 2022 tarihinde alınmıştır.

Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sunmuşlardır.

Çatışma Beyanı

Makalenin yazarları, bu çalışma ile ilgili taraf olabilecek herhangi bir kişi ya da finansal kuruluş ile ilişkileri bulunmadığını dolayısıyla herhangi bir çıkar çatışmasının olmadığını beyan ederler.

Destek ve teşekkür

Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.