



## **Villa Tipi Konaklama Ünitelerinin Nitelikleri: Seyahat Acentaları Web Siteleri Üzerinden Bir Değerlendirme**

*Qualifications of Villa Type Accommodation Units: An Evaluation On Travel Agencies Websites*

**Nermin AYZAZ<sup>1</sup>**

**Ali TÜRKER<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Öğr.Gör.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Marmaris TMYO, ORCID: 0000-0002-5537-4267  
nerminayaz@mu.edu.tr

<sup>2</sup>Doç.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Ortaca MYO, ORCID: 0000-0001-9509-7543,  
aturker@mu.edu.tr

### **Özet**

Günümüzde turistik hizmetlerin geleneksel konaklama türlerinden farklı olan ve tüketici beklenti ve isteğine yanıt veren villa tipi konaklama üniteleri, son yıllarda giderek artan bir talep görmektedir. Elektronik ortamda tanıtımı ve rezervasyonu yapılan bu konaklama ünitelerinin farklı beklenti ve isteklere uygun tarzda inşa ve dekore edilen ve belirli bir süre için kiralanılan konaklama işletmeleri olduğu söylenebilir.

Araştırmanın temel amacı seyahat acentalarının tanıtım ve rezervasyonunu web satış kanallarından yaptıkları villa tipi konaklama ünitelerini kategorize etmek, sundukları hizmetler üzerinden tanımlamak ve değerlendirmektir. Bu değerlendirmenin, villa konaklamalarında tüketici beklentilerinin ve isteklerinin ne yönde oluştuğunu göstermek açısından villa kiralama ünitelerine yatırım yapacak olan sektör temsilcilerine yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Bu amaç doğrultusunda tatil villası kiralama hizmeti veren seyahat acentalarının web siteleri, içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Araştırma yöntemine uygun olarak tarama tekniği kullanılmıştır. Veri toplama sürecinde Google arama motoru üzerinden “villa kiralama”, “villa tatili” parametreleri ile web siteleri sıralanmıştır. Seyahat acentalarının satış kanalı olan web sitelerinden ilk dördünde yer alan 674 villa tipi konaklama ünitesi çalışmaya dahil edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda seyahat acentaları web siteleri aracılığı ile tanıtım ve rezervasyonu yapılan tatil amaçlı villa tipi konaklama üniteleri en fazla Güney Ege ve

Batı Akdeniz çevresindeki Kalkan, Fethiye ve Kaş destinasyonlarında konumlandığı tespit edilmiştir. Villalar, denize sıfır, doğa içinde, muhafazakâr turistler için, balayı, jakuzili, lüks, evcil hayvan izinli, kapalı havuzlu, geniş aile ya da gruplar için ve de ısıtmalı havuzlu kategorilerde yer almaktadır. Doğa içinde villa, jakuzili villa, balayı villası, muhafazakâr turistler için villalar, kategoriler arasında ilk dört sırada yer almaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Villa Tipi Konaklama Üniteleri, Villa Kiralama, Konaklama İşletmeleri, Seyahat Acentası, Web Sitesi.

### Abstract

Today, tourism consumers have become increasingly conscious and demanding in terms of the quality and quantity of touristic services. As a result of this awareness and demand, villa-type accommodation units, which are different from traditional accommodation types, have seen an increasing demand in recent years. It can be said that these accommodation units, which are promoted and booked on digital platforms, are accommodation businesses that are built and decorated in a style suitable for different purposes and rented for a certain period of time.

The main purpose of the research is to categorize the villa-type accommodation units that travel agencies make through their web sales channels for promotion and reservation, and to define and evaluate them through the services they offer. For this purpose, the websites of travel agencies that provide holiday villa rental services have been evaluated using content analysis technique. Scanning model was used in accordance with the research method. While 3287 villa-type accommodation units on the determined travel agency websites formed the universe of the research, 674 of them were included in the study.

As a result of the research, villa type accommodation units, which are promoted and booked through travel agency websites, are mostly located in Kalkan, Fethiye and Kaş destinations around the Southern Aegean and Western Mediterranean. Villas are located on the seafront, in nature, for conservative tourists, honeymoon, jacuzzi, luxury, pet permit, indoor pool, for large families or groups, and heated pool. Villa in nature, villa with jacuzzi, honeymoon villa, villas for conservative tourists are among the top four categories.

**Keywords:** Villa Type Accommodation Units, Villa Rental, Accomodation Bussiness, Travel Agency, Website.

## 1. GİRİŞ

Konaklama turizm, ticaret, din gibi çeşitli sebeplerle seyahat edenler için bazı durumlarda zorunluluktur. Turistler ve ziyaretçiler seyahatleri esnasında dinlenebilecekleri konaklama birimlerine ihtiyaç duyabilirler. Konaklama işletmesi terimi günlük hayatta kullanılan bir terim olsa da turizm açısından tanımı şu şekildedir: tüm ziyaretçi kategorileri için ticari olarak gecelik (Middleton vd., 2009:364), haftalık ya da aylık konaklama sunan kuruluşlardır (Medlik ve Ingram, 2000:4).

Ticari konaklama, ağırlama endüstrisinin en büyük alt dallarından biridir. Oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, hanlar, suitler ticari konaklama işletmeleri türlerinden bazılarıdır (Cooper vd., 2008:343). Medlik ve Ingram (2000:10-13) konaklama işletmeleri türlerini, odaklanılan tüketici gruplarına sunulan hizmet açısından sınıflandırır. Bu sınıflandırma büyük hizmet çeşitliliği ile eğlence ve rekreasyonel faaliyetler sunan resort oteller; iş ve kongre amaçlı seyahat edenler için şehir ve kongre otelleri; havaalanı ve otoyollarda transit seyahat edenler için mola noktası olan transit oteller, genellikle iş için ve uzun süreli konaklamanın gerçekleştiği konut oteller şeklindedir.

Kozak vd.'ne (2014:49) göre turizm amaçlı konaklama işletmeleri otel, motel, tatil köyü, pansiyon, kamping, apart otel, hostel olarak varoluş amaç ve kapsamı doğrultusunda çeşitlilik göstermektedir. Bu tanımlardan yola çıkarak konaklama işletmeleri amaç, kapsam, tür ve hizmet olarak farklılıklar gösteren ve temel ürünü geceleme olan işletmeler olarak değerlendirilebilir.

Kültürel sebepler ve gelenekler nedeniyle her ülke kendi konaklama üniteleri sınıflandırma sistemini kullanabilmektedir. Ancak, Dünya Turizm Örgütü tarafından dikkate alınan turizm konaklama birimlerinin sınıflandırılması için ana kriterlerden bazıları şunlardır;

- Konfor seviyesi (üstün: lüks, 4 ve 5 \*, orta: 3 \*, iddiasız: 1 ve 2 \*),
- Bölgesel konum (mevsimlik, dağlar, kaplıca, kırsal, kentsel, şehir dışı),
- Hizmet standardı, (hizmet sunan, hizmet sunmayan)

- Sunulan olanaklar (eksiksiz, ekonomik, kendi yemeğini yapma) (UNWTO).

Konaklama birimleri sınıflandırmaları ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte Page (2009:266) ve Cooper vd. (2008:343) konaklama işletmelerini;

- Hizmet sunan (serviced),
- Hizmet sunmayan (non-serviced)

kategori altına sınıflandırır. Hizmet sunan konaklama işletmeleri temizlik, yemek, bar, oda servisi vb. çeşitli hizmetleri verir. Bu hizmetler fiyata dahil olabilir ya da herbiri için ücret talep edilir. Hizmet sunmayan işletmeler ise hizmet verenler gibi temel mobilyaları barındırır ve tüketiciler tarafından kiralanır. Villalar, dağ evleri ve kır evleri, hizmet verilmeyen turistik konaklama yerlerine örnektir.

Tüm konaklama işletmesi türleri birbirinden farklı özellik taşısa da sundukları temel ürün tüketicinin beklediği temel faydayı içerir. Konaklama işletmelerinde temel ürün, gecelemedir. Temel ürünün tüketiciye ulaştırılması için gerekli olan tüm fiziksel unsurlar ise somut ürünü oluşturur. Örneğin sadece geceleme beklentisi olan bir tüketici için somut ürün rahat bir yatak, banyo, TV. ve yemek olabilir. Konaklama bir ürün olarak ele alındığında, ürünün soyut unsurları ise genişletilmiş ürünü oluşturur. Bu unsurlar ürüne değer katar, farklılaştırır ve tüketiciye ek faydalar sağlamayı amaçlar. Örneğin personelin iyi eğitilmiş olması, konaklama işletmelerinin şikayetleri iyi değerlendirmesi, marka imajı gibi unsurlar genişletilmiş ürün olarak nitelendirilir (Bowie ve Buttle, 2004: 116-118).

Konaklama işletmelerindeki çeşitlenme, temelde, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğinin sonucunda gerçekleşir (Fernandez ve Serrano, 2004:773). Farklı istek ve beklentileri karşılama noktasında donanım, tema ve hizmet açısından Türkiye'deki konaklama tesisi çeşitliliği fazladır. Bununla birlikte, sınırsız ihtiyaçların bir sonucu olarak yeni bir konaklama ünitesi türünün son yıllarda daha fazla talep gördüğü aşikardır. Bu konaklama birimleri villa tipi konaklama üniteleri olarak adlandırılabilir.

Villa tipi konaklama ünitelerinin sağladığı hizmet çeşitliliği, bu konaklama ünitelerinin niteliklerini de oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmada;

- Villa tipi konaklama ünitelerinin kategorileri nelerdir?

- Villa tipi konaklama ünitelerinin temel, somut ve genişletilmiş ürünleri nelerdir?

sorularına yanıt aranmıştır.

Bu çalışmada villa tipi konaklama ünitelerine dair bir çerçevenin ortaya çıkartılması hedeflenmiştir. Ülkemizde yeni gelişim göstermesi nedeniyle bu konaklama üniteleri kavramsal ve nitelik olarak tanımı henüz Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğinde yer almamaktadır. Kavramsal çerçevenin oluşması, itici bir güç olarak, bu konaklama birimlerinin ilgili kanunda yer almasına da fayda sağlayacaktır.

## 2. VİLLA TİPİ KONAKLAMA ÜNİTELERİ

Villa tipi konaklama üniteleri tüm dünyada yaygın bir şekilde kullanılan ve birçok konaklamaya alternatif olarak gelişen konaklama türüdür. Türkiye’de ve dünyada “tatil villası”, “self catering rentals”, “holiday homes”, “holiday lets”, “cottage holiday” isimleriyle de anılmaktadır. Villa tipi konaklama üniteleri piyasası, villayı kiraya veren sahip/işletmeci, tatil amaçlı villayı kiralayan tüketici, tanıtım ve rezervasyon yapan seyahat acentalarından oluşmaktadır. Seyahat acentaları villa sahip/işletmecileri ile tüketiciyi buluşturur. Çoğu seyahat acentası bu tanıtımı, tüketicinin seçim yapabileceği ve tanıtımın olduğu web siteleri aracılığı ile gerçekleştirir. Web sitelerinde herbir villa tanıtım sayfasında villa ismi, villa resimleri ve videoları, açıklama, kiralama fiyat tablosu, olanaklar tablosu, uygunluk takvimi ve tüketici değerlendirmeleri bulunur. Villa ile tüketiciyi buluşturan bu web siteleri ile alışveriş gerçekleşir ve seyahat acentası bu durumdan kazanç sağlar.

Yapısı ve işleyişi bakımından villa tipi konaklama üniteleri, ikincil konut ya da devre mülklerle benzer görülebilmekte ve bazen karıştırılabilmektedir. Ancak aralarında belirgin farklar bulunmaktadır. İkincil konut, tatil dönemlerinde yararlanılan, kentlerin dışında emlak yatırımı olarak görülen, uzun dönem için sahip olunan, sürekli ikametleri dışında turistik amaçla kullanılan konutlardır (Manisa, 2007:14). Devre mülk tatil sistemi ise konaklama ünitelerinin yılın belirli zamanlarını kapsayan haftaya bölünmesi ve tüketicilere satılması olarak da adlandırılan tatil mülkiyetidir (Sandıkçı ve Alan, 2018:225). Bu bağlamda villa tipi konaklama ünitesi uzun dönem mülkiyetin sahibi olma açısından ikincil konutlardan, kısa dönemli mülkiyetin sahibi olma açısından

devre mülklerden ayrılmaktadır. Yine villa olarak anılan bir diğer konaklama birimi vardır. Bunlar bazı otellerin bünyesinde bulunan özel villalardır. Ancak çalışmaya konu olan villalar otel işletmelerinden bağımsız ve kendi başına bir konaklama işletmesi olan villalardır.

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'te (2005) villa tipi konaklama ünitelerinin varlığı incelendiğinde bu tip işletmelere yakın bir ifadeden bahsedilmektedir. Yönetmelikte Madde 51'de "*villa tipinde inşa edilmiş en az yirmi konaklama birimi ile ortak kullanım alanlarından oluşan, en az 1 yatak odası, oturma odası, banyo, mutfak gibi alanlara sahip, balkon veya teras gibi özel açık alan kullanımları bulunan konaklama birimlerinden oluşan işletme*" butik tatil villalarının tanımıyla karşılaşılmaktadır. Ancak "*en az yirmi konaklama birimine sahip olması*" ibaresi villa tipi konaklama ünitelerini bu tanımın dışında bırakmaktadır. Çünkü bu villa tipi konaklama ünitesi genel olarak müstakil villa yapısından oluşmaktadır. Yine aynı yönetmelik Madde 22'de Pansiyonlar "*yönetimi basit, yemek ihtiyacının idare tarafından sağlanabildiği veya tüketicilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı bulunan, en az beş odalı tesislerdir*" tanımına uymamasına rağmen villa tipi konaklama işletmeleri, pansiyon statüsünde ve belediye belgeli işletmeler olarak işlem görmektedir. Bu durumda söz edilen yönetmelikte villa tipi konaklama ünitelerinin tanımı ve statüsünün olmadığı açıktır.

Tüketicinin yaşam tarzı, beklentileri ve boş zamanını nasıl geçirmek istediği konaklama birimlerini ve hizmetlerini şekillendirmektedir (Altun, 2005:60). Villa tipi konaklama ünitelerinin, tüketicinin tatilde de ev konforunu yaşama isteğini karşıladığı belirtilebilir. Bu konfor imkânı, şehirden uzak, sakin, özel havuzlu, doğanın içinde vb. olma gibi durumlarla da desteklenmektedir. Tüketicilerin geleneksel konaklama işletmelerinden daha konforlu ve hizmetin sadece kendilerine özel olmasına yönelik talepleri prosedürlerden ötürü karşılanamamaktadır (Aykol ve Zengel, 2014:212).

Sunulan hizmet açısından değerlendirildiğinde, otelcilik hizmetlerinden olan yiyecek içecek ve kat hizmetleri, villa tipi konaklama ünitelerinde, zorunlu olarak sunulmamaktadır. Talep edildiğinde kat, servis ve yiyecek içecek hizmetleri ücretli olarak verilmektedir. Bununla birlikte havuz ve bahçe bakım vb. hizmetler zorunlu hizmet olarak sunulmaktadır. Otellerde havuz, bahçe, spor salonu, sauna, jakuzi gibi

ortak kullanım alanları villa tipi konaklama işletmelerinde genel olarak kiralama yapan tüketicilere özeldir. Bir başka tüketicinin kullanımına, tahsis süresince izin verilmez.

Yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda bir değerlendirme yapıldığında villa tipi konaklama ünitesi, sürekli yaşam alanlarının dışında, alternatif olarak, turizm amaçlı konaklamalarda belirli bir süre için kiralanana, kendi yemeğinin yapıldığı, havuz, bahçe, jakuzi gibi alanların kullanımının kiralama yapana özel olduğu, ihtiyaç duyulabilecek mobilya ve genel ekipmanların (mutfak ekipmanları, havlu, ütü, vb.) bulunduğu, coğrafi açıdan çekici destinasyonlarda yer alan, çevreden izole ve konforlu konaklama imkanı sunan, genel olarak bağımsız bir yapıdan oluşan konaklama üniteleri olarak tanımlanabilir.

Türkiye’de turizm amaçlı konaklamalarda, villa tipi konaklama ünitelerinin son yıllarda daha çok tercih edildiği gözlemlenmektedir. 2020 yılı yaz aylarında bu tercih daha da arttığı belirtilebilir. 2020 yılı başlarında tüm dünyaya yayılan COVID-19 pandemi sürecinde, tatil ihtiyacı olan insanların kendilerini kalabalık ortamdan yalıtabilecekleri ve virüse karşı önlem alacakları turizm türlerine (Türker, 2020:219) ve dolayısıyla konaklama türlerine talep artışı olacağı öngörülmüştür.

COVID-19 pandemisinin temeli olan koronavirüsler (COV) soğuk algınlığından, Ortadoğu Solunum Sendromu (MERS-COV) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS-COV) gibi daha ciddi hastalıklara kadar çeşitli hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesidir. Virüs, hasta kişilerin öksürmesi ve aksırması ile ortama saçılan damlacıkların solunması ve solunum parçacıkları ile kirlenmiş yüzeylere dokunulduktan sonra ellerin yıkanmadan yüz, göz, burun ve ağıza temas etmesi ile bulaşmaktadır. Bu bağlamda küresel çapta yayılan ve çok sayıda can alan COVID-19 pandemisinden korunmanın temel ilkeleri arasında izole olmak, kalabalık ortamlarda bulunmaktan kaçınmak, el temizliğine dikkat etmek, insanlarla sosyal mesafeyi korumak, kalabalık ortamlarda maske takmak yer almaktadır (saglik.gov.tr a).

Sağlık Bakanlığı’nın yayınladığı Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberine göre çok sayıda kişinin aynı anda bulunabildiği ortamlar COVID-19 bulaşması açısından risklidir (saglik.gov.tr b). Tüm bu korunma tedbirleri sonucunda insanların kendilerini ve ailelerini virüs bulaşmasından korumak adına tatillerinde daha izole konaklama işletmelerini tercih etmeleri beklenen bir durumdur. Pandemi döneminde, konaklama işletmelerinin bir kısmı temizlik, hijyen ve mesafe kurallarının kontrol altına alınması

ve denetlenmesini içeren Güvenli Turizm Sertifikasyon programını uygulamaktadır. Güvenli Turizm Sertifikasyon programı, yerli ve yabancı ziyaretçilere ulaşımdan, konaklamaya, tesis çalışanlarından yolcuların kendi sağlık durumuna geniş bir yelpazede alınması önerilen tedbirleri tanımlar. Bu sertifika uluslararası akreditasyon kuruluşları tarafından verilmektedir. Belgeyi alan tesisler düzenli aralıklarla hijyen, sağlık ve uygunluk denetimlerine tabi tutulmaktadır (tga.gov.tr).

Villa tipi konaklama ünitelerinin çoğunlukla villayı kiralayan grup ya da aileye özel olduğu gerçeğinden hareketle villa tipi konaklama ünitelerinin, özellikle salgın döneminde, insanların izole ve konaklamaları boyunca neredeyse kimseyle teması olmadığı konaklama ihtiyacını karşıladığı düşünülmektedir. Özellikle pandemi döneminde, web sitelerinin yoğun ilanları, villa kiralama talebini büyütüştür. 2020 yılında Grand View Research araştırma şirketinin, konaklama kiralama piyasası üzerine yaptığı bir araştırmada, konaklama kiralamasını ve pazar büyümesini yönlendiren temel faktörler arasında konfor, düşük maliyet, daha fazla mahremiyet ve konaklamanın evcil hayvan dostu doğasının olduğu belirtilmiştir (GrandViewResearch, 2020).

COVID-19 salgını konaklama endüstrisinin karşılaştığı en büyük zorluklardan biri olmuştur. Ekonomik gerileme, seyahat kısıtlamaları, sosyal mesafe kurallarını da içeren sağlık ve güvenlik önlemleri sektörün hareket kabiliyetini kısıtlamıştır. Pandemi nedeniyle 2020’de Türkiye’de ki şehir otellerinin yarısından fazlası, kıyı otellerinin ise büyük bölümü kapalı tutulmuştur. Geçmiş yıllarda tatil tercihlerinde uygun fiyat ilk tercih nedeni olurken pandemi ile birlikte uygun fiyatın yerini hijyen ve güvenlik almıştır. İnsanların kalabalık yerlerden uzak durma eğilimi kendi araçlarıyla seyahat, küçük ve butik otellerde konaklama tercihini arttırmıştır. Bu dönemde büyük otellerden çok villa kiralama, küçük gruplarla yat kiralama ve karavan gibi konaklama ünitelerine yoğun ilgi oluşmuştur (TÜRSAB, 2020).

### **3. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI, YÖNTEMİ**

Günümüzde tüketiciler, tatilleri için, kendi konaklama birimini araştırma ve bulma eğilimindedir. Bu noktada web siteleri, işletmeler ve tüketiciler için mağaza görevi görmektedir. İnternet üzerinden gerçekleştirilen uçak bileti, otel odası gibi rezervasyonlar turizm işletmelerinde e-pazarlamanın kullanıldığının göstergesidir (Metin, 2015:80). E-pazarlama faaliyetlerinin gerçekleşmesinde web siteleri, elektronik



postalar, arama motorları, çevrimiçi reklamlar gibi birçok araç iletişim sürecinde kullanılır (Özdemir, 2007:892). Tatil villaları ile ilgili görsel ve yazılı bilgiyi tüketiciye ileten seyahat acentası web sitelerinin ürünün tanıtım pazarlanmasındaki rolü oldukça fazladır. Özellikle pandemi döneminde turizm amaçlı konaklamak için villaları incelemek ve rezervasyon yapmanın güvenilir yollarından birinin seyahat acentalarının web siteleri olduğu düşünülebilir.

Araştırmanın amacı tanıtım ve pazarlaması seyahat acentalarının web siteleri üzerinden de yapılan villa tipi konaklama ünitelerini, sundukları hizmetler üzerinden tanımlamak ve değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda veri toplama tekniği olarak tarama tekniği kullanılmıştır. Tarama tekniği, var olanı değiştirmeden var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlar (Karasar, 1998:77). Toplanan verilerin kullanılış şekline göre nicel ya da nitel özellik gösterebilen içerik analizi yöntemine başvurulmuştur. İçerik analizi bu çalışmada nicel bir yöntem olarak kullanılmıştır. İçerik analizi, bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla sistematik, tarafsız ve sayısal olarak yapılan analizdir (Wimmer ve Dominick, 2000:135). Bu yöntem yazılan ve söylenenin kategorileştirilmesi ve ne sıklıkta olduğunun sayısallaştırılması sürecidir (Simon ve Burstein, 1985:193).

Villa tipi konaklama işletmeleri tanıtım ve rezervasyon işlemlerini seyahat acentaları ve onların web siteleri kanalıyla gerçekleştirmektedir. Seyahat acentası işletme belgesi olmayan web sitelerinin de tanıtım faaliyeti yaptığı gözlemlenmiştir. 1618 sayılı Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu'nun 4.Maddesinde "*Türkiye'de seyahat acentalığı faaliyeti göstermek için Bakanlıktan işletme belgesi almak zorunludur...*" şartı vardır. Seyahat acentaları tarafından verilmesi gereken tanıtım ve rezervasyon işlemleri seyahat acentası olmayan kişi ya da kurumlar tarafından gerçekleştirilmesinin hukuki sonuçları ve cezai yaptırımları vardır. Bu haklı nedenle araştırma kapsamında villa tipi konaklama ünitelerinin tanıtım ve rezervasyonunu yapan web siteleri içinde yasal faaliyet gösteren seyahat acentalarının web siteleri araştırmaya dâhil edilmiştir.

Veri toplama sürecinde Google arama motoru üzerinden "villa kiralama", "villa tatili" parametreleri ile web siteleri sıralanmıştır. Arama motorları web sitelerini, içlerinde geçen anahtar kelimeler, ziyaret sıklıkları ve bazı referanslara göre endeksler. Arama yapılan kelimelerle ilişkilendirilen web siteleri sonuç sayfasında yer alır

(Yozkat, 2017:74). Google ve diğer arama motorlarındaki sıralamada en popüler web sitelerinin sonuçları (Dijk, 2016:65) ve reklam veren işletmeler en üst sıralarda yer almaktadır. Bu durum Googlarşi olarak tanımlanır ve kullanıcılar genel olarak arama motorlarında üst sıralardaki sonuçlara tıklar (Castells, 2016:134). Anahtar kelimelerin yazılmasının ardından gerçekleşen sıralama sonucunda villa tipi konaklama ünitesi tanıtımı ve pazarlaması yapan TÜRSAB belgeli seyahat acentaları web siteleri tespit edilmiştir. Her iki parametredeki (“villa kiralama”, “villa tatili”) arama sonucunda en üst sıradaki ilk iki web siteleri araştırmaya dâhil edilmiştir. Bu web siteleri “villasepeti.com”, “tatilvillam.com”, “villaekstra.com”, “hepsivilla.com” dur. Web sitelerinde tanıtımı ve kiralanması gerçekleştirilen her bir tatil villası Villa Betria, Villa Mest, Villa Fer vb. gibi gerçek ismi ile veri formuna kodlanmıştır. Villaların ismiyle kodlanması, farklı seyahat acentalarının web sitelerinde, aynı olabilecek villa verilerinin tekrara düşmesini engellemek için önem taşımaktadır.

Araştırmanın evrenini, sözü edilen 4 web sitesinin portföyünde bulunan 3287 adet villa tipi konaklama ünitesi oluşturmaktadır. Ural ve Kılıç’a (2013:47) göre sosyal bilimlerde evren büyüklüğünün 3500 olması durumunda, örneklemin %95 güven seviyesinde 346 sayısına ulaşması yeterli görülmektedir. Birçok villa araştırma kapsamındaki farklı web sitelerinde aynı isim ve özellikle yer almıştır. Web sitelerinin portföylerinde toplamda 3287 villa olmasına rağmen aslında pazarlaması yapılan 674 adet villadır. Veri tekrarına düşmemek için bir villa için yalnızca bir kez veri girişi gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle örneklem 674 villa tipi konaklama ünitesinden oluşmaktadır ve bu sayı örneklem olarak evreni temsil etmektedir.

Web değerlendirme formu, seyahat acentası web sitelerinde olan ve analizi yapılması öngörülen değişkenlerin tespiti ile oluşturulmuştur. Villa tipi konaklama ünitelerinin rezervasyonlarının yapıldığı web sitelerinde villalarla ilgili destinasyon, kategori ve verilen hizmetler değişkenlerinin olması nedeni ile değerlendirme formu bu değişkenler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Web değerlendirme formuna alanında uzman 3 akademisyen ve 3 seyahat acentası yöneticisinin görüşleri alınarak son şekli verilmiştir. Web değerlendirme formu destinasyon, villa türü ve sunulan hizmetler kategorileri altında 29 değişkeni kapsamaktadır. Ziyaret edilen her bir villa, Villa Daphne, Villa SkySea gibi ismi ile web değerlendirme formuna işlenmiş ardından villanın bulunduğu destinasyon, ait olduğu kategori ve sundukları hizmet gibi 29

değişken “var” “yok” olması durumuna göre forma kodlanmıştır. Veri toplama aşaması villa tipi konaklamaya yoğun ilginin olduğu düşünülen aylardan olan Temmuz (2020) ayında gerçekleştirilmiştir. Web sitelerinin dinamik bir yapısı olması nedeniyle yalnızca Temmuz ayında bir kez ziyaret edilmiştir. Elde edilen bulgular frekans ve yüzde olarak açıklanmıştır.

#### 4. BULGULAR

Araştırmada elde edilen verilerin edinildiği web siteleri, acenta isimleri ve adresleri TÜRSAB dijital doğrulama sayfasından TÜRSAB üyesi oldukları kontrol edilerek Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1: Araştırma Kapsamındaki Seyahat Acentaları Web Siteleri**

Web Sitesi	Seyahat Acentası	Adres
villasepeti.com	Nerostar Travel Turizm	İzmir
tatilvillam.com	Baransel Turizm	Antalya
villaekstra.com	Tarçın Turizm	Muğla
hepsivilla.com	Hepsivilla Turizm	Muğla

Araştırmada elde edilen bulgular ışığında villa tipi konaklama ünitelerinin Güney Ege ve Batı Akdeniz’de sahil şeridinde bulunan destinasyonlarda konumlandığı görülmektedir (Tablo 2). Araştırmadaki toplam villa sayısına (n=674) oranla villaların %56,1’i Kalkan destinasyonunda bulunmaktadır. Bu rakamları %56,1 ile Fethiye, %8 ile villa ile Kaş takip etmektedir. Toplam villa sayısının %0,7’si Bodrum, %2,1’i Dalyan ve yakın bir oranla %2,2’si Marmaris’te bulunmaktadır. Bu durum Marmaris ve Bodrum destinasyonlarında turizm işletmeleri ve yatırımları bakımından nispeten büyük işletmelerin yer alması ile yorumlanabilir. Marmaris ve Bodrum’un villa tipi konaklama ünitesi sıralamasında sonda yer almasının sebebinin destinasyonların kitle turizmine hizmet etmesinden kaynaklandığı ifade edilebilir.

**Tablo 2: Villaların Destinasyon Bazında Dağılımı (n/674)**

BÖLGE	f	%
Kalkan	378	56,1
Fethiye	206	30,6
Kaş	56	8,3
Marmaris	15	2,2
Dalyan	14	2,1
Bodrum	5	0,7
Toplam	674	100

Tablo 3'te villa tipi konaklama üniteleri kategorileri belirtilmiştir. Bu kategoriler, villaların hangi tema ya da konseptte tanıtıldığı ve hizmet verdiğinin göstergesidir. Bununla birlikte bir villa tipi konaklama ünitesinin adı geçen kategorilerden birkaçını kapsayabildiğini söylemek yerinde olacaktır. Örneğin villa ünitesi donanımları ve sunduğu hizmet bakımından balayı, muhafazakâr turistlere yönelik, jakuzili ve lüks kategorilerinin tamamında yer alabilmektedir.

Frekans ve yüzde değerlerinin olduğu Tablo 3'teki veriler ışığında isimlendirilen villa kategorileri şunlardır: “Balayı villaları”, “çocuk havuzlu villalar”, “deniz manzaralı villalar”, “denize yakın villalar”, “doğayla iç içe villalar”, “evcil hayvan izinli villalar”, “geniş aile grupları için villaları”, “ısıtmalı havuzlu villalar”, “kapalı havuzlu villalar”, “jakuzili villalar”, “lüks villalar”, “muhafazakâr villalar”.

Toplam kategori içerisinde villaların %68,1'i doğa ile iç içe villalar kategorisinde, %56,2'si jakuzili villa, %52,5'i balayı villası, yine yakın bir oranla %52,3'ü muhafazakâr turistler için villa kategorisinde yer almaktadır. Villa kategorilerindeki sıralamayı %36,2 ile lüks kategorideki villalar takip ederken, villaların %35,6'sı deniz manzaralı, %30,8'i denize yakın villa kategorisinde yer almaktadır. Denize yakın villalar tam bir standardı olmamasına rağmen 0-200 m arasında denize mesafesi olan konaklama birimleridir. Geniş aileler ve gruplar için hizmet veren villaların toplam kategoriye oranı %27,1'dir. Geniş aile ya da gruplar için olan villaların 18 kişiye kadar yatak kapasitesi olduğu web sayfalarında görülmektedir.

Villa tatilinin vazgeçilmezinden olan havuz konusunda farklı kategorilerin olduğu görülmektedir. Çocuk havuzlu villaların toplama oranı %26,1 ısıtmalı havuzlu villa oranı %20,4 ve kapalı havuzlu villa sayısı ise oranı %17,2'dir. Evcil hayvan kabul eden villa oranı ise sadece %2'dir.

**Tablo 3: Villa Kategorileri Frekans Dağılımı (n/674)**

VİLLA KATEGORİLERİ	f	%
Doğayla İç İçe Villalar	459	68,1
Jakuzili Villalar	379	56,2
Balayı Villaları	354	52,5
Muhafazakâr Turistler için Villalar	353	52,3
Lüks Villalar	244	36,2
Deniz Manzaralı Villalar	240	35,6
Denize Yakın Villalar	208	30,8
Geniş Aile Grupları İçin Villaları	183	27,1

Çocuk Havuzlu Villalar	176	26,1
Isıtmalı Havuzlu Villalar	138	20,4
Kapalı Havuzlu Villalar	116	17,2
Evcil Hayvan İzinli Villalar	14	2,0

Destinasyonların tercih edilmesinde villa kategorilerinin etkili olabileceği varsayımından yola çıkarak hazırlanan Tablo 4'te destinasyonlarda kümelenen villa kategorileri yer almaktadır. Bu bağlamda Tablo 4 incelendiğinde Kalkan destinasyonunda daha çok jakuzili, balayı, muhafazakar turistler için villalar; Kaş destinasyonunda daha çok deniz manzaralı, denize yakın, muhafazakar turistler için villalar; Fethiye destinasyonunda daha çok jakuzili, balayı, muhafazakar turistler için villalar; Marmaris destinasyonunda daha çok muhafazakar turistler için villalar, balayı, lüks villalar; Dalyan destinasyonunda çocuk havuzlu villalar, denize yakın villalar, muhafazakar turistler için villalar; Bodrum destinasyonunda muhafazakar turistler için, balayı villa kategorileri ile ön plandadır.

**Tablo 4: Villa Kategorilerinin Destinasyonlardaki Frekans Dağılımı (n/674)**

		Muhafazakar turistler için	Balayı Villaları	Lüks Villalar	Jakuzili Villalar	Denize Yakın Villalar	Deniz Manzaralı Villalar	Geniş Aile Grupları İçin	Çocuk Havuzlu Villalar	Isıtmalı Havuzlu Villalar	Evcil Hayvan İzinli	Kapalı Havuzlu Villalar
Kalkan (n=378)	f	251	254	161	281	123	200	121	120	111	2	108
	%	66,4	67,2	42,5	74,3	32,5	52,9	32	31,7	29,3	0,5	28,5
Kaş (n=56)	f	19	16	10	18	23	23	18	5	-	3	-
	%	33,9	28,5	17,8	32,14	41	41	32,1	8,9	-	5,3	-
Fethiye (n=206)	f	69	74	66	75	57	13	43	43	27	9	8
	%	33,5	35,9	32	36,4	27,6	6,3	20,8	20,8	13,1	4,3	3,8
Marmaris (n=15)	f	7	6	6	5	4	4	1	1	-	-	-
	%	46,6	40	40	33,3	26,6	26,6	6,6	6,6	-	-	-
Dalyan (n=14)	f	3	-	-	-	4	-	-	7	-	-	-
	%	21,4	-	-	-	28,5	-	-	50	-	-	-
Bodrum (n=5)	f	4	4	1	-	1	-	-	-	-	-	-
	%	80	80	20	20	-	-	-	-	-	-	-

Tablo 5’te villa tipi konaklama üniteleri donanımlarının frekans ve yüzde değerleri yer almaktadır. Bulguları değerlendirmeden önce bir villanın tabloda adı geçen donanımlardan birkaçını kapsadığını söylemek yerinde olacaktır. Tablo 5’teki veriler ışığında 674 villanın donanımlarının en başında %98,2’si ebeveyn banyosu, %97,9’u villaya özel havuz, %87,9’unun internet bağlantısının olması gelmektedir. Tüketicilerin talepleri doğrultusunda şekillendiği düşünülen bu donanımları %28,4 ile şömine ve %23,8 ile çocuk havuzu takip etmektedir. Villalar büyük oranda bağımsız yapı olmakla birlikte %10,9’u site içerisinde. Villaları %6,2’sinde sauna, %2,2’sinde ise hamam bulunmaktadır. En son sıralarda ise 4 villa bebek yataklı ve 3 villa mama sandalyelidir. Bu durumda bebekli ailelerin çok fazla villa tipi konaklama tercih etmediği sonucuna ulaşılabilir. Yine web sayfalarında nadiren karşılaşılan araçla gidilebilen, sinema odası, masa tenisi, salıncak, tuzlu su havuzu, muslukta özel arıtma cihazı, milkshake, buz, filtre kahve, dondurma makinesi, netflix aboneliği gibi donanımlar ve seçeneklerin olduğu görülmektedir.

**Tablo 5 Villaların Donanımı Frekans Dağılımı (n/674)**

DONANIM	f	%
Ebeveyn Banyosu	662	98,2
Özel Havuzlu	660	97,9
İnternet Bağlantısı	593	87,9
Şömine	192	28,4
Çocuk Havuzu	161	23,8
Site İçinde	74	10,9
Sauna	42	6,2
Güvenlik	39	5,7
Hamam	15	2,2
Bebek Yatağı	4	0,5
Mama Sandalyesi	3	0,4

Bulgulara ek olarak villa tipi konaklama ünitesi web sayfalarında genel olarak görülen ifadeler şunlardır;

- Online rezervasyonlarda kiralama şartları ve sözleşmesi yapılmaktadır.
- Villalara girişte tüketici, işletmeye depozito ödemekte ve hasar olmadığı sürece bu ücret konuya çıkışta geri iade edilmektedir.
- Villalara girişlerde mutlaka KBS’ye (kimlik bildirim sistemi) tüketicilerle ilgili bildirimler yapılmaktadır.

- Villa konumu ve iç düzeni ile ilgili detaylı bilgilendirme yapılmaktadır. Fotoğraf, video, Google map konumu ile villa tanıtılmaktadır.
- Villaların market, restoran, toplu taşıma, deniz, havaalanı gibi merkezi noktalara olan uzaklığı mesafe cetveli ile gösterilmektedir.
- Farklı aylarda farklı fiyatlandırma tabloları ve villaların müsaitlik durumunu gösteren rezervasyon takvimi sunulmaktadır.
- Elektrik, su, gaz, internet gibi fiyata dahil olan ve yeni temizlik, çarşaf, havlu, havuz ısıtması gibi konularda bilgilendirme yapılmaktadır.
- Araç kiralama, çocuk bakım hizmeti, günlük aşçılık hizmeti, balayı için özel süsleme, özel güvenlik gibi sunulan extra hizmetlerle alakalı detaylı bilgi verilmektedir.
- Tüketici yorumu ve puanı gösterilmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Villa tipi konaklama ünitesi, sürekli yaşam alanlarının dışında, bir otele alternatif olarak, turizm amaçlı konaklamalarda belirli bir süre için kiralanan, kendi yemeğinin yapıldığı, havuz, bahçe, jakuzi gibi alanların kullanımının kiralama yapana özel olduğu, ihtiyaç duyulabilecek mobilya ve genel ekipmanların (mutfak ekipmanları, havlu, ütü, vb.) bulunduğu, coğrafi açıdan çekici destinasyonlarda yer alan, çevreden izole ve konforlu konaklama imkanı sunan, genel olarak bağımsız bir yapıdan oluşan konaklama üniteleri olarak tanımlanabilir.

Son zamanlarda giderek artan villada tatil talebi nedeniyle, bu hizmeti veren villa tipi konaklama üniteleri ile ilgili tanıtım ve haberlerine, web siteleri, sosyal medya ve basında sıkça rastlanılmaktadır. COVID-19 pandemi döneminde zorunlu olan pandemiden korunma tedbirleri daha izole, temassız ve kişiye özel tatilin tercih edilmesine sebep olmuştur. Bu anlamda villa tipi konaklama ünitelerinin bu amaca uygun olarak tercih edileceğine yönelik öngörüler vardır (TURSAB, 2020; Grandviewresearch, 2020). Villada tatilin tanıtım ve rezervasyonunu yapan seyahat acentaları, tüketiciye daha kolaylıkla ulaşabilmek için web sitelerinde villaları tüm özellikleriyle tanıtılmaktadır. Çalışmada villa tipi konaklama üniteleri web sayfaları üzerinden değerlendirilmiş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Türkiye’de villa tipi konaklama üniteleri ağırlıklı olarak Güney Ege ve Batı Akdeniz çevresindeki sahil destinasyonlarında konumlanmaktadır. Kalkan, Fethiye ve Kaş en çok villa tipi konaklama ünitesinin bulunduğu destinasyonlar olmasından dolayı tüketicilerin villa tatilini deniz ile bütünleştirdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Villalar denize sıfır, doğa içinde, muhafazakâr turistler için, balayı, jakuzili, lüks, evcil hayvan izinli, kapalı havuzlu, geniş aile ya da gruplar için, ısıtmalı havuzlu kategorilerde yer almaktadır. Doğa içinde villa, jakuzili villa, balayı villası, muhafazakâr turistler için villalar, kategoriler arasında ilk dört sırada yer almaktadır. Bu konaklama türünü tercih edenlerin daha çok şahsi araçları ile seyahat eden turistler olduğu varsayılırsa villa tipi konaklama tesislerinin kıyı bandına çok yakın olma zorunluluğu olmadığı görülür. Tesislerin bu özelliği kıyı şeridinde yoğunlaşmış turizm hareketliliğini iç kesimlere doğru çekme etkisi yaratacaktır.

Ev konforunda, şehrin karmaşasından uzak ve rahatlamayı amaçlayan tüketiciler için doğa içinde villalar ön plandadır. Bu anlamda seyahat acentalarının villa tatilindeki hedef kitlesi öncelikle büyük şehirlerde yaşayanlar olmalıdır. Şehirde yaşayan zihnen ve bedenen yorgun tüketicilerin doğa ile baş başa kalma motivasyonu villaların yapılaşmadan uzak, doğa içinde inşa edilmesini sağlamıştır. Yatay bir yapılaşma gerektiren villa tipi konaklama türüne talep arttığında doğaya zarar vermeden talebin karşılanabilmesi için taşıma kapasitesinin göz önünde bulundurulması yerinde olacaktır. Ancak bu tür konaklama tesislerine olan talebin daha çok kişiye özel ve yalıtılmış hizmet talebi olduğu göz önünde bulundurularak inşa edilecek villaların site içerisinde olmaması gerektiği düşünülmektedir.

Jakuzili villaların neredeyse her bir villada bahçe ya da yatak odasında tüketicilerin kullanımına hazır olduğu web tanıtımlarında vurgulanmaktadır. Bu bağlamda jakuzinin villa donanımında önemli bir özellik olduğu ve villa tercihinde önemli bir unsur olduğu düşünülmektedir. Balayı villaları ise daha çok iki kişi için tasarlanmış ve konunun villaya girişinde yatak düzenlemesi, çiçek ya da meyve tabağı gibi jestleri içeren villalardır. Muhafazakâr turistler için villa ise inançları ya da aile yapısına bağlı olarak otel kalabalığından, farklı kültürlerle iç içe olma zorunluluğundan uzak, rahat ve korunaklı tatil yapmak isteyen tüketiciler için tasarlanan villalardır. Bu tarz villalar ahşap perde ve ağaçla korunaklı teras, bahçe ve havuzları ile dışarıdan kimsenin göremeyeceği biçimde tasarlanmıştır. Bu bağlamda villa tipi konaklama



türünün, resort otellerin aksine konaklama hizmetinin kişiselleştirilmesine çok büyük olanaklar tanıdığını ifade etmek mümkündür. Bu nedenle seyahat işletmelerinin bu tesisleri pazarlarken “kişiyeye özel dekorasyon ve hizmet” vurgusu yapmaları yerinde bir strateji olacaktır.

Ancak araştırmaya dahil edilen konaklama işletmelerinin sadece on dört tanesinde evcil hayvan bulundurmaya müsaade edildiği görülmektedir. Bu sonuç kişiyeye özel hizmet anlayışı ile bağdaştırılamamıştır. Evcil hayvan bulundurmaya müsaade eden konaklama tesislerinin sayısının artırılmasının bu niş pazara hitap etmek açısından önemli sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir.

Villa tipi konaklama ünitelerine sundukları donanımlar açısından bakıldığında ise ebeveyn banyosu, özel havuz, internet bağlantısı en fazla kullanılan donanımlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda, villa tipi konaklama ünitesi yatırımı ya da işletmesi yapacak olan sektör temsilcilerine, bu çalışmadaki mevcut durum analizini inceleyip planlama yapmaları, hangi destinasyonda, hangi kategoride villa eksikliği ya da fazlalığı olduğu, iç ve dış donanım gereksinimlerinin neler olduğu konularında çalışmadan faydalanılması önerilmektedir. Araştırma bulgularının villa tipi konaklama tesisi yatırımı yapacak girişimcilere yol gösterici bir rolü olacağı düşünülmektedir.

Literatürde villa tip konaklama üniteleri üzerine yapılmış benzer bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma konusunun özgün olması nedeniyle bu çalışmanın ileride aynı konudaki yeni çalışmalara yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda villa tipi konaklama ünitelerine tüketici penceresinden bakmanın önemli bir araştırma konusu olacağı düşünülmektedir. İleride, turistlerin villa tipi konaklama tesislerini tercih nedenleri, bu tesislerden beklentileri ve şikayetlerini belirlemeye yönelik yapılacak çalışmaların literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Altun, S. (2005). Turizm Mimarlığında Değişim ve Temalı Oteller. *Mimarist*, 17, 60-67.

Aykol, E. ve Zengel, R. (2014). 21. Yüzyılda Yeni Nesil Konaklama Yapıları: Butik Otel Yaklaşımı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25 (2), 211-225.

Bowie, D., and Buttle, F. (2004). *Hospitality Marketing-An Introduction*. Elsevier Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.

Castells, M. (2016). İletişim Gücü, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., and Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice*. Essex: Pearson Prentice Hall.

Dijk, J.V. (2016). Ağ Toplumu, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Fernandez, L. M.C. and Serrano, A.M. (2004). Is The Hotel Classification System A Good Indicator For Quality? An Application in Spain. *Tourism Management*, 25 (6), 771-775.

Grandviewresearch, (2020). Vacation Rental Market Size, Share & Trends Analysis Report By Accommodation Type (Home, Apartments, Resort/Condominium), By Booking Mode (Online, Offline), By Region, And Segment Forecasts, 2020 – 2027 (<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/vacation-rental-market>) Erişim 23.12.2020.

Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm İlkeler Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Manisa, K. (2007). İkincil Konutların Turizm Sektöründe Yeniden Kullanılabilmesine İlişkin Bir Model Önerisi. Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Medlik, S., and Ingram, H. (2000). *The Business Of Hotels* (4<sup>th</sup> ed.). Jordan Hill, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Metin, İ. (2015). E-Pazarlama. *Turizm Pazarlamasında Güncel Yaklaşımlar* (Edt. Burhan Kılıç, Zafer Öter), İstanbul:Beta Yayıncılık.

Middleton T.C., Alan F., Morgan M. R. (2009). *Marketing in Travel And Tourism*. Oxford: Elsevier Ltd.

Özdemir, G. (2007). Destinasyon Pazarlamasında İnternetin Rolü. *Journal of Yasar University*, 2 (8), 889-898.

Page, J.S. (2009). *Tourism Management, Managing For Change*. Oxford: Elsevier Limited.

Sağlık Bakanlığı a, <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-yeni-koronavirus-hastaligi-nedir.html> Erişim 20.08.2020.

Sağlık Bakanlığı b, [https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/toplumda-salgin-yonetimi/salgin-yonetimi-ve-calisma-rehberi/COVID-](https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/toplumda-salgin-yonetimi/salgin-yonetimi-ve-calisma-rehberi/COVID-19_SALGIN_YONETIMI_VE_CALISMA_REHBERI.pdf)

19\_SALGIN\_YONETIMI\_VE\_CALISMA\_REHBERI.pdf Erişim 20.08.2020.

Sandıkçı, M. ve Alan, A. (2018). Devre Mülk/Tatil Sisteminde Karşılaşılan Yönetimsel Sorunlar: Afyonkarahisar Örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21, 1, 223-237.

Seyahat Acentaları Ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.1618.pdf>

Simon, J. and Burstein, P. (1995). Basic Research Methods in Social Sciences, New York: Random House.

Turizm Tanıtma ve Geliştirme Ajansı, <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkinda/> Erişim 20.08.2020.

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, <https://www.tga.gov.tr/tr/mevzuatmetin/3.5.20058948.pdf> Erişim 07.08.2020.

TURSAB Dijital Doğrulama, <https://www.tursab.org.tr/tr/ddsv> Erişim 07.08.2020.

TURSAB Duyuru, <https://www.tursab.org.tr/duyurular/villa-daire-vb-konut-nitelikli-tasinmazlarin-turizm-amacli-konaklama-ihtiyaci-icin-kullandirilmesi-faaliyetleri-hakkinda-onemli-duyuru> Erişim 07.08.2020.

TURSAB Rapor, (2020). Covid-19 Surecinde Türkiye ve Dünya Turizmi Değerlendirmesi <https://www.tursab.org.tr/duyurular/covid-19-surecinde-turkiye-ve-dunya-turizmi-degerlendirmesi> Erişim 18.10.2020.

Türker, G.Ö. (2020). Covid-19 Salgını Turizm Sektörünü Nasıl Etkiler? Turizm Akademisyenleri Perspektifinden Bir Değerlendirme. International Journal of Social Sciences and Education Research Online, 6 (2), 207-224.

UNWTO. Hotel Classification Systems. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416646> Erişim 20.12.2020.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, Ankara: Detay Yayıncılık.

Wimmer, D.D. and Dominick, J.R. (2000). Mass Media Research: An Introduction, Belmont: Wadsworth Publishing Company.

Yozkat, S.A. (2017). Arama Motoru Sonuçları Güvenilirliğinin Analizi: Google Örneği. E-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi, 1 (1), 72-81.