

ŞEBEKE İLİŞKİLERİNİN OTEL İŞLETMELERİNE VE DESTİNASYONUN GELİŞMESİNE SAĞLADIĞI YARARLARIN ALGILANMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Dilek Dönmez
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Gökçeada Meslek Yüksekokulu
E-posta: ddonmez@comu.edu.tr

Özet

Bir turizm destinasyonunun gelişmesi ve turizm işletmelerinin başarısı için şebekelerin ve şebeke ilişkilerinin iyi anlaşılması önem arz etmektedir. Bu çalışmada bir destinasyondaki şebeke ilişkilerinin otel işletmelerine ve destinasyonun gelişmesine sağladığı yararların otel işletmeleri tarafından nasıl algılandığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla İstanbul'daki otel işletmelerinden anket yöntemi ile veriler toplanmış ve 92 işletme belgeli otel işletmesi araştırmaya dahil edilmiştir. Elde edilen bulgular İstanbul'daki otel işletmelerinin daha çok özel şebekelere üye olduğunu, şebeke ilişkilerinin otel işletmelerine sağladığı yararların olumlu, şebeke ilişkilerinin destinasyonun gelişmesine sağladığı yararların ise nötr olarak algılandığını ortaya koymuştur. Araştırmadan elde edilen bir başka sonuç ise otel işletmelerinin üye oldukları şebeke türüne ve şebekelere üye olma yılına göre şebeke ilişkilerinin otel işletmelerine sağladığı yararların algılanması farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Şebeke ilişkileri, otel işletmeleri, destinasyon gelişimi, İstanbul

A RESEARCH ON THE PERCEPTION OF THE BENEFITS PROVIDED BY NETWORK RELATIONS TO THE HOTELS AND DEVELOPMENT OF THE DESTINATION

Abstract

It is important to understand the networks and network relations for the development of a touristic destination and success of touristic businesses. This study is aimed to expose the benefits of network relations to hotel businesses and destination development and how it is perceived by hotel businesses in a destination. With this objective in mind, data has been collected through surveys from hotels in İstanbul and 92 hotels have been included in the research. The findings have shown that the hotels in İstanbul are mainly connected to the special networks which their benefits are viewed as positive for the hotels whereas the net working's contributions to the growth of the destination is considered as neutral. Another result which is obtained from the research is that there are differences in the perception of benefits provided by network relations to the hotels according to the membership type and according to the year of becoming a member to the network.

Keywords: Network relations, hotel businesses, destination development, İstanbul