

**Makale Türü/Article Type:** Araştırma Makalesi

## **Türkiye ve İspanya'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin İncelenmesi**

*Investigation of the Websites of 5-Star Hotels in Turkey and Spain*

**Süleyman ŞAHİN<sup>1</sup>**

### **Öz**

İnternet, işletmelere sağladığı yararların yanında nihai tüketicilere ve otel müşterilerine de önemli katkılar sağlamaktadır. Günümüz işletmeleri, müşteri görüşlerini elde etme, müşteriye bilgi verme, ürün tanıtımı ve ürün satışı gibi faaliyetlerde maliyeti düşürmek amacıyla web sitelerinden yararlanmaktadır. Uzun vadeli sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak için, otel işletmeleri de pazarlama faaliyetlerinde web sitelerinden yararlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'deki ve İspanya'daki 5 yıldızlı otellerin web sitelerini inceleyerek, web sitelerinde hangi özelliklere yer verdiklerini ve iki ülke arasında otel işletmelerinin web sitelerinde bulunan özellikler arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Otellerin sahip oldukları farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikler arasında ilişki olup olmadığını saptanması da çalışmanın diğer amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla, araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın verileri, Türkiye ve İspanya'daki 5 yıldızlı toplam 272 otel işletmesine ait web sayfalarının içerikleri incelenerek elde edilmiş ve ilişki katsayıları ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikler arasında çoğunlukla pozitif (doğru yönlü) ilişki (%81) saptanmıştır. İki ülkedeki 5 yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinde bulunan özellikler arasında da çoğunlukla pozitif (doğru yönlü) ilişki (%60) olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** İçerik analizi, Korelasyon, Web siteleri, 5 yıldızlı oteller

### **Abstract**

In addition to the benefits it provides to businesses, the Internet also provides important contributions to end consumers and hotel customers. Today's businesses benefit from websites to reduce costs in activities such as obtaining customer opinions, informing customers, product promotion and product sales. In order to provide long-term sustainable competitive advantage, hotel businesses also use websites in their marketing activities. The aim of this study; The aim is to examine the websites of 5-star hotels in Turkey and Spain, to determine which features they include on their websites and whether there is a relationship between the features on the websites of hotel businesses between the two countries. The other aim of the study is to determine whether there is a relationship between the different business types (horizontal or non-horizontal integration) owned by the hotels and the features found on the websites. For this purpose, content analysis technique was used in the research. The data of the research were obtained by examining the contents of the web pages of 272 5-

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İ.İ.B.F.İşletme Bölümü [suleymansahin@ibu.edu.tr](mailto:suleymansahin@ibu.edu.tr),  
<https://orcid.org/0000-0001-9621-430X>

### **Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as:**

Şahin, S. (2022). Türkiye ve İspanya'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin İncelenmesi. *Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 78-103.

star hotel businesses in Turkey and Spain and analyzed with the correlation coefficients. As a result of the research, mostly positive (direct) correlation (81%) was found between the features found on the websites of different business types (horizontal or non-horizontal integration). It has been determined that there is mostly a positive (direct) relationship (60%) between the features found on the websites of the 5-star hotel businesses in the two countries.

**Keywords:** Content analysis, Correlation, Web sites, 5-star hotels

## 1. Giriş

İnternetin ortaya çıkış amacının iletişimi arttırmak ve bilgi paylaşımını kolaylaştırmak olduğu bilinmektedir. Günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte bilgisayar ve internet kullanımı hayatın vazgeçilmez araçları haline geldiği, kullanım alanları ve kullananların sayısı hızla arttığı görülmektedir.

İnternet, insanların her geçen gün “üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma” isteklerinin artması sonrasında ortaya çıkmış bir teknolojidir. Bu teknoloji yardımıyla insanlar, değişik alanlardaki bilgilere kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedir (Özen, 2003). Özellikle internetin ticari alanda kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, internet yeni bir iletişim kanalı, yeni dağıtım kanalı ve yeni bir medya ortamı olarak işlev görmeye başlamıştır. Bu yapı kendine özgü işleyişi ile yeni bir iş ortamı, yeni bir iş kültürü ve yeni bir kurallar dizini ortaya çıkarmıştır. İnternetin sunmuş olduğu imkanlarla şirket içi ve şirketler arası iletişim ucuzlamış, şimdiye kadar hiç girilmeyen pazarlara ulaşmak son derece kolaylaşmış ve işletmelerin hedeflerine ulaşması sağlanmıştır (Kırcıova, 2005:6). Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, Türkiye ve İspanya’daki 5 yıldızlı otellerin web siteleri incelenecek, web sitelerinde hangi özelliklere yer verdikleri belirlenecektir. Aktürk ve Delen (2020), teknolojinin günlük yaşamın her alanında kendini göstermekte olduğunu, çağımızın vazgeçilmez bir unsuru halinde geldiğini, bilgiye erişim kolaylığı da sağladığını ve günümüzde iletişimden ticarete, bankacılıktan eğitime kadar her alanda aktif bir şekilde kullanıldığını söyler. Ercan (2020)’in ifadesine göre; günümüzde dünya genelinde yaşanan dijital dönüşümün, akıllı mobil telefonların kullanımı ve internet erişiminin yaygınlaşması sayesinde “sosyal medya, akıllı mobil uygulamalar, yapay zekâ, nesnelerin interneti ve büyük veri” gibi yeni teknolojilerin gelişimiyle birlikte önemli boyutlara ulaştığı görülmektedir. Web siteleri ve sosyal medya aracılığıyla kullanıcılar hakkında elde edilen büyük veriler, günümüzde farklı endüstrilerde faaliyet gösteren işletmeler için olduğu gibi turizm işletmeleri için de önem taşımaktadır. Büyük veri kullanılarak geliştirilen akıllı teknolojiler, turizm endüstrisinde önemli bir hizmet destek aracıdır.

Avrupa Birliği’nde düzenli olarak günlük internet kullanan yetişkinlerin oranı yüzde 15 artışla 2020’de yüzde 80’e yükseldi. Bu oran aynı yıl Türkiye’de TÜİK’e göre yüzde 76,5, Eurostat’a göre yüzde 71 oldu (<https://tr.euronews.com>).

Dijital 2021 Raporundaki bazı veriler şöyledir (<https://dijilopedi.com>):

- Dünyadaki internet kullanıcılarının sayısı dünya nüfusunun %59,5’i kadar. Yani 4,66 milyar.
- Tüm dünyada insanlar günlük 6 saat 54 dakikayı internette geçiriyor.
- İnternet erişiminin %92,6’sı telefonlar ile yapılıyor.
- Dünyada en sık kullanılan ilk 3 browser; Chrome, Safari ve Firefox.

- İnternet kullanıcıların çoğu interneti bilgi edinmek için kullanıyor. Oranları ise %63.
- Dünyada 4,2 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı var.
- Son 5 yılda dünyadaki sosyal medya kullanıcı sayısı neredeyse 2 kat arttı. 2019 yılına göre bu sayı %13,2'lik bir artış gösterdi.
- 25-34 yaş aralığı, sosyal medyayı en çok kullanan yaş grubu.
- Kadınlar sosyal medyayı erkeklerden daha az kullanıyor.

We Are Social Digital in 2021 raporuna göre İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiklerinden bazıları şunlardır (<https://dijilopedi.com>):

- 4,66 milyar internet kullanıcısı, dünya nüfusunun %59'u
- 4.20 milyar sosyal medya kullanıcısı, dünya nüfusunun %53'ü
- 5.22 milyar mobil kullanıcısı, dünya nüfusunun %66'sını oluşturmaktadır.

İnternet, sosyal medya ve mobil kullanıcı istatistiklerindeki yıllık büyüme oranları;

- İnternet kullanıcı sayıları %7,3 (317 milyon)
- Sosyal medya kullanıcı sayısı %13,2 (490 milyon)
- Mobil kullanıcı sayısı %1,8 (93 milyon) artış göstermiştir.

## 2. Literatür taraması

Yallop ve Seraphin (2020), turizm endüstrisinde kişiye özel hizmet sunumlarında kullanılan en önemli araçlardan birinin “büyük veri” olduğunu ifade eder. Shafiee ve Ghatari (2016)'ye göre, artan dijitalleşmeyle birlikte dünyadaki veri miktarının hızla arttığını, turizm endüstrisinde akıllı seyahat deneyimlerinin oluşturulmasında önemli fırsatlar sunduğunu ve bu “büyük verinin” turizm endüstrisinde hem hizmet sağlayıcılar hem de tüketiciler için önemli bir araç konumunda olduğunu söyler. Turizm endüstrisinde çevrimiçi ortamda işletmeler ve destinasyonlar hakkında da büyük veriler mevcuttur (Liu, Zou, Liu ve Cheng, 2019). Shang ve You (2019), günümüzde veri analizlerinden elde edilen bilgiler kullanılarak akıllı teknolojilerin geliştirilmesi ve çeşitli alanlarda kullanımı mümkün olduğunu, bu sayede geliştirilen akıllı makinelerin hem fiziki üretimde hem de karar alma ve iş süreçlerinde yenilik oluşturmak için de kullanıldığını görülmekte olduğunu söyler. Li, Hu ve Li (2020), “büyük verilerin” çeşitli çevrimiçi platformlardan elde edilip kullanılması sayesinde oluşturulan “akıllı teknolojiler” ile turizm endüstrisinde talep tahmininin yapılabildiğini ifade eder. Centobelli ve Ndou (2019), bunun müşteri bilgileri yönetiminde kullanıldığını, Iorio, Pandolfo, D'Ambrosio ve Siciliano (2019) ise bu sayede ziyaretçi davranışlarının ve tercihlerinin belirlenmesi mümkün hale geldiğini ifade etmişlerdir.

Bilgi teknolojilerinin kullanımı, rekabet, zaman kazanımı, bilgiyi elde etme ve paylaşma gibi konularda göz kamaştırıcı bir şekilde arttığı görülmektedir. Bilgi teknolojilerinin kullanımında değişik şekillerin var olduğunu söylemek mümkündür. Bunlardan internet, e-posta, e-ticaret, merkezi rezervasyon sistemleri ve web uygulamaları bunlardan bazılarıdır (Aksu ve Tarcan, 2002). İyi bir web sitesi oluşturmak ve reklam vermek; müşteriye, satışı ve rekabet üstünlüğünü garanti etmek anlamına gelmemektedir. Müşterinin web sitesi tercihini etkileyen önemli faktörlerden birisi de web sitesi içeriğidir. Bu nedenle etkili bir web sitesi içeriğinde; online katalog, ürün arama, turistik bilgi, firma bilgisi, üyelik v.b gibi özellikler aranmaktadır (Vrana ve Zafiropolos, 2006). Web sitelerinin taşınması

gereken özellikler belirlenirken sadece işletmelerin veya tasarımcıların istekleri ve stratejileri değil, tüketicilerin de web sitelerinden beklentileri dikkate alınması gerekmektedir (Bayram ve Yaylı, 2009:351). İnternet tanıtım faaliyetlerinin yanında, doğrudan satış, dağıtım ve müşteri ilişkileri, daha etkili ve daha verimli reklam, pazarlama faaliyetlerini kısa sürede ve daha düşük maliyetle gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır (Sarı ve Kozak, 2005:257).

İşletmelerin web sitelerine artan ilgisiyle doğru orantılı olarak akademik çalışmalarda da web siteleri ile ilgili çalışmaların arttığı görülmektedir. Bu çalışmalar; özellikle web sitelerinin işletmeye ve tüketicilere sağlamış olduğu faydalar, web sitelerinin tüketiciler üzerindeki etkisi ve müşteri ilişkileri gibi konuları içerdiği görülmektedir. Örneğin, Welling ve White (2006)'da web sitelerinin işletmeye katkısının başarılı bir şekilde ortaya konup konulmadığını belirlemek ve web sitelerinin işletme performansını ne oranda etkilediğini değerlendirmek için bir çalışma yapmışlardır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, USA, Hong Kong, New Zealand ve Avusturya bölgesinde bulunan 25 işletme yöneticisine web sitelerinin işletmeye katkısı hakkında sorular yöneltilmiştir. Çalışma sonucuna göre; yöneticilerin web sitelerinin performansının ölçülmesini önemsedikleri saptanmıştır. Farklı bir çalışmada ise, Vrana ve Zafiropolos (2006) turizm acentelerinin internet teknolojilerini kullanım oranları ve internet hakkındaki tutumları üzerine bir incelemede bulunmuşlardır. Araştırma, Yunanistan'daki seyahat acentelerine yönelik olarak, e-mail yoluyla anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Toplam 117 anket formunun cevaplanması sağlanmıştır. Analiz sonucunda; küresel pazarlardaki işlemler ve çevrimiçi hizmet veren işletmelerin rekabeti oluşturmada web sitelerini çok önemsemelerine karşın, seyahat acenteleri ve küçük çaptaki işletmelerde internet uygulamalarının sınırlı olduğu ve web sayfalarında statik bilgileri kullandıkları tespit edilmiştir. Adam ve diğerleri (2002) ise Avusturya, Yeni Zelanda ve İngiltere'deki işletmelerin internet ve web sitelerinin kullanımını karşılaştırmak üzere bir araştırma yapmışlardır. Çalışma sonucuna göre, İngiliz firmalarının müşteri ilişkileri yönetiminde interneti, Avustralya firmalarından daha fazla kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca, Avustralya firmalarının İngiltere firmalarına göre daha az karmaşık alanlarda interneti kullandığı görülmüştür. Karaçor (2007) ise yukarıdaki araştırmalardan farklı olarak, Türkiye'de yapmış olduğu bir çalışmada, kültürel farklılığın uluslararası pazarlama kanallarında elektronik teknolojisinin kullanılmasında etkili olmadığını tespit etmiştir. Siddiqui ve diğerleri (2003) online tedarikçilerin web sitelerini incelemişlerdir. Çalışmalarında internet ve web sitesinin tasarımını ayrı birer dağıtım kanalı olarak değerlendirmişlerdir. Waite ve Harrison (2007) araştırmalarında iki amaç belirlemişlerdir: Birincisi; internet arşivini inceleyerek web sitesi gelişimini ortaya koymaktır. İkincisi ise; zaman içerisinde web sitesi sayısını ve etkileşimindeki ilerlemenin görülebilir olduğu varsayımını test etmektir. Araştırma sonucunda web sitelerinin geliştirilmesi ile ilgili anlamlı bilgilerin üretildiği görülmüştür. Baloğlu ve Pekcan (2006), Türkiye'de faaliyet gösteren 139 tane 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesinin web site tasarımları ve internet pazarlama uygulamalarını değerlendirmeye yönelik olarak bir çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucunda; araştırmaya dâhil olan işletmelerin pazarlama konusunda internetten yeteri kadar yararlanmadıkları belirlenmiştir. İnan (2002), işletmelerin internet kullanma amaçlarını ve internet kullanımına etki eden faktörleri belirlemeye çalışmıştır. Nicel araştırma yöntemine dayanan bu çalışmada veriler, e-posta yöntemi ile toplam 113 işletmeden elde edilmiştir. Araştırma

bulgularına göre; işletmelerin büyük bir bölümünün interneti ve web'i "firma ve ürün tanıtımı, müşterilerle iletişim ve satış artırma" amaçlı kullandıkları ortaya konulmuştur. Lourich (2002) ise, son yıllarda internet kullanıcılarının genellikle 25 altı yaş gurubunda yoğunlaştığını belirleyerek, yaşlıların internete bağlanmama nedenini ihtiyaçlarına cevap verecek doğrudan ilgili web sitelerinin olmayışına bağlamıştır. Aynı çalışmada, yaşlıların interneti kullanımını teşvik için, kütüphane görevlilerine bir dizi öneriler sunulmuştur.

### **3. Araştırmanın amaç, kaynak ve metotları**

#### **3.1. Araştırmanın amacı**

Bu çalışmanın amacı; Türkiye ve İspanya'daki 5 yıldızlı otellerin web sitelerini inceleyerek, web sitelerinde hangi özelliklere yer verdiklerini, iki ülke arasında otel işletmelerinin web sitelerinde bulunan özellikler arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Ayrıca, otellerin sahip oldukları farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikleri arasında da ilişki olup olmadığını belirlemektir.

#### **3.2. Araştırmanın kaynakları**

Türkiye Turizm Yatırım Derneğinin yaptığı bir çalışmada, 2019 verilerine göre işletme belgeli 5 yıldızlı otellerin sayısının Türkiye'de 705, İspanya'da 545 olduğu belirtilmektedir (<https://www.gmdergi.com/guncel/dunya-otel-haritasinda-turkiye-12-sirada/>)

Araştırmanın evreni İspanya'daki ve Türkiye'deki 5 yıldızlı otel işletmeleridir. Araştırma evrenine ulaşılır büyüklükte olduğu için ayrıca bir örnekleme yöntemi tercih edilmemiştir. İspanya'daki otel işletmelerinden 136'sına ulaşılmıştır. Türkiye'deki otel işletmeleri ile İspanya'daki otel işletmelerinin web siteleri karşılaştırılacağı için Türkiye'den de 136 tane otel işletmesi seçilmiştir. 5 yıldızlı otel işletmeleri açısından bu sayı çalışma evrenin Türkiye için %19,3'ünü, İspanya için ise %25'ini oluşturmaktadır. Araştırmanın gerçekleştirilmesinde, Türkiye'deki (136) ve İspanya'daki (136) 5 yıldızlı otel işletmesinin web siteleri bulunarak, ölçekte yer alan 45 özelliğin hangilerinin olup hangilerinin olmadığı belirlenmiştir. Araştırmanın verilerinin toplanmasında öncelikle otel işletmelerinin web sitelerinde yer alan rezervasyon yapma, güvenlik v.b ilgili 45 özellik belirlenmiştir. 45 özelliğin belirlenmesinde daha önce yapılmış çalışmalardan da yararlanılmıştır (Karamustafa ve diğ., 2002). Araştırma için bir kodlama cetveli geliştirilmiştir. Kodlama cetvelinin birinci kısmında, otel işletmelerinin türü (yatay veya yatay olmayan bütünleşme), otel türü (tatil köyü, 5 yıldızlı) ve ülke değişkenleri belirlenmiştir. Kodlama cetvelinin ikinci kısmında ise; otel işletmelerin web sitelerinde bulunması gereken özellikler yer almaktadır. Tablo 1'de otel işletmelerin web sitelerinde yer alan özellikler verilmiştir. Web sitelerinde bulunmayan faaliyetler: (2) ve bulunan faaliyetler: (1) olarak kodlanıp SPSS 18.00 paket programında değerlendirilmiştir. Veriler, nominal ölçek ile elde edilmiştir. Bu nedenle, otel işletmelerin türü (yatay veya yatay olmayan bütünleşme), otel türü (tatil köyü, 5 yıldızlı) ve ülke değişkenleri ile ilgili ikili bağımsız gruplar oluşturulmuştur.

Tablo 1'de otel işletmelerin web sitelerinde yer alan özelliklerin, web sitelerinde bulunma sıklıklarına göre yukarıdan aşağıya doğru sıralanmıştır. Otel işletmelerin web sitelerinde **en çok** yer verilen özellikler; Genel elektronik posta, Online rezervasyon sunma olanağı,

Rezervasyon bilgileri, Online rezervasyon ödeme olanağı, Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı şeklindedir. Otel işletmelerin web sitelerinde **en az** yer alan özellikler ise; Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler, Ziyaretçilerin Üye Olması ile ilgili Linkler, Kendi ait web alan isme (URL), İşitsellik ve Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgilerdir.

**Tablo 1.** Otel işletmelerin web sitesinde yer alan özelliklerin sıklığı

	Özellikler	Var	Yok		Özellikler	Var	Yok
1	Genel elektronik posta	269	3	22	İstihdam fırsatları	78	182
2	İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta	132	140	23	İşitsellik	58	213
3	Elektronik posta bülteni	92	178	24	Görsellik	170	102
4	Online forum (oturum)	142	129	24a	Hareketsiz resim	216	56
5	Rezervasyon bilgileri	252	20	24b	Hareketli resim	199	73
6	Online rezervasyon sunma olanağı	255	17	25	Hediye sertifikası	57	213
7	Online rezervasyon ödeme olanağı	223	49	26	Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler	68	203
8	Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı	219	52	28	Sıkça sorulan sorular	107	165
9	Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici bilgiler)	209	58	29	Bağlı kuruluşlara linkler	141	130
10	Kendi ait web alan isme (URL)	57	213	30	Zincire bağlı otellerin listesi	125	144
11	Seyahat ve ulaşım bilgisi	204	68	31	Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)	118	153
12	Yenilikler kısmı	191	81	33	Online bilgi istek formu	154	117
13	Özel promosyonlar	156	114	34	Otel resimleri	213	59
14	Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon	85	183	36	Gerekli Bilgileri İndirme Olanakları	176	94
15	Aile veya Çocuk promosyonu	91	117	37	Yerleşim Haritası	205	65
16	İş seyahati promosyonu	91	178	39	Site İndeksi	155	102
17	Grup promosyonları	80	189	40	Bireysel İletişim İmkânı	143	120
18	Geri-bildirim formu (feedback)	178	94	42	İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar	127	123
19	Sık gelen ziyaretçi programı	84	187	43	Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler	24	247
20	Farklı yabancı dil seçenekleri	214	58	44	Ziyaretçilerin Üye Olması ile ilgili Linkler	31	241
21	Belgeleri kopyalama veya görme olanağı	188	83	45	Şikâyet Linkleri	87	185

#### 4. Araştırmanın metodu

##### 4.1. Verilerin güvenilirliğini ve geçerliliği

İçerik analizi tekniklerinin güvenilirliği büyük ölçüde kodlama işlemine bağlıdır. Bu ise, kodlayıcıların ve kodlama kategorilerinin güvenilirliği ile ilgilidir. Kodlayıcıların güvenilirliği, farklı kodlayıcıların aynı metni, aynı şekilde kodlamalarını veya aynı kodlayıcının aynı metni farklı zamanlarda aynı şekilde kodlamasını gerektirmektedir. Kategorilerin güvenilirliği açık seçik olmalarına bağlıdır. Belirsiz kategoriler güvenilirliği azaltmaktadır (Bilgin, 2006:16). Güvenilirlik için, farklı kodlayıcıların aynı metni, aynı şekilde kodlamaları sağlanmış ve kategorilerin açık seçik olmalarına dikkat edilmiştir. Ayrıca, verilerin güvenilirliğini belirlemek için yapılan güvenilirlik testinde, güvenilirliği azaltan 27-32-35-38-41'inci değişkenler analizden çıkarılmış. Geriye kalan veriler için birey ve sorulara göre önemlilik analizi, veriler iki değerli (dichotomous) olduğundan, Cochran Ki-kare

(Chochran Chi—square) testi ile yapılmış ve sonuç önemli çıkmıştır. Cronbach Alpha değerinin 0,60 bulunması, güvenilirliğin oldukça iyi olduğunu göstermektedir (Akgül-Çevik 2003: 436). Alpha güvenilirlik katsayısı, iki şıklı değişkenlerin güvenilirliğini belirlemede de oldukça başarılıdır (Şencan 2005:56). Geçerlilik için, içerik analizi tekniklerinin olayları/mesajları bozmadan amaca ulaşmayı sağlaması gereklidir (Bilgin, 2006: 17). Bu sebeple, otel web sitelerinde bulunan ifadeler/mesajlar bozulmadan araştırmaya aktarılmış ve analiz yapılmıştır. Ayrıca, geçerlilik için erişilebilecek en üst sınır, güvenilirlik katsayısının karekökü kadardır. Dolayısıyla, geçerlilik değeri  $\sqrt{0,60} = 0,78$  olur. Güvenilirlik, geçerlilik için üst sınır koyabilmekte ise de hiçbir zaman geçerliliği garantileyemez. Bu sebeple, hazırlanan çalışma, bu konu ile ilgili uzman kişilere inceletilerek ve daha önceki yayınlara bakılarak içerik geçerliliği de yapılmıştır (Karasar, 2005:151-152, Karagöz-Çatı-Koçoğlu 2009:10).

## 4.2. İçerik Analizi

Bu çalışmada, içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Web sitelerinin incelenmesine ilişkin çalışmalarda genellikle içerik analizi tekniğinin kullanıldığı görülmektedir (Tahran, 2007: 84). İçerik analizi, bir metindeki değişkenleri ölçmek amacıyla, sistematik tarafsız ve sayısal olarak yapılan analizdir (Bayram ve Yaylı, 2009: 359). İçeriğinin geçerli, güncel ve vermek istediğiniz bilgiye yönelik tam olmalıdır (Burke Aycan 2007:15). İçerik analizinde, mesaj değeri taşıyan her türlü verinin bir amaç doğrultusunda taranması, kategorilere ayrılması, özetlenmesi ve bulguların araştırma amacı doğrultusunda analiz edilmesi ve yorumlanması işlemlerini içeren bilimsel bir araştırma yöntemidir (Şahin Başfıncı 2008: 53). İçerik analizinde başlıca dört analiz tekniği kullanılmaktadır. Bunlar; frekans analizi, kategorisel analiz, değerlendirici analiz, ilişki /olumsallık analizidir (contingency analysis). Bu çalışmada, “ilişki analizi tekniği” kullanılmıştır.

### 4.2.1. İlişki (Olumsuzluk) analizi

İçerik analizinin Osgood (1959) tarafından geliştirilen bir diğer teknik ise, olumsuzluk analizidir (contingency analysis). Olumsuzluk analizinde, mesajdaki tek tek öğeler yerine, öğeler arasındaki ilişkiler incelenir. Osgood’dan önce Baldwin (1942) tarafından denenilen bu teknik, bilgisayarların devreye girmesiyle önem kazanmıştır. Olumsuzluk analizi, basit frekans analizi ile yetinmek istemeyen araştırmacılar tarafından, daha anlamlı bir analiz biçimi olarak görülmüştür. Bu analiz neyin kaç kez görüldüğünü değil, neyin neyle beraber görüldüğünü, çeşitli mesaj öğelerinin hangi ilişki yapısı içinde birlikte bulunduğunu saptamayı amaçlar (Bilgin, 2006: 22). İlişki yapısı ilişki katsayıları ile incelenecektir.

### 4.2.2. İlişki katsayıları

Değişkenler arasındaki ilişki ve ilişkinin derecesi ilişki katsayıları ile belirlenir. İlişkili iki değişkenden biri biliniyorsa, bilinen değişken kullanılarak, diğer değişkenin değerleri belirlenebilir. Çapraz (kontenjans) tablolarda genellikle, bağımsız değişkenler satırları ve bağımlı değişkenler ise sütunları oluşturur. İlişki ölçüleri, daha çok nominal ölçekli değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçer. Fakat verilerde kullanılan ölçek, oranlı (ratio) ölçeğe yaklaştıkça daha güvenilir sonuçlar elde edilir. Farklı kategorilere ayrılmış iki olay arasındaki ilişkinin testi, Ki-kare bağımsızlık testi ile yapılır. Sıfır hipotezi; “Bu iki olay birbirinden

bağımsızdır, birbirlerini etkilememektedirler, ilişkili değildirler” biçiminde iken, alternatif hipotez ise; “Olaylar birbirinden bağımsız değildir” biçimindedir. Eğer tablo 2x2 tipinde ise; uygulanacak testin ne olacağına, beklenen değerlerin büyüklüğüne göre karar verilir.  $e_{ij} \geq 25$  ise; Pearson Ki-kare testi,  $5 \leq e_{ij} < 25$  ise; Yates Ki-kare testi (Continuity Correction),  $e_{ij} < 5$  ise; Fisher’in Kesin Ki-kare testi (Exact Chi square,) kullanılır (Özdamar 2002: 488, Akgül-Çevik 2003 160).

Değişkenler arasında ilişki aranırken, ilk akla gelen Ki-kare testi olmaktadır. Fakat Ki-kare testi ilişkinin olup olmadığını belirlemekle birlikte, yönünü ve büyüklüğünü açıklayamamaktadır. Ki-kare testinin başka dezavantajları da vardır; bir kategoriye ait elde edilen beklenen değer küçük bir sayı ise, Ki-kare’nin kullanımı hatalı sonuç verebilir. Çünkü küçük bir beklenen değer Ki-kare’nin değerini daha fazla büyütür. Yani beklenen değer küçüldükçe Ki-kare büyür. Bu durumda, sıfır hipotezi reddedilir. Bu sebeple Ki-kare testi yaparken, beklenen değerlerin 1’den küçük olmaması ve %20’den fazlasının da beşten küçük olmaması gerekir. Ki-kare bağımsızlık testi, örnek hacminden de bağımsız değildir. Ki-kare kökenli ilişki katsayılarının tamamında, örnek hacminin, test istatistiği üzerindeki etkisi yok edilmiştir. Bu ilişki katsayılarından Fi ( $\Phi$ ) Katsayısı (Phi Coefficient), Pearson’un Kontenjans Katsayısı (Contingency Coefficient) ve Cramer’in V Katsayısı (Cramer’s V) üzerinde durulacaktır. Fi katsayısı, genellikle iki sonuçlu, iki değişken (2x2 boyutlu) arasındaki ilişkinin büyüklüğünü ölçer. 0 ile 1 arasında değerler alır. Katsayısı 0 ise; değişkenler arasında ilişki yok (bağımsız) demektir, 1 ise; değişkenler arasında tam bir ilişki var (bağımlı) demektir (Sheskin, 2004: 534-536, Dytham, 2003: 172, Akgül-Çevik 2003: 166, Altunışık vd. 2006 195-198, Daniel, 1990: 401).

Kontenjans katsayısı, Fi katsayısının IxJ boyutlu tablolardaki iki değişken arasındaki ilişkinin büyüklüğünü ölçen biçimidir. Kontenjans katsayısının 1’e yaklaşması güçlü bir ilişkiyi gösterirken, 0’a yaklaşması da ilişkinin olmadığını (bağımsızlığı) gösterir (Oktay 2003 43, Blaikie, 2003: 98-100, Nakip 2003: 277). Cramer V katsayısı, kontenjans katsayısından farklı olarak, satır ve sütun sayısından bağımsız, IxJ boyutlu iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü ölçer ve 0 ile 1 arasında değerler alır. 0 değeri, ilişkinin olmadığını gösterir. Kare tipi tablodan hesap yapılıyorsa ve ilişkinin derecesini 1 ise, bu durum tam ilişkiyi gösterir (Pett, 1997: 234-235, Bryman-Cramer, 2005: 228).

Ki-kare kökenli ilişki katsayıları kontenjans tablosunun boyutlarına, satır ve sütun toplamlarına karşı hassas ölçülerdir ve yorumlanmalarında ciddi güçlükler bulunmaktadır. Ki-kare kökenli ilişki ölçülerinin dezavantajlarını gidermek için tahmin hatasını azaltmaya dayalı ilişki katsayıları geliştirilmiştir. Bu katsayılardan, Goodman-Kruskal Tau( $\tau$ ) ve Theil’in Belirsizlik Katsayısı (Uncertainty Coefficient) üzerinde durulacaktır. Tau katsayısı, değişkenler arasındaki uyumluluğu ölçer. Tau katsayıları (-1) ile (+1) arasında değişim gösterir. (-1) değeri; negatif tam uyumu, (0) değeri; uyumsuzluğu (bağımsızlığı), (+1) değeri ise; pozitif tam uyumu belirtir (Özdamar 2003: 269-270, Oktay 2003 54, Wholey-Hatry-Newcomer, 2004: 449-450). Belirsizlik katsayısı, simetrik değildir. Bağımsız ve bağımlı değişkenler yer değiştirirse farklı belirsizlik katsayıları elde edilir. Bağımsız değişken bağımlı değişkendeki değişmeyi tam olarak açıklayabiliyorsa belirsizlik katsayısı 1 olur (Öztuna-Elhan-Kurşun 2007: 162, Özdamar 2003:271, Muth, 2006: 445-446, Oktay 2003 54, 59-60).



### 4.3. Araştırmanın hipotezleri

**H<sub>1</sub>:** Farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikler arasında ilişki vardır.

**H<sub>2</sub>:** Farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikler arasında ilişki yoktur.

### 5. Araştırmanın analizi ve bulguları

Elde edilen veriler sonucunda; 272 otel işletmesinin 270 (%99,3) 5 yıldızlı otel 2 tanesi ise (%0,7) tatil köyü olduğu belirlenmiştir. Otel işletmelerin türü kapsamında yatay olarak bütünleşmemiş otel sayısı 54 (%19,9) iken 215 otel işletmesi ise yatay olarak bütünleşmiş olduğu (%79,0) tespit edilmiştir. Analizler %5 anlamlılık düzeyine göre yapılmıştır. Bu sebeple değerlendirmeler, sign değeri 0,05'ten küçükse "ilişki var", sign değeri 0,05'ten büyükse "ilişki yok" biçimindedir. Ayrıca Ki-kare =  $\chi^2$ , Fi =  $\Phi$ , Cramer V =  $V$ , Kontenjans katsayısı =  $CC$ , Goodman-Krusal Tau =  $\mathbf{Tau}$ , Belirsizlik Katsayısı =  $UC$  sembolleri ile gösterilecektir. Analizlerde, beklenen değerlerin %20'den fazlası 5'ten küçük olduğu durumlarda "Ki-kare testi ve Ki-kare kökenli ilişki ölçüleri" kullanılmamıştır.

#### 5.1. Otellerin sahip oldukları farklı işletme türlerine göre (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web hizmetleri arasındaki ilişki

Otellerin sahip oldukları farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web siteleri arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek için analizler yapılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tau = 0,015 ve p=0,043, UC = 0,094 ve p=0,043 testlerinin analizi sonucunda sign değerleri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Genel elektronik posta" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,043, p=0,043). İlişki ölçü değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Tau = 0,015 UC = 0,094).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,392$  ve p=0,000,  $V=0,392$  ve p=0,000,  $CC=0,365$  ve p=0,000, Tau = 0,154 ve p=0,000, UC = 0,121 ve p=0,000).

Yates Ki-kare (Continuity Correction) testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Elektronik posta bülteni" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de orta derecede, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,504$  ve p=0,000,  $V=0,504$  ve p=0,000,  $CC=0,450$  ve p=0,000, Tau = 0,254 ve p=0,000, UC = 0,193 ve p=0,000).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Online forum (oturum)" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortanın üstünde, doğru yönlü

(pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,294$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,294$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,282$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,086$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,380$  ve  $p=0,067$ ).

$\text{Tau}=0,005$  ve  $p=0,250$ ,  $UC=0,008$  ve  $p=0,272$  testlerinin analizi sonucunda sign değerleri  $0,05$ 'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Rezervasyon bilgileri" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,250$ ,  $p=0,272$ ).

$\text{Tau}=0,033$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,051$  ve  $p=0,002$  testlerinin analizi sonucunda sign değerleri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Online rezervasyon sunma olanağı" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ,  $p=0,002$ ). İlişki ölçü değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\text{Tau}=0,033$ ,  $UC=0,051$ ).

Yates Ki-kare (Continuity Correction) testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Online rezervasyon ödeme olanağı" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortaya dereceye yakın, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,494$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,494$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,443$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,244$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,216$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortaya derecede, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,556$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,556$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,486$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,309$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,267$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici bilgiler)" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortaya yakın, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,472$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,472$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,427$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,223$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,186$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Kendi ait web alan isme (URL)" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,044$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,126$  ve  $p=0,040$ ,  $V=0,126$  ve  $p=0,040$ ,  $CC=0,125$  ve  $p=0,040$ ,  $\text{Tau}=0,016$  ve  $p=0,040$ ,  $UC=0,017$  ve  $p=0,029$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Seyahat ve ulaşım bilgisi" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,004$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortaya yakın, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,185$  ve  $p=0,002$ ,  $V=0,185$  ve  $p=0,002$ ,  $CC=0,182$  ve  $p=0,002$ ,  $\text{Tau}=0,034$  ve  $p=0,002$ ,  $UC=0,035$  ve  $p=0,001$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Yenilikler kısmı" ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar

verilmiştir ( $p=0,114$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,106$  ve  $p=0,081$ ,  $V=0,106$  ve  $p=0,081$ ,  $CC=0,106$  ve  $p=0,081$ ,  $\text{Tau}=0,011$  ve  $p=0,081$ ,  $UC=0,010$  ve  $p=0,072$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Özel promosyonlar” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,988$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,010$  ve  $p=0,865$ ,  $V=0,010$  ve  $p=0,865$ ,  $CC=0,010$  ve  $p=0,865$ ,  $\text{Tau}=0,000$  ve  $p=0,865$ ,  $UC=0,000$  ve  $p=0,865$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon” ifadesinin işletme türlerinden **bağımsız** olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de **anlamlı** bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,243$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,243$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,236$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,059$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,055$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri ( $p=0,052$ )  $0,05$ 'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Aile veya Çocuk promosyonu” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız gibi gözükmekte ise de, diğer analizlerin sonuçlarına bakıldığında bağımsızlık olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,129$  ve  $p=0,036$ ,  $V=0,129$  ve  $p=0,036$ ,  $CC=0,127$  ve  $p=0,036$ ,  $\text{Tau}=0,017$  ve  $p=0,036$ ,  $UC=0,014$  ve  $p=0,031$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri ( $p=0,055$ )  $0,05$ 'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “İş seyahati promosyonu” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız gibi gözükmekte ise de diğer analizlerin sonuçlarına bakıldığında bağımsızlık olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,128$  ve  $p=0,038$ ,  $V=0,128$  ve  $p=0,038$ ,  $CC=0,128$  ve  $p=0,038$ ,  $\text{Tau}=0,016$  ve  $p=0,038$ ,  $UC=0,013$  ve  $p=0,032$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Grup promosyonları” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,563$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,046$  ve  $p=0,456$ ,  $V=0,046$  ve  $p=0,456$ ,  $CC=0,046$  ve  $p=0,456$ ,  $\text{Tau}=0,002$  ve  $p=0,457$ ,  $UC=0,002$  ve  $p=0,452$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Geri-bildirim formu (feedback)” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,008$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,173$  ve  $p=0,005$ ,  $V=0,173$  ve  $p=0,005$ ,  $CC=0,170$  ve  $p=0,005$ ,  $\text{Tau}=0,030$  ve  $p=0,005$ ,  $UC=0,025$  ve  $p=0,003$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri  $0,05$ 'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Sık gelen ziyaretçi programı” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,259$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,259$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,251$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,067$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,066$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Farklı yabancı dil seçenekleri” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,027$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,259$  ve  $p=0,016$ ,  $V=0,259$  ve  $p=0,016$ ,  $CC=0,251$  ve  $p=0,016$ ,  $\text{Tau} =0,021$  ve  $p=0,017$ ,  $UC = 0,024$  ve  $p=0,010$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Belgeleri kopyalama veya görme olanağı” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,296$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,296$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,284$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,088$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,093$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “İstihdam fırsatları” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,802$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi =0,026$  ve  $p=0,675$ ,  $V=0,026$  ve  $p=0,675$ ,  $CC=0,026$  ve  $p=0,675$ ,  $\text{Tau} =0,001$  ve  $p=0,676$ ,  $UC = 0,001$  ve  $p=0,677$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İşitsellik” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,012$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,165$  ve  $p=0,007$ ,  $V=0,165$  ve  $p=0,007$ ,  $CC=0,163$  ve  $p=0,007$ ,  $\text{Tau} =0,027$  ve  $p=0,007$ ,  $UC = 0,024$  ve  $p=0,010$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Görsellik” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,006$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,178$  ve  $p=0,004$ ,  $V=0,178$  ve  $p=0,004$ ,  $CC=0,175$  ve  $p=0,004$ ,  $\text{Tau} =0,032$  ve  $p=0,004$ ,  $UC = 0,026$  ve  $p=0,003$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Hareketsiz resim” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,304$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi =0,074$  ve  $p=0,204$ ,  $V=0,074$  ve  $p=0,204$ ,  $CC=0,074$  ve  $p=0,204$ ,  $\text{Tau} =0,005$  ve  $p=0,225$ ,  $UC = 0,006$  ve  $p=0,210$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Hareketli resim” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,295$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi =0,074$  ve  $p=0,223$ ,  $V=0,074$  ve  $p=0,223$ ,  $CC=0,074$  ve  $p=0,223$ ,  $\text{Tau} =0,006$  ve  $p=0,224$ ,  $UC = 0,005$  ve  $p=0,231$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Hediye sertifikası” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,003$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,194$  ve  $p=0,002$ ,  $V=0,194$  ve  $p=0,002$ ,  $CC=0,191$  ve  $p=0,002$ ,  $\text{Tau} =0,038$  ve  $p=0,002$ ,  $UC = 0,045$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir( $p=0,001$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,229$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,229$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,223$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,052$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,058$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Sıkça sorulan sorular” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,294$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,294$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,282$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,086$ ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,074$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Bağlı kuruluşlara linkler” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,335$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,335$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,318$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,112$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,086$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Zincire bağlı otellerin listesi” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,337$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,337$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,319$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,113$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,091$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,333$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,333$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,316$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,111$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,092$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Online bilgi istek formu” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,214$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,214$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,209$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} =0,046$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,035$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Otel resimleri” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,049$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,131$  ve  $p=0,032$ ,  $V=0,131$  ve  $p=0,032$ ,  $CC=0,130$  ve  $p=0,032$ ,  $\text{Tau} =0,017$  ve  $p=0,032$ ,  $UC = 0,018$  ve  $p=0,023$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Gerekli Bilgileri İndirme Olanakları” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,008$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi =0,176$  ve  $p=0,005$ ,  $V=0,176$  ve  $p=0,005$ ,  $CC=0,174$  ve  $p=0,005$ ,  $\text{Tau}=0,031$ ve  $p=0,005$ ,  $UC = 0,024$  ve  $p=0,003$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Yerleşim Haritası” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,002). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,201$  ve p=0,001,  $V=0,201$  ve p=0,001,  $CC=0,197$  ve p=0,001,  $\text{Tau}=0,040$  ve p=0,001,  $UC=0,044$  ve p=0,000).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Site İndeksi” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,001). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,221$  ve p=0,000,  $V=0,221$  ve p=0,000,  $CC=0,216$  ve p=0,000,  $\text{Tau}=0,049$  ve p=0,000,  $UC=0,039$  ve p=0,000).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Bireysel İletişim İmkânı” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,258$  ve p=0,000,  $V=0,258$  ve p=0,000,  $CC=0,250$  ve p=0,000,  $\text{Tau}=0,067$  ve p=0,000,  $UC=0,049$  ve p=0,000).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,030). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,148$  ve p=0,020,  $V=0,148$  ve p=0,020,  $CC=0,146$  ve p=0,020,  $\text{Tau}=0,022$  ve p=0,020,  $UC=0,068$  ve p=0,016).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler” ifadesinin işletme türlerinden **bağımsız olmadığına** karar verilmiştir (p=0,139). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,107$  ve p=0,081,  $V=0,107$  ve p=0,081,  $CC=0,106$  ve p=0,081,  $\text{Tau}=0,011$  ve p=0,081,  $UC=0,017$  ve p=0,100).

$\text{Tau}=0,011$  ve p=0,081,  $UC=0,017$  ve p=0,100 testlerinin analizi sonucunda sign değerleri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “**Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler**” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olduğuna karar verilmiştir (p=0,081, p=0,100).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Ziyaretçilerin Üye Olması ile ilgili Linkler” ifadesinin işletme türlerinden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,324$  ve p=0,000,  $V=0,324$  ve p=0,000,  $CC=0,308$  ve p=0,000,  $\text{Tau}=0,105$  ve p=0,000,  $UC=0,121$  ve p=0,000).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Şikâyet Linkleri” ifadesinin işletme türlerinden **bağımsız olmadığına** karar verilmiştir (p=0,291). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,074$  ve p=0,223,  $V=0,074$  ve p=0,223,  $CC=0,074$  ve p=0,223,  $\text{Tau}=0,006$  ve p=0,224,  $UC=0,004$  ve p=0,228).

**Tablo 2.** Otellerin sahip oldukları farklı işletme türlerine göre web hizmetleri arasındaki ilişki

	Özellikler	sign	Φ	p	V	p	CC	p	UC	p	Tau	p	Uygulanan Test	YORUMLAR *	
1	Genel elektronik posta	<b>0,043</b>							0,094	0,043	0,015	0,043	Tau testi	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
2	İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta	<b>0,000</b>	0,392	0,000	0,392	0,000	0,365	0,000	0,154	0,000	0,121	0,000	Pearson Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
3	Elektronik posta bülteni	<b>0,000</b>	0,504	0,000	0,504	0,000	0,450	0,000	0,254	0,000	0,193	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
4	Online forum (oturum)	<b>0,000</b>	0,294	0,000	0,294	0,000	0,282	0,000	0,086	0,000	0,380	0,067	Pearson Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
5	Rezervasyon bilgileri	<b>0,250</b>							0,005	0,250	0,008	0,272	Tau testi	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
6	Online rezervasyon sunma olanağı	<b>0,000</b>							0,051	0,000	0,033	0,002	Tau testi	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
7	Online rezervasyon ödeme olanağı	<b>0,000</b>	0,494	0,000	0,494	0,000	0,443	0,000	0,244	0,000	0,216	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
8	Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı	<b>0,000</b>	0,556	0,000	0,556	0,000	0,486	0,000	0,309	0,000	0,267	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
9	Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici)	<b>0,000</b>	0,472	0,000	0,472	0,000	0,427	0,000	0,223	0,000	0,186	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
10	Kendi ait web alan isme (URL)	<b>0,044</b>	0,126	0,040	0,126	0,040	0,125	0,040	0,016	0,040	0,017	0,029	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
11	Seyahat ve ulaşım bilgisi	<b>0,004</b>	0,185	0,002	0,185	0,002	0,182	0,002	0,034	0,002	0,035	0,001	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
12	Yenilikler kısmı	<b>0,114</b>	0,106	0,081	0,106	0,081	0,106	0,081	0,011	0,081	0,010	0,072	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
13	Ozel promosyonlar	<b>0,988</b>	0,010	0,865	0,010	0,865	0,010	0,865	0,000	0,865	0,000	0,865	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
14	Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon	<b>0,000</b>	0,243	0,000	0,243	0,000	0,236	0,000	0,059	0,000	0,055	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
15	Aile veya Çocuk promosyonu	<b>0,052</b>	0,129	0,036	0,129	0,036	0,127	0,036	0,017	0,036	0,014	0,031	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
16	İş seyahati promosyonu	<b>0,055</b>	0,128	0,038	0,128	0,038	0,128	0,038	0,016	0,038	0,013	0,032	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
17	Grup promosyonları	<b>0,563</b>	0,046	0,456	0,046	0,456	0,046	0,456	0,002	0,452	0,002	0,457	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
18	Geri-bildirim formu (feedback)	<b>0,008</b>	0,173	0,005	0,173	0,005	0,170	0,005	0,025	0,003	0,030	0,005	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
19	Sık gelen ziyaretçi programı	<b>0,000</b>	0,259	0,000	0,259	0,000	0,251	0,000	0,066	0,000	0,067	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
20	Farklı yabancı dil seçenekleri	<b>0,027</b>	0,259	0,016	0,259	0,016	0,251	0,016	0,024	0,010	0,021	0,017	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
21	Belgeleri kopyalama veya görme olanağı	<b>0,000</b>	0,296	0,000	0,296	0,000	0,284	0,000	0,093	0,000	0,088	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
22	İstihdam fırsatları	<b>0,802</b>	0,026	0,675	0,026	0,675	0,026	0,675	0,001	0,677	0,001	0,676	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
23	İşitsellik	<b>0,012</b>	0,165	0,007	0,165	0,007	0,163	0,007	0,024	0,010	0,027	0,007	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
24	Görsellik	<b>0,006</b>	0,178	0,004	0,178	0,004	0,175	0,004	0,026	0,003	0,032	0,004	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
24a	Hareketsiz resim	<b>0,304</b>	0,074	0,204	0,074	0,204	0,074	0,204	0,006	0,210	0,005	0,225	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
24b	Hareketli resim	<b>0,295</b>	0,074	0,223	0,074	0,223	0,074	0,223	0,005	0,231	0,006	0,224	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
25	Hediye sertifikası	<b>0,003</b>	0,194	0,002	0,194	0,002	0,191	0,002	0,045	0,000	0,038	0,002	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
26	Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler	<b>0,001</b>	0,229	0,000	0,229	0,000	0,223	0,000	0,058	0,000	0,052	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
28	Sıkça sorulan sorular	<b>0,000</b>	0,294	0,000	0,294	0,000	0,282	0,000	0,074	0,000	0,086	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
29	Bağlı kuruluşlara linkler	<b>0,000</b>	0,335	0,000	0,335	0,000	0,318	0,000	0,086	0,000	0,112	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
30	Zincire bağlı otellerin listesi	<b>0,000</b>	0,337	0,000	0,337	0,000	0,319	0,000	0,091	0,000	0,113	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
31	Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)	<b>0,000</b>	0,333	0,000	0,333	0,000	0,316	0,000	0,092	0,000	0,111	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
33	Online bilgi istek formu	<b>0,000</b>	0,214	0,000	0,214	0,000	0,209	0,000	0,035	0,000	0,046	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
34	Otel resimleri	<b>0,049</b>	0,131	0,032	0,131	0,032	0,130	0,032	0,018	0,023	0,017	0,032	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
36	Gerekli Bilgileri İndirme Olanakları	<b>0,008</b>	0,176	0,005	0,176	0,005	0,174	0,005	0,024	0,003	0,031	0,005	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
37	Yerleşim Haritası	<b>0,002</b>	0,201	0,001	0,201	0,001	0,197	0,001	0,044	0,000	0,040	0,001	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
39	Site İndeksi	<b>0,001</b>	0,221	0,000	0,221	0,000	0,216	0,000	0,039	0,000	0,049	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
40	Bireysel İletişim İmkânı	<b>0,000</b>	0,258	0,000	0,258	0,000	0,250	0,000	0,049	0,000	0,067	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
42	İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar	<b>0,030</b>	0,148	0,020	0,148	0,020	0,146	0,020	0,068	0,016	0,022	0,020	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
43	Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler	<b>0,139</b>	0,107	0,081	0,107	0,081	0,106	0,081	0,017	0,100	0,011	0,081	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
44	Ziyaretçilerin Üye Olması ile İlgili Linkler	<b>0,000</b>	0,324	0,000	0,324	0,000	0,308	0,000	0,121	0,000	0,105	0,000	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamlı
45	Şikâyet Linkleri	<b>0,291</b>	0,074	0,223	0,074	0,223	0,074	0,223	0,004	0,228	0,006	0,224	Yates Ki-kare	İ: Bağımsız	D: Anlamsız

(\*) İ= işletme türleri bakımından, Ü=ülkeler bakımından, D=diğer ilişki değerleri bakımından

## 5.2. Ülkelere göre (Türkiye'deki ve İspanya'daki) web hizmetleri arasındaki ilişki

Ülkelerdeki (Türkiye'deki ve İspanya), 5 yıldızlı otellerin web sitelerindeki hizmetler arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek için analizler yapılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tau =0,001 ve p=0,951, UC = 0,010 ve p=0,951 testlerinin analizi sonucunda sign değerleri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Genel elektronik posta” ifadesinin işletme türlerinden **bağımsız olduğuna** karar verilmiştir (p=0,951, p=0,951).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,280$  ve p=0,000,  $V=0,280$  ve p=0,000,  $CC=0,269$  ve p=0,000, Tau =0,078 ve p=0,000, UC = 0,057 ve p=0,000).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Elektronik posta bülteni” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de orta derecede, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,542$  ve p=0,000,  $V=0,542$  ve p=0,000,  $CC=0,476$  ve p=0,000, Tau =0,293 ve p=0,000, UC = 0,251 ve p=0,000).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Online forum (oturum)” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortanın üstünde, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,691$  ve p=0,000,  $V=0,568$  ve p=0,000,  $CC=0,568$  ve p=0,000, Tau =0,477 ve p=0,000, UC = 0,380 ve p=0,000).

Yates Ki-kare (Continuity Correction) testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Rezervasyon bilgileri” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir (p=0,104). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,113$  ve p=0,063,  $V=0,113$  ve p=0,063,  $CC=0,112$  ve p=0,063, Tau =0,013 ve p=0,064, UC = 0,025 ve p=0,060).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Online rezervasyon sunma olanağı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,045). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,137$  ve p=0,024,  $V=0,137$  ve p=0,024,  $CC=0,135$  ve p=0,024, Tau =0,019 ve p=0,024, UC = 0,042 ve p=0,021).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Online rezervasyon ödeme olanağı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir (p=0,000). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,392$  ve p=0,000,  $V=0,392$  ve p=0,000,  $CC=0,365$  ve p=0,000, Tau =0,154 ve p=0,000, UC = 0,186 ve p=0,000).



Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de orta dereceye yakın, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,433$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,433$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,397$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,187$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,224$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici bilgiler)” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortaya dereceye yakın, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,408$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,408$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,378$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,166$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,178$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Kendi ait web alan isme (URL)” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıf da olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,285$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,285$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,274$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,081$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,082$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Seyahat ve ulaşım bilgisi” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de ortaya dereceye yakın, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,408$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,408$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,377$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,166$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,160$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Yenilikler kısmı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,004$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,169$  ve  $p=0,005$ ,  $V=0,169$  ve  $p=0,005$ ,  $CC=0,166$  ve  $p=0,005$ ,  $\text{Tau}=0,029$  ve  $p=0,005$ ,  $UC=0,024$  ve  $p=0,005$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Özel promosyonlar” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,062$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,114$  ve  $p=0,062$ ,  $V=0,114$  ve  $p=0,062$ ,  $CC=0,113$  ve  $p=0,062$ ,  $\text{Tau}=0,013$  ve  $p=0,062$ ,  $UC=0,010$  ve  $p=0,062$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,074$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,109$  ve  $p=0,074$ ,  $V=0,109$  ve  $p=0,074$ ,  $CC=0,109$  ve  $p=0,074$ ,  $\text{Tau}=0,012$  ve  $p=0,074$ ,  $UC=0,010$  ve  $p=0,073$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Aile veya Çocuk promosyonu” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,283$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını

göstermektedir ( $\Phi=0,109$  ve  $p=0,074$ ,  $V=0,109$ ve  $p=0,074$ ,  $CC=0,109$  ve  $p=0,074$ ,  $\text{Tau}=0,004$  ve  $p=0,284$ ,  $UC = 0,003$  ve  $p=0,283$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İş seyahati promosyonu” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,010$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,157$  ve  $p=0,010$ ,  $V=0,157$  ve  $p=0,010$ ,  $CC=0,155$  ve  $p=0,010$ ,  $\text{Tau}=0,025$  ve  $p=0,010$ ,  $UC = 0,019$  ve  $p=0,010$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Grup promosyonları” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,010$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,139$  ve  $p=0,022$ ,  $V=0,139$  ve  $p=0,022$ ,  $CC=0,138$  ve  $p=0,022$ ,  $\text{Tau}=0,025$  ve  $p=0,019$ ,  $UC = 0,019$  ve  $p=0,016$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Geri-bildirim formu (feedback)” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,202$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,077$  ve  $p=0,202$ ,  $V=0,077$  ve  $p=0,202$ ,  $CC=0,077$  ve  $p=0,202$ ,  $\text{Tau}=0,006$  ve  $p=0,203$ ,  $UC = 0,005$  ve  $p=0,202$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Sık gelen ziyaretçi programı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,571$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,034$  ve  $p=0,571$ ,  $V=0,034$  ve  $p=0,571$ ,  $CC=0,034$  ve  $p=0,571$ ,  $\text{Tau}=0,001$  ve  $p=0,572$ ,  $UC = 0,001$  ve  $p=0,571$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Farklı yabancı dil seçenekleri” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,767$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,018$  ve  $p=0,767$ ,  $V=0,018$  ve  $p=0,767$ ,  $CC=0,018$  ve  $p=0,767$ ,  $\text{Tau}=0,000$  ve  $p=0,768$ ,  $UC = 0,000$  ve  $p=0,767$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Belgeleri kopyalama veya görme olanağı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,136$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,091$  ve  $p=0,136$ ,  $V=0,091$  ve  $p=0,136$ ,  $CC=0,091$  ve  $p=0,136$ ,  $\text{Tau}=0,008$  ve  $p=0,768$ ,  $UC = 0,007$  ve  $p=0,767$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İstihdam fırsatları” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,279$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,279$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,269$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,078$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,066$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İşitsellik” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir

ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi = 0,322$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,322$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,306$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} = 0,104$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,106$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Görsellik" ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,210$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi = 0,091$  ve  $p=0,210$ ,  $V=0,091$  ve  $p=0,210$ ,  $CC=0,091$  ve  $p=0,210$ ,  $\text{Tau} = 0,006$  ve  $p=0,211$ ,  $UC = 0,006$  ve  $p=0,210$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Hareketsiz resim" ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,368$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi = 0,091$  ve  $p=0,368$ ,  $V=0,091$  ve  $p=0,368$ ,  $CC=0,091$  ve  $p=0,368$ ,  $\text{Tau} = 0,003$  ve  $p=0,369$ ,  $UC = 0,003$  ve  $p=0,368$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Hareketli resim" ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,681$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi = 0,025$  ve  $p=0,681$ ,  $V=0,025$  ve  $p=0,681$ ,  $CC=0,025$  ve  $p=0,681$ ,  $\text{Tau} = 0,001$  ve  $p=0,682$ ,  $UC = 0,001$  ve  $p=0,681$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Hediye sertifikası" ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,327$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi = 0,060$  ve  $p=0,327$ ,  $V=0,060$  ve  $p=0,327$ ,  $CC=0,060$  ve  $p=0,327$ ,  $\text{Tau} = 0,004$  ve  $p=0,328$ ,  $UC = 0,003$  ve  $p=0,326$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler" ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,001$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi = 0,202$  ve  $p=0,001$ ,  $V=0,202$  ve  $p=0,001$ ,  $CC=0,198$  ve  $p=0,001$ ,  $\text{Tau} = 0,041$  ve  $p=0,001$ ,  $UC = 0,037$  ve  $p=0,001$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki "Sıkça sorulan sorular" ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,001$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi = 0,354$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,354$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,353$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} = 0,125$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,096$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Bağlı kuruluşlara linkler" ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,880$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi = 0,018$  ve  $p=0,763$ ,  $V=0,018$  ve  $p=0,763$ ,  $CC=0,018$  ve  $p=0,763$ ,  $\text{Tau} = 0,000$  ve  $p=0,763$ ,  $UC = 0,000$  ve  $p=0,763$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki "Zincire bağlı otellerin listesi" ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,352$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını

göstermektedir ( $\Phi=0,057$  ve  $p=0,352$ ,  $V=0,057$  ve  $p=0,352$ ,  $CC=0,057$  ve  $p=0,352$ ,  $\text{Tau}=0,003$  ve  $p=0,352$ ,  $UC=0,002$  ve  $p=0,352$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,024$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,137$  ve  $p=0,024$ ,  $V=0,137$  ve  $p=0,024$ ,  $CC=0,136$  ve  $p=0,024$ ,  $\text{Tau}=0,019$  ve  $p=0,024$ ,  $UC=0,014$  ve  $p=0,024$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Online bilgi istek formu” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,024$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,204$  ve  $p=0,001$ ,  $V=0,204$  ve  $p=0,001$ ,  $CC=0,200$  ve  $p=0,001$ ,  $\text{Tau}=0,0042$  ve  $p=0,001$ ,  $UC=0,031$  ve  $p=0,001$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Otel resimleri” ifadesinin ülkelerden bağımsız olduğuna karar verilmiştir ( $p=0,106$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi=0,204$  ve  $p=0,106$ ,  $V=0,204$  ve  $p=0,106$ ,  $CC=0,200$  ve  $p=0,106$ ,  $\text{Tau}=0,010$  ve  $p=0,106$ ,  $UC=0,009$  ve  $p=0,105$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Gerekli Bilgileri İndirme Olanakları” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,004$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,176$  ve  $p=0,004$ ,  $V=0,176$  ve  $p=0,004$ ,  $CC=0,174$  ve  $p=0,004$ ,  $\text{Tau}=0,031$  ve  $p=0,004$ ,  $UC=0,024$  ve  $p=0,004$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Yerleşim Haritası” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,044$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,122$  ve  $p=0,044$ ,  $V=0,122$  ve  $p=0,044$ ,  $CC=0,122$  ve  $p=0,044$ ,  $\text{Tau}=0,015$  ve  $p=0,044$ ,  $UC=0,013$  ve  $p=0,043$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Site İndeksi” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,011$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,159$  ve  $p=0,011$ ,  $V=0,157$  ve  $p=0,011$ ,  $CC=0,157$  ve  $p=0,011$ ,  $\text{Tau}=0,025$  ve  $p=0,011$ ,  $UC=0,019$  ve  $p=0,011$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Bireysel İletişim İmkânı” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi=0,381$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,381$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,356$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau}=0,145$  ve  $p=0,000$ ,  $UC=0,108$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru

yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi = 0,304$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,304$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,291$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} = 0,092$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,068$  ve  $p=0,000$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten büyük çıktığı için web hizmetindeki “Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler” ifadesinin **işletme türlerinden** bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,052$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de anlamlı bir ilişkinin olmadığını göstermektedir ( $\Phi = 0,131$  ve  $p=0,031$ ,  $V=0,131$  ve  $p=0,031$ ,  $CC=0,130$  ve  $p=0,031$ ,  $\text{Tau} = 0,017$  ve  $p=0,031$ ,  $UC = 0,029$  ve  $p=0,029$ ).

Yates Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Ziyaretçilerin Üye Olması ile ilgili Linkler” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,000$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi = 0,289$  ve  $p=0,000$ ,  $V=0,289$  ve  $p=0,000$ ,  $CC=0,278$  ve  $p=0,000$ ,  $\text{Tau} = 0,084$  ve  $p=0,000$ ,  $UC = 0,134$  ve  $p=0,000$ ).

Pearson Ki-kare testinin analizi sonucunda sign değeri 0,05'ten küçük çıktığı için web hizmetindeki “Şikâyet Linkleri” ifadesinin ülkelerden bağımsız olmadığına karar verilmiştir ( $p=0,027$ ). Diğer ilişki ölçülerinin değerleri de zayıfta olsa, doğru yönlü (pozitif) anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir ( $\Phi = 0,134$  ve  $p=0,027$ ,  $V=0,134$  ve  $p=0,027$ ,  $CC=0,133$  ve  $p=0,027$ ,  $\text{Tau} = 0,018$  ve  $p=0,027$ ,  $UC = 0,014$  ve  $p=0,027$ ).

**Tablo 3: Ülkelere Göre (Türkiye’deki ve İspanya’daki) Web Hizmetleri Arasındaki İlişki**

	ÖZELLİKLER	sign	Φ	p	V	p	CC	p	UC	p	Tau	p	Uygulanan Test	YORUMLAR *	
1	Genel elektronik posta	<b>0,951</b>							0,010	0,951	0,001	0,951	Tau testi	İ: Bağımsız	D: Anlamsız
2	İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta	<b>0,000</b>	0,280	0,000	0,280	0,000	0,269	0,000	0,078	0,000	0,057	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
3	Elektronik posta bülteni	<b>0,000</b>	0,542	0,000	0,542	0,000	0,476	0,000	0,293	0,000	0,251	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
4	Online forum (oturum)	<b>0,000</b>	0,691	0,000	0,568	0,000	0,568	0,000	0,477	0,000	0,380	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
5	Rezervasyon bilgileri	<b>0,104</b>	0,113	0,063	0,113	0,063	0,112	0,063	0,013	0,064	0,025	0,060	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
6	Online rezervasyon sunma olanağı	<b>0,045</b>	0,137	0,024	0,137	0,024	0,135	0,024	0,019	0,024	0,042	0,021	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
7	Online rezervasyon ödeme olanağı	<b>0,000</b>	0,392	0,000	0,392	0,000	0,365	0,000	0,154	0,000	0,186	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
8	Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı	<b>0,000</b>	0,433	0,000	0,433	0,000	0,397	0,000	0,187	0,000	0,224	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
9	Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici bilgiler)	<b>0,000</b>	0,408	0,000	0,408	0,000	0,378	0,000	0,166	0,000	0,178	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
10	Kendi ait web alan isme (URL)	<b>0,000</b>	0,285	0,000	0,285	0,000	0,274	0,000	0,081	0,000	0,082	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
11	Seyahat ve ulaşım bilgisi	<b>0,000</b>	0,408	0,000	0,408	0,000	0,377	0,000	0,166	0,000	0,160	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
12	Yenilikler kısmı	<b>0,004</b>	0,169	0,005	0,169	0,005	0,166	0,005	0,029	0,005	0,024	0,005	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
13	Özel promosyonlar	<b>0,062</b>	0,114	0,062	0,114	0,062	0,113	0,062	0,013	0,062	0,010	0,062	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
14	Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon	<b>0,074</b>	0,109	0,074	0,109	0,074	0,109	0,074	0,012	0,074	0,010	0,073	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
15	Aile veya Çocuk promosyonu	<b>0,283</b>	0,109	0,074	0,109	0,074	0,109	0,074	0,004	0,284	0,003	0,283	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
16	İş seyahati promosyonu	<b>0,010</b>	0,157	0,010	0,157	0,010	0,155	0,010	0,025	0,010	0,019	0,010	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
17	Grup promosyonları	<b>0,010</b>	0,139	0,022	0,139	0,022	0,138	0,022	0,025	0,019	0,019	0,019	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
18	Geri-bildirim formu (feedback)	<b>0,202</b>	0,077	0,202	0,077	0,202	0,077	0,202	0,006	0,203	0,005	0,202	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
19	Sık gelen ziyaretçi programı	<b>0,571</b>	0,034	0,571	0,034	0,571	0,034	0,571	0,001	0,572	0,001	0,571	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
20	Farklı yabancı dil seçenekleri	<b>0,767</b>	0,018	0,767	0,018	0,767	0,018	0,767	0,000	0,768	0,000	0,767	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
21	Belgeleri kopyalama veya görme olanağı	<b>0,136</b>	0,091	0,136	0,091	0,136	0,091	0,136	0,008	0,768	0,007	0,767	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
22	İstihdam fırsatları	<b>0,000</b>	0,279	0,000	0,279	0,000	0,269	0,000	0,078	0,000	0,066	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
23	İşitsellik	<b>0,000</b>	0,322	0,000	0,322	0,000	0,306	0,000	0,104	0,000	0,106	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
24	Görsellik	<b>0,210</b>	0,091	0,210	0,091	0,210	0,091	0,210	0,006	0,210	0,006	0,210	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
24a	Hareketsiz resim	<b>0,368</b>	0,091	0,368	0,091	0,368	0,091	0,368	0,003	0,368	0,003	0,368	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
24b	Hareketli resim	<b>0,681</b>	0,025	0,681	0,025	0,681	0,025	0,681	0,001	0,681	0,001	0,681	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
25	Hediye sertifikası	<b>0,327</b>	0,060	0,327	0,060	0,327	0,060	0,327	0,004	0,328	0,003	0,326	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
26	Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler	<b>0,001</b>	0,202	0,001	0,202	0,001	0,198	0,001	0,041	0,001	0,037	0,001	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
28	Sıkça sorulan sorular	<b>0,001</b>	0,354	0,000	0,354	0,000	0,353	0,000	0,125	0,000	0,096	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
29	Bağlı kuruluşlara linkler	<b>0,880</b>	0,018	0,763	0,018	0,763	0,018	0,763	0,000	0,763	0,000	0,763	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
30	Zincire bağlı otellerin listesi	<b>0,352</b>	0,057	0,352	0,057	0,352	0,057	0,352	0,003	0,352	0,002	0,352	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
31	Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)	<b>0,024</b>	0,137	0,024	0,137	0,024	0,136	0,024	0,019	0,024	0,014	0,024	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
33	Online bilgi istek formu	<b>0,024</b>	0,204	0,001	0,204	0,001	0,200	0,001	0,042	0,001	0,031	0,001	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
34	Otel resimleri	<b>0,106</b>	0,204	0,106	0,204	0,106	0,200	0,106	0,010	0,106	0,009	0,105	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımsız	D: Anlamsız
36	Gerekli Bilgilerin İndirme Olanakları	<b>0,004</b>	0,176	0,004	0,176	0,004	0,174	0,004	0,031	0,004	0,024	0,004	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
37	Yerleşim Haritası	<b>0,044</b>	0,122	0,044	0,122	0,044	0,122	0,044	0,015	0,044	0,013	0,043	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
39	Site İndeksi	<b>0,011</b>	0,159	0,011	0,157	0,011	0,157	0,011	0,025	0,011	0,019	0,011	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
40	Bireysel İletişim İmkânı	<b>0,000</b>	0,381	0,000	0,381	0,000	0,356	0,000	0,145	0,000	0,108	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
42	İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar	<b>0,000</b>	0,304	0,000	0,304	0,000	0,291	0,000	0,092	0,000	0,068	0,000	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
43	Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler	<b>0,052</b>	0,131	0,031	0,131	0,031	0,130	0,031	0,017	0,029	0,029	0,031	Yates Ki-kare	İ: Bağımlı	D: Anlamsız
44	Ziyaretçilerin Üye Olması İle İlgili Linkler	<b>0,000</b>	0,289	0,000	0,289	0,000	0,278	0,000	0,084	0,000	0,134	0,000	Yates Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı
45	Şikâyet Linkleri	<b>0,027</b>	0,134	0,027	0,134	0,027	0,133	0,027	0,018	0,027	0,014	0,027	Pearson Ki-kare	Ü: Bağımlı	D: Anlamlı

(\*) İ= işletme türleri bakımından, Ü=ülkeler bakımından, D=diğer ilişki değerleri bakımından

## 6. Tartışma ve sonuç

Bu çalışmada, değişkenler arasında ilişki aranırken Ki-kare testinin eksik yönleri dikkate alınmış ve Ki-kare testinin bu dezavantajını gidermek için veri yapısına uygun bir dizi nominal ilişki katsayıları verilmiştir. Bu ilişki katsayıları ile Türkiye'deki ve İspanya'daki 5 yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinde bulunan özellikler arasında ve otellerin sahip oldukları farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikler arasında ilişki olup olmadığını belirlemeye çalışılmıştır.

“Genel elektronik posta”, “İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta”, “Elektronik posta bülteni”, “Online forum (oturum)”, “Rezervasyon bilgileri”, “Online rezervasyon sunma olanağı”, “Online rezervasyon ödeme olanağı”, “Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı”, “Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici bilgiler)”, “Kendi ait web alan isme (URL)”, “Seyahat ve ulaşım bilgisi”, “Yenilikler kısmı”, “Aile veya Çocuk promosyonu”, “İş seyahati promosyonu”, “Geri-bildirim formu (feedback)”, “Sık gelen ziyaretçi programı”, “Farklı yabancı dil seçenekleri”, “Belgeleri kopyalama veya görme olanağı”, “İşitsellik”, “Görsellik”, “Hareketsiz resim”, “Hareketli resim”, “Hediye sertifikası”, “Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler”, “Sıkça sorulan sorular”, “Bağlı kuruluşlara linkler”, “Zincire bağlı otellerin listesi”, “Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)”, “Online bilgi istek formu”, “Otel resimleri”, “Gerekli Bilgileri İndirme Olanakları”, “Yerleşim Haritası”, “Site İndeksi”, “Bireysel İletişim İmkani”, “İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar”, “Ziyaretçilerin Üye Olması ile ilgili Linkler” ifadeleri açısından, **farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme)** web hizmetleri arasında ilişki olduğu (bağımsız olmadığı) belirlenmiştir. “Rezervasyon bilgileri”, “Özel promosyonlar”, “Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon”, “Grup promosyonları”, “İstihdam fırsatları”, “Hareketsiz resim”, “Hareketli resim”, “Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler”, “Şikâyet Linkleri” ifadeleri açısından, **farklı işletme türlerinin** web hizmetleri arasında ilişki olmadığı (bağımsız olduğu) belirlenmiştir.

“İlgili bölümlere doğrudan elektronik posta”, “Elektronik posta bülteni”, “Online forum (oturum)”, “Online rezervasyon sunma olanağı”, “Online rezervasyon ödeme olanağı”, “Güvenli (şifreli) online rezervasyon ödeme olanağı”, “Güvenlik tavsiyeleri (güvenlik ile ilgili yol gösterici bilgiler)”, “Kendi ait web alan isme (URL)”, “Seyahat ve ulaşım bilgisi”, “Yenilikler kısmı”, “İş seyahati promosyonu”, “Grup promosyonları”, “İstihdam fırsatları”, “İşitsellik”, “Hareketsiz resim”, “Hareketli resim”, “Ortaklara (sahiplere) yönelik bilgiler”, “Sıkça sorulan sorular”, “Bağımsız otellere linkler (bağlantılar)”, “Online bilgi istek formu”, “Gerekli Bilgileri İndirme Olanakları”, “Yerleşim Haritası”, “Site İndeksi”, “Bireysel İletişim İmkani”, “İşletme İle İlgili Haberler ve Planlar”, “Ziyaretçilerin Üye Olması ile ilgili Linkler”, “Şikâyet Linkleri” ifadeleri açısından, **ülkelere göre (Türkiye ve İspanya)** web hizmetleri arasında ilişki olduğu (bağımsız olmadığı) belirlenmiştir. “Genel elektronik posta”, “Rezervasyon bilgileri”, “Özel promosyonlar”, “Yiyecek ve içecek hizmetlerine yönelik promosyon”, “Aile veya Çocuk promosyonu”, “Geri-bildirim formu (feedback)”, “Sık gelen ziyaretçi programı”, “Farklı yabancı dil seçenekleri”, “Belgeleri kopyalama veya görme olanağı”, “Hareketsiz resim”, “Hareketli resim”, “Hediye sertifikası”, “Bağlı kuruluşlara linkler”, “Zincire bağlı otellerin listesi”, “Otel resimleri”, “Ziyaret Sayısını Gösteren Linkler” ifadeleri açısından, **ülkelere göre** web hizmetleri arasında ilişki olmadığı (bağımsız olduğu)

belirlenmiştir. Sonuç olarak, farklı işletme türlerinin (yatay veya yatay olmayan bütünleşme) web sitelerinde bulunan özellikler arasında çoğunlukla pozitif (doğru yönlü) ilişki (%81) olduğu belirlenmiştir. İki ülkedeki otel işletmelerinin web sitelerinde bulunan özellikler arasında da çoğunlukla pozitif (doğru yönlü) ilişki (%60) olduğu belirlenmiştir.

### **Kaynakça**

- Adam, S., Mulye, R., Deans, R. K. ve Palihawadana, D. (2002). E-marketing in Perspective: a Three Country Comparison of Business Use of the Internet. *Marketing Intelligence&Planning*, 20 (4), ss.243-251.
- Akgül A., Çevik O., (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri*. Ankara: Emek Ofset.
- Aksu, A. A. ve Tarcan, E. (2002). The Internet and Five-star Hotels: a Case Study From the Antalya Region in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(2), ss.94-97.
- Aktürk, A. O., A. Delen (2020), Öğretmenlerin Teknoloji Kabul Düzeyleri ile Öz-yeterlik İnançları Arasındaki İlişki. *Bilim, Eğitim, Sanat ve Teknoloji Dergisi*, 4(2), Sayfa 67-80 ISSN: 2630-581X 67
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktarçoğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri”, Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Baloğlu, Ş. ve Pekcan Y.A. (2006). The Website Design and Internet Site Marketing Practices of Upscale and Luxury Hotels in Turkey. *Tourism Management*, 27, ss.171-176.
- Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), ss.347-379.
- Bilgin N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Blaikie N.W. H., (2003). *Analyzing quantitative data*. Sage Publications Inc.
- Bryman A., Cramer D., (2005). *Quantitative data analysis with SPSS 12 and 13.*, Routledge.
- Burke, A., (2007). Eğiticiler İçin Kişisel Gelişim Semineri
- Centobelli, P. ve Ndou, V. (2019). Managing customer knowledge through the use of big data analytics in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(15), 1862- 1882.
- Daniel, W. W., (1990). *Applied Nonparametric Statistics*. Boston: PWS-KENT Publishing Company
- Dytham D., (2003). *Choosing and using statistics: a biologist's guide*. Wiley-Blackwell, 2. Baskı.
- Ercan, F. (2020), Akıllı turizmde büyük veri kullanımı: Sistematik bir derleme. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(32), 5230- 5249. DOI: 10.26466/opus.780017
- Iorio, C., Pandolfo, G., D’Ambrosio, A. ve Siciliano, R. (2019). Mining big data in tourism. *Quality & Quantity*, 54, 1655-1669. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00927-0>.
- Karagöz Y., Çatı K., Koçoğlu C. M., (2009). Cep Telefonu Ve Operatör Tercihinde Etkili Olabilecek Faktörlerin Demografik Özelliklere Bağlı Olarak İrdelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 23.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Laurich, R. (2002). The Platinum Web: Sites Dedicated to Senior Citizens on the Internet. *Collection Building*, 21(4), ss.174-182.



- Li, H., Hu, M. ve Li, G. (2020). Forecasting tourism demand with multisource big data. *Annals of Tourism Research*, 83, 102912.
- Liu, X., Zou, J., Liu, L. ve Cheng, P. (2019). *Research on scenic spots recommendation algorithm based on tourism big data*. 4th International Conference on Mechanical, Control and Computer Engineering (ICMCCE), 25-27 October, Hohhot, Chia, 926-929.
- Muth J. E. D., (2006). *Basic statistics and pharmaceutical statistical applications*. CRC Press Publications.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Oktay, E. (2003). *İlişki ölçüleri*. İstanbul, Aktif Yayınevi
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi 1*. Eskişehir: Kaan Kitabevi
- Özdamar, K. (2003). *SPSS ile Biyoistatistik*. Eskişehir: Kaan Kitabevi
- Öztuna D., Elhan A. H., Kurşun N., (2007). Sağlık Araştırmalarında Kullanılan İlişki Katsayıları. *Türkiye Klinikleri J Med Sci* 2008, 28
- Pett M. A., (1997). *Nonparametric statistics for health care research*. Sage Publications Inc., 2. Baskı.
- Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi. *Akdeniz İ.I.B.F. Dergisi*, (9), ss. 248-257.
- Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A. ve Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287-300
- Shang, C. ve You, F. (2019). Data analytics and machine learning for smart process manufacturing: Recent advances and perspectives in the big data era. *Engineering*, 5, 1010-1016
- Sheskin D., (2004). *Handbook of parametric and nonparametric statistical procedures*. CRC Press, 3. Baskı.
- Siddiqui, N., O'Malley, A., McColl C. J. ve Birtwistle G. (2003). Retailer and Consumer Perceptions of Online Fashion Retailers Web Site Design Issues. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 7 (4), ss.345-355.
- Şahin, B. Ç. (2008). Pazarlama İletişim Medyası Olarak Webortamında İçerik Analizi Yapmanın Güçlükleri ve Olası Çözüm Önerileri. *Yönetim Dergisi*, Yıl: 19, Sayı: 61, Ekim
- Şencan H. (2005). *Güvenilirlik ve Geçerlilik*. Seçkin Yayıncılık, Ankara
- Vrana, V. ve Zafiroopoulos, C. (2006). Tourism Agents Attitudes On Internet Adoption: An Analysis From Greece, Attitudes On Internet Adoption, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7), ss.601-608.
- Yallop, A. ve Seraphin, H. (2020). Big data and analytics in tourism and hospitality: Opportunities and risks. *Journal of Tourism Futures*, Ahead of Print, DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-10-2019-0108>.
- Waite K. ve Harrison T. (2007). Internet Archaeology: Uncovering Pension Sector Web Site Evolution, *Internet, Research*, 17 (2), ss.180-195.

Welling R. ve White, L. (2006). Web Site Performsnce Measurement: Promise and Reality, *Managing Service Quality*, 16(6), ss.654-670.

Wholey J. S., Hatry H. P., Newcomer K. E., (2004). *Handbook of practical program evaluation*. John Wiley and Sons Publications.

www.internetworldstats.com., Erişim Tarihi:02.12.2008

<https://tr.euronews.com/2021/10/11/avrupa-birligi-nde-duzenli-internet-kullan-m-oran-pandemide-yuzde-15-artt-turkiye-de-durum/> Erişim Tarihi: 04/07/2022

<https://recrodigital.com/dijital-2021-raporunda-turkiye-ve-dunyada-internet-ve-sosyal-medya-kullanimi-karsilastirmasi-ocak-2021/> Erişim Tarihi: 04/07/2022).

<https://dijilopedi.com/2021-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri-/> Erişim Tarihi: 04/07/2022