

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2022, 6(4): 162-182

DOI: [10.29226/TR1001.2022.299](https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.299)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Otellerde Yıldız Sisteminin İşlevselliğinin Müşteri Görüşleri Işığında Değerlendirilmesi

Dr. Serkan ÇALIŞKAN, Milli Eğitim Bakanlığı, Beypazarı Mesleki Eğitim Merkezi, e-posta: caliskanserkan@hotmail.com

ORCID ID: [0000-0002-4996-8640](https://orcid.org/0000-0002-4996-8640)

Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: akemalgurbuz@hotmail.com

ORCID ID: [0000-0002-6693-8910](https://orcid.org/0000-0002-6693-8910)

Öz

Araştırmanın temel amacı otellerin sınıflandırılmasında kullanılan yıldız sistemini dikkate alarak kimi tüketicilerin az yıldızlı, kimi tüketicilerin ise çok yıldızlı otelleri tercih etmesindeki temel güdülerin neler olduğunun ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda 2018 yılı Temmuz ayı içerisinde üç ve beş yıldızlı otellerde konaklayan 412 turist ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte ilgili 12 otelin yöneticisi ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Anket uygulamasından elde edilen veriler araştırma amacına uygun istatistiki yöntemler ile test edilmiştir. Yönetici görüşmelerinden elde edilen veriler ayrı ayrı ve anket sonuçları ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda ankete katılan üç ve beş yıldızlı otel müşterilerinin konakladıkları otelin temizlik hijyen, personel ilgi ve nezaketi ile yiyecek hizmeti gibi temel özelliklerinden memnun oldukları tespit edilmiştir. Üç yıldızlı otel müşterilerinin, temel özelliklerin otelden otele değişmeyeceğini düşünmeleri ve tercihlerinin ödeme gücünden bağımsız olarak gerçekleştiği anket sonuçlarından anlaşılmaktadır. Beş yıldızlı otel müşterileri ise yıldız sayısı çok olan otellerde bulunan ilave hizmetlere önem vermekle birlikte temel özelliklerin daha iyi durumda olacağı kanaatinde dirler.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeciliği, Yıldız Sistemi, Beklenti, Tatmin, Müşteri Tercihleri

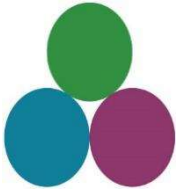
Makale Gönderme Tarihi: 23.5.2022

Makale Kabul Tarihi: 22.6.2022

Önerilen Atıf: Çalışkan, A., Gürbüz, A.K. (2022). Otellerde Yıldız Sisteminin İşlevselliğinin Müşteri Görüşleri Işığında Değerlendirilmesi, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 162-182.

© 2022 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

**Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ danışmanlığında Serkan ÇALIŞKAN tarafından hazırlanan "Otellerde Yıldız Sisteminin İşlevselliğinin Müşteri Görüşleri Işığında Değerlendirilmesi" isimli doktora tezinden türetilmiştir. Çalışmada kullanılan verilerin 2018/2019 yılları içerisinde toplanması sebebiyle etik kurul izni gerekmemiştir.*



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2022, 6(4): 162-182

DOI: [10.29226/TR1001.2022.299](https://doi.org/10.29226/TR1001.2022.299)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

Evaluating the Functionality of the Star Categorization of the Hotels in the Light of Customer Opinions

Dr. Serkan ÇALIŞKAN, Ministry of National Education, Beypazarı Vocational Training Center, e-mail:

caliskanserkan@hotmail.com

ORCID ID: [0000-0002-4996-8640](https://orcid.org/0000-0002-4996-8640)

Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ, Balıkesir University, Tourism Faculty, e-mail:

akemalgurbuz@hotmail.com

ORCID ID: [0000-0002-6693-8910](https://orcid.org/0000-0002-6693-8910)

Abstract

The main purpose of the research is to reveal the basic motives of some consumers for choosing low-star hotels and some consumers choosing multi-star hotels, taking into account the star system used in the classification of hotels. For this purpose, a survey was conducted with 412 tourists staying in three- and five-star hotels in July 2018. In addition, semi-structured interviews were conducted with the managers of 12 hotels. The data obtained from the survey application were tested with statistical methods suitable for the purpose of the research. The data obtained from the manager interviews were interpreted separately and by comparing them with the survey results. As a result of the research, it has been determined that the three and five-star hotel customers participating in the survey are satisfied with the basic features of the hotel they are staying in, such as cleanliness, hygiene, staff interest and courtesy, and food service. It is understood from the survey results that the three-star hotel customers think that the basic features will not change from hotel to hotel and that their preferences are independent of the purchasing power. On the other hand, five-star hotel customers give importance to additional services in hotels with a high number of stars, in addition think that the basic features will be in a better condition.

Keywords: Hotel Management, Star Categorization, Expectation, Satisfaction, Customer Preferences

Received: 23.5.2022

Accepted: 22.6.2022

Suggested Citation: Caliskan, A., Gurbuz, A, K. (2022). Evaluating the Functionality of the Star Categorization of the Hotels in the Light of Customer Opinions, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 6(4), 162-182.

© 2022 Journal of Management, Economic and Marketing Research