



Kış Turizmi Koridoru'ndaki Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Bir Araştırma (Research on the Social Media Uses of Hotel Businesses in the Winter Tourism Corridor)

* Gürkan ALAGÖZ^a , Asiye Nurcihan DERELİ^b 

^a Erzincan Binali Yıldırım University, Tourism and Hotel Management Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Erzincan/Turkey

^b Erzincan Binali Yıldırım University, Tourism and Hotel Management Vocational School, Department of Travel, Tourism and Entertainment Services, Erzincan/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 28.07.2020

Kabul Tarihi: 11.11.2020

Anahtar Kelimeler

Facebook

Sosyal medya

Otel işletmeleri

Kış turizmi koridoru

Öz

En önemli pazarlama araçlarından biri haline gelen sosyal medya araçları turizm işletmeleri ve destinasyonları tarafından ne kadar etkin kullanılırsa o kadar katma değer üretmektedir. Otel işletmelerinin pazarlamasında da sosyal medya kullanımını oldukça önemli bir hal almıştır. Bu araştırma, Kış Turizmi Koridoru'nda bulunan otel işletmelerinin sosyal medya araçlarını kullanım durumunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda 1 Ocak 2019 – 1 Mart 2019 tarihleri arasında Kış Turizmi Koridoru'nda bulunan Erzincan, Erzurum, Kars, Ağrı ve Ardahan illerindeki 3, 4, 5 yıldızlı otel işletmelerinin Facebook kullanımları doküman incelemesi yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Toplam 49 otel üzerinden yapılan araştırma sonucunda 29 otelin Facebook hesabı olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda 5 yıldızlı otellerin 3 yıldızlı oteller ile benzer Facebook kullanım alışkanlığına sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın en önemli sonucu ise otellerin Facebook'u yeterince aktif kullanmadıklarıdır.

Keywords

Facebook

Social media

Hotel businesses

Winter tourism corridor

Abstract

Social media tools, which have become one of the most important marketing tools, produce more added value the more effectively they are used by tourism enterprises and destinations. The use of social media in hotel marketing has also become very important. The aim of this research is to determine the social media use rate of hotel enterprises in the winter tourism corridor. Within this scope, Facebook uses of 3, 4, 5 star hotels in Erzincan, Erzurum, Kars, Ağrı and Ardahan in the Winter Tourism Corridor between January 1, 2019 and March 1, 2019 were examined by document review. Content analysis method was used to analyze the data obtained. As a result of the research conducted on 49 hotels, it was found that there were 29 hotels with Facebook account. The results of the research showed that 5 star hotels have almost the same usage rate of Facebook with 3 star hotels. Moreover, the most important result of the research is that the hotels do not use Facebook actively.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: galagoz@erzincan.edu.tr (G. Alagöz)

DOI: 10.21325/jotags.2020.739