



Yazılım Bilişim Sistemleri Yetkilileri Perspektifinden Otellerde Dijital Pazarlama** (Digital Marketing in Hotels from the Perspective of Software Information Systems Authorities)

* Murat YURTLU ^a , Çağrı SAÇLI ^b 

^a Iskenderun Technical University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Hatay/Turkey

^b Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Mersin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 12.07.2021

Kabul Tarihi: 06.08.2021

Anahtar Kelimeler

Turizmde bulut tabanlı sistemler

Otel kanal yöneticisi

Rezervasyon modülü

Otel yönetim sistemi (PMS)

Öz

Turizm pazarlamasında geleneksel pazarlama araçlarının yerini teknolojik yazılımlar almaktadır. Bununla birlikte teknolojiyle dönüşen ve giderek şeffaflaşmak zorunda olan turizm pazarlamasında pazar payından yararlanan paydaşlar her geçen gün artmaktadır. Oluşan rekabet ortamına bağlı olarak turizm pazarının yapısı giderek karmaşıklaşan bir yapıya bürünmüştür. Bu araştırmanın amacı ülkemizde turizmde faaliyet gösteren online yazılım firmalarının güncel hizmetleri, uygulamaları ve geleceğe yönelik projeleri hakkında turizm pazarlamasının otelcilik sektöründeki online pazarlama ürünlerinin kullanım etkinliğini, işleyişini ve geleceğe yönelik uygulamalarını saptamaktır. Bu nedenle araştırma kapsamında EMITT turizm fuarına katılan 12 online yazılım şirketi yöneticisiyle görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler neticesinde elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analiz programı desteğiyle içerik analizi yapılarak kodlanmış ve yorumlanmıştır. Elde edilen verilere göre bir ana tema, beş kategori (tema) ve on dört alt tema ortaya çıkmıştır. Araştırmanın sonuçları otelcilik sektöründeki pazarlama stratejileri açısından online bilişim yazılım uygulamalarının güncel durumunu sunmaktadır. Bu sebeple hem akademik hem de sektörel bazda önem taşımaktadır.

Keywords

Cloud based systems in tourism

Hotel channel manager

Booking engine

Property management system

Abstract

Technological softwares replace traditional marketing tools in tourism marketing. In addition to this, the stakeholders benefiting from the market share in tourism marketing, which is transformed with technology and has to become increasingly transparent, is increasing day by day. Due to the competitive environment, the structure of the tourism market has become increasingly complex. The aim of this research is to determine the effectiveness, functioning and future applications of online marketing products in the hotel industry in tourism sector about the current services, applications and future projects of online software companies operating in tourism in Turkey. For this reason, interviews were conducted with 12 online software company managers who participated in EMITT tourism fair. The data obtained as a result of the interviews were coded and interpreted through content analysis with the support of the MAXQDA qualitative data analysis program. According to the data obtained, a main theme, five categories (themes) and fourteen sub-themes emerged. The results of the research provide the current status of online information technologies software applications in terms of marketing strategies in the hospitality sector. For this reason, it is important both on academic and sectoral basis.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: murat.yurtlu@iste.edu.tr (M. Yurtlu)

DOI: 10.21325/jotags.2021.879

**Bu araştırma ikinci yazar Çağrı SAÇLI danışmanlığında birinci yazar Murat YURTLU tarafından İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yürütülen “Türk Otelcilik Sektörüne Yönelik Online Pazarlama Yazılımlarının Mevcut Durumlarının Belirlenmesi: Yazılım Şirketleri Üzerine Nitel Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.