



## Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: [www.jrtr.org](http://www.jrtr.org)

ISSN:2148-5321

### SEYAHAT İŞLETMELERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ PAZARLAMA KARARLARINA ETKİSİ

Gökhan GENÇ<sup>a</sup>

Burhanettin ZENGİN<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, Turkey (gencgokhan91@gmail.com)

<sup>b</sup>Sakarya Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, Turkey (bzengin@sakarya.edu.tr)

#### ARTICLE HISTORY

**Received:**

31.03.2017

**Accepted:**

10.04.2017

**Anahtar Kelimeler:**

Pazarlama Kararları,  
Sosyal Medya,  
Seyahat İşletmeleri,  
Sakarya

**Keywords:**

Marketing Decisions,  
Social Media,  
Travel Agencies,  
Sakarya

#### ÖZ

Günümüz yoğun rekabet şartlarında işletmelerin sektörde tutunabilmeleri adına, gerçekleştirmeleri gereken en önemli pazarlama faaliyetlerinden biri olan sosyal medya pazarlaması, gelişen teknoloji ile birlikte gündelik hayatın her geçen gün vazgeçilmez bir unsuru haline gelmektedir. Özellikle çağın trendlerinin belirlendiği sosyal medya mecrası, işletmeler için pazarlama adına büyük bir fırsat olarak karşımızda durmaktadır. Sosyal medyayı aktif olarak kullanan ve pazarlama stratejilerinde de bu kanaldan yararlanan işletmeler, rekabet yarışında büyük bir avantaj elde etmiş olacaktırlar. Bu çalışmanın ana amacı Sakarya’da faaliyet gösteren seyahat işletmelerinin sosyal medya kullanım düzeylerini belirleyip, sosyal medyanın pazarlama kararlarında ne derece etkili olduğunu tespit edebilmektir. Nitel bir araştırma olarak planlanan bu çalışmada veriler, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Seyahat işletmelerindeki ağırlıklı yönetici ve personelle görüşülerek veriler elde edilmiş, istatistiki analizlere tabi tutularak elde edilen sonuçlara çerçevesinde, sektöre, işletmelere ve araştırmacılara öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

#### ABSTRACT

Social media marketing which is one of the most important marketing activities that must be carried out in order to keep enterprises in the sector in today's intense competition conditions, is becoming an indispensable element of daily life with developing technology. Especially the social media channel stands with a great opportunity for the marketing of the companies. Businesses that actively use social media and benefit from this channel in marketing strategies will have a great advantage in competition. The aim of this study is to identify the use of social media by the travel agencies and the effectiveness of social media in marketing decisions. In the research, the data is obtained from the qualitative research methods by using semi-structured interview technique. The data were obtained by interviewing with the weighted managers and personnel of the travel agencies and statistical analyzes were performed to try to bring suggestions to the results obtained in the framework of the sector, businesses and researchers.