



## Journal of Recreation and Tourism Research

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

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.12

### OTEL İŞLETMELERİNDE İÇSEL PAZARLAMA UYGULAMALARINA YÖNELİK BİR BETİMLEME

Neslihan KAN SÖNMEZ<sup>a</sup> 

Necdet HACIOĞLU<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Harran Üniversitesi, Birecik Meslek Yüksekokulu, Şanlıurfa, Türkiye (neslihankan@harran.edu.tr)

<sup>b</sup> İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi ve İdari Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, Türkiye (nhacioglu@gelisim.edu.tr)

#### ARTICLE HISTORY

##### **Received:**

10.01.2019

##### **Accepted:**

09.03.2019

##### **Anahtar Kelimeler:**

İçsel pazarlama  
Turizm  
Otel işletmeleri  
Antalya

##### **Keywords:**

Internal marketing  
Tourism  
Hotel enterprises  
Antalya

#### ÖZ

Betimsel bir nitelik taşıyan bu araştırmanın amacı, otel işletmelerinin gelişim, ödül ve vizyon boyutlarından oluşan içsel pazarlama uygulamalarına yönelik çalışanların görüşlerini ortaya koymaktır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, Antalya'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanlarından oluşmakta olup, örneklem grubunu 53 (elli üç) adet 5 yıldızlı otel işletmesinin 862 çalışanı içermektedir. Verilerin analizinde frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma gibi betimsel istatistiklerin yanı sıra t testi, varyans analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, gelişim boyutuna ilişkin çalışan görüşlerinin, vizyon ve ödül boyutlarına göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, çalışanların içsel pazarlama uygulamalarının boyutları olan gelişim, ödül ve vizyon boyutlarına ilişkin görüşlerinin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir.

#### ABSTRACT

The aim of this research, which has a descriptive nature, is to reveal the opinions of the employees about the internal marketing practices of development, reward and vision dimensions in the hotel enterprises. The questionnaire was used as the data collection technique. The universe of the research consists of the employees of the five star hotels operating in Antalya. The sample group of the study included 862 employees of 53 (fifty-three) 5-star hotels. In the analysis of data, t test and variance analysis were used as well as descriptive statistics such as frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation. As a result of the research, it has been determined that the employees' views on the development dimension are more positive than the vision and reward dimensions. In addition, it was determined that the opinions of employees about the dimensions of internal marketing practices, development, reward and vision dimensions differed significantly according to their demographic characteristics.

\**Sorumlu Yazar:* Neslihan KAN SÖNMEZ

*E posta:* neslihankan@harran.edu.tr