

TÜRKİYE'DEKİ HAVAYOLU FİRMALARININ WEB SİTELERİNİN PAZARLAMA İLETİŞİMİ FAALİYETLERİ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Özge Mutlu ¹

Eylin Babacan ²

Burcu Agce ³

Günümüzün en önemli iletişim araçlarından biri haline gelen internet, hedef kitle ile kurumu bir araya getiren ve kurumların hedef kitlelerine en etkin şekilde ulaşabilecekleri bir iletişim ortamı oluşturmaktadır. Rekabet koşullarının giderek ağırlaştığı pazar ortamında kurumların internet ortamlarını etkin şekilde kullanmaları ve bu ortamlarda pazarlama iletişimi faaliyetlerini yürütmeleri önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki havayolu firmalarının (Anadolu Jet, Atlas Jet, Bora Jet, Onur Air, Pegasus Havayolları, Sun Expres, Türk Hava Yolları) web sitelerini analiz ederek, pazarlama iletişimi faaliyetleri açısından etkin şekilde kullanılıp kullanılmadıklarını ortaya koymaktır. Web sitesi analizi Gibson ve arkadaşlarının (2001) puanlama sistemi esas alınarak yürütülmüştür. Araştırma kapsamında Türkiye'deki havayolu firmalarının (Anadolu Jet, Atlas Jet, Bora Jet, Onur Air, Pegasus Havayolları, Sun Expres, Türk Hava Yolları) web siteleri bir ay süresince takip edilmiş, fonksiyonlar (bilgi akışı, haberleşme ağı, katılım, kampanya) ve sunum (görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik, görülebilir link sayısı) başlıkları altında puanlandırılmıştır. İncelenen tüm havayolu firmalarının web sitelerinden elde edilen veriler karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

1. Özge Mutlu, Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ABD ozge_mutlu@anadolu.edu.tr
2. Eylin Babacan, Araştırma Görevlisi Dr., Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik YO Seyahat İşletmeciliği Bölümü ebabacan@mu.edu.tr
3. Burcu Agce, Yüksek Lisans Öğrencisi, Ege Üniversitesi, İletişim Araştırmaları ABD burcuagce@hotmail.com