



Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Yönetiminde Sosyal Medyanın Rolü: Ankara’da Bir Örgütsel Performans Değerlendirmesi (The Role of Social Media in the Management of Food and Beverage Businesses: An Organizational Performance Evaluation in Ankara)

* Şafak Yüksel VURAL^a , Samet Can AKSU^b , Ercan YAVUZ^c 

^a Beykoz University, Faculty of Art and Design, Department of Gastronomy and Culinary Arts, İstanbul/Türkiye

^b Ordu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ordu/Türkiye

^c Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Ankara/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 25.07.2024

Kabul Tarihi: 27.09.2024

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya

Yiyecek ve içecek

İşletmeleri

Örgütsel performans

Müşteri ilişkileri yönetimi

Öz

Bu araştırma, Ankara’da faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinin sosyal medya kullanımını ve bunun işletme performansı üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bu çalışmada, amaçlı örnekleme yoluyla seçilen işletme yöneticileri ile veri doyumu sağlanana kadar yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve nitel bir araştırma metodolojisi kullanılmıştır. Nihai olarak görüşmeler 12 işletme yöneticisiyle yapılmıştır. Toplanan veriler MAXQDA 24 yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, işletmelerin sosyal medyayı pazarlama, tanıtım, müşteri ilişkileri yönetimi ve rekabet analizi gibi çeşitli amaçlarla kullandığını ortaya koymaktadır. Sosyal medya, işletmelerin geniş bir müşteri kitlesine ulaşmasını ve marka bilinirliğini artırmasını sağlamaktadır. İşletme sahipleri ve yöneticileri, sosyal medyanın geniş kitlelere ulaşma ve düşük maliyetli pazarlama imkânı sağlaması nedeniyle sosyal medya kullanımını genellikle olumlu değerlendirmektedir. Ancak, bazı yöneticiler sosyal medyanın etkisiz olabileceğini ve birebir etkileşimin daha önemli olduğunu vurgulamaktadır. Sosyal medyanın, işletmelerin müşteri geri bildirimlerine hızlı tepki vermesini ve hizmet kalitesini artırmasını sağladığı gözlemlenmiştir. İşletmeler, sosyal medyayı aktif kullanarak müşteri geri bildirimlerini değerlendirmekte ve bu geri bildirimler doğrultusunda menü ve hizmetlerde iyileştirmeler yapmaktadır. Bu durum, işletmelerin performansını artırmakta ve operasyonel iyileştirmeler yapmalarına yardımcı olmaktadır. Elde edilen bulgular çalışmada yer alan Kullanımlar ve Doyumlar (K&D) Teorisi’ni destekler niteliktedir.

Keywords

Social media

Food and beverage businesses

Organizational performance

Customer relationship management

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

This study examines the use of social media by food and beverage businesses operating in Ankara and its impact on business performance. In this study, semi-structured in-depth interviews were conducted with business managers selected through purposive sampling until data saturation was reached, utilizing a qualitative research methodology. Ultimately, interviews were conducted with 12 business managers. The data obtained were analyzed using MAXQDA 24 software. The research findings reveal that businesses use social media for various purposes, including marketing, promotion, customer relationship management, and competitive analysis. Social media enables businesses to reach a wide customer base and increase brand awareness. Business owners and managers generally evaluate the use of social media positively due to its ability to reach large audiences and provide low-cost marketing opportunities. However, some managers emphasize that social media may be ineffective and that face-to-face interaction is more important. It has been determined that social media allows businesses to respond quickly to customer feedback and improve service quality. Businesses actively use social media to evaluate customer feedback and make improvements to their menus and services based on this feedback. This enhances business performance and helps achieve operational improvements. The findings obtained support the Uses and Gratifications (U&G) Theory presented in the study.

* Sorumlu Yazar

E-posta: safakyukselvural@gmail.com (Ş. Y. Vural)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1485