

PAPER DETAILS

TITLE: TURİZM İŞLETMELERİNDE MISAFİR MEMNUNİYETİ YÖNETİM ARACI OLARAK MISAFİR SIKÂİYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

AUTHORS: Nilgün TUZCU

PAGES: 174-195

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3254659>

TURİZM İşLETMELERİNDE MİSAFİR MEMNUNİYETİ YÖNETİM ARACI OLARAK MİSAFİR şİKÂyetLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Guest Complaints as a Guest Satisfaction Management Tool in Tourism Businesses

Dr. Nilgün TUZCU

nilguntuzcu@hotmail.com

Orcid ID: 0000-0002-2815-0559

Öz

Turizm sektöründe misafir geri bildirimleri, yöneticilerin eksik oldukları alanları veya konuları belirleyerek gelecekte tekrarlanabilecek muhtemel şikâyetlerin önüne geçilmesi, misafir memnuniyetinin sağlanması, artırılması, misafirlerin tekrar ziyaret etme davranışında bulunmaları ve yeni misafirler kazanmaları açısından yol gösterici olmaktadır. Buradan hareketle bu araştırmada, küresel boyutta faaliyet gösteren ve önemli turizm merkezlerinden biri olan Antalya Belek bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı zincir bir otel işletmesinde misafirler tarafından yüz yüze yapılan şikâyetlerin departmanlara ve temalara göre sınıflandırılması amaçlanmıştır. Araştırmada Otelpuan.com ve Tripadvisor.com web siteleri tarafından ödöl alan en iyi otellerden biri seçilmiş ve misafir şikâyeti raporlarından yararlanılarak içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde NVivo 10 programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, misafir şikâyetlerinin “Bilgi İşlem, Bahçe, Diğer/Acente, Eğlence/Animasyon, Yiyecek & İçecek, Mutfak, Ön Büro, Golf Kulübü, Misafir İlişkileri, Güvenlik, Kat Hizmetleri, Kalite Yönetimi, Spa, Teknik Servis, Yönetim, Genel” olmak üzere 16 departman odağında yapıldığı görölmüştür. Ayrıca misafirlerin en çok sırasıyla “Genel, Kat Hizmetleri, Yiyecek & İçecek ve Mutfak (F&B), Teknik Servis” departmanlarından kaynaklı olumsuzluklardan şikâyetçi oldukları belirlenmiştir. Bu hususta araştırmacılara, akademisyenlere ve profesyonel yaşamdaki uygulayıcılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Otel İşletmeleri, Misafir şikâyetleri, Misafir şikâyet Raporları, Misafir Memnuniyeti

Abstract

In the tourism sector, guest feedback provides guidance in terms of preventing possible complaints that may be repeated in the future by identifying areas or issues where managers are deficient, ensuring and increasing guest satisfaction, ensuring that guests visit again and gaining new guests. From this point of view, this study aims to classify the complaints made face-to-face by the guests according to departments and themes in a five-star chain hotel operating in Antalya Belek region, which operates globally and is one of the important tourism centers. In the research, one of the best hotels awarded by Otelpuan.com and Tripadvisor.com websites was selected and

content analysis was conducted using guest complaint reports. NVivo 10 program was used to analyze the data obtained. As a result of the research, it was seen that guest complaints were made in 16 departments, namely "IT, Garden, Other/Agency, Entertainment/Animation, Food & Beverage, Kitchen, Front Office, Golf Club, Guest Relations, Security, Housekeeping, Quality Management, Spa, Technical Service, Management, General". In addition, it was determined that the guests complained most about the negativities arising from the "General, Housekeeping, Food & Beverage and Kitchen (F&B), Technical Service" departments, respectively. In this regard, suggestions were made to researchers, academicians and practitioners in professional life.

Key words: Hotel Businesses, Guest Complaints, Guest Complaint Reports, Guest Satisfaction

Giriş

Turizm sektöründeki gelişmeler veya başarısızlıklar yalnızca işletmeleri değil genel ekonomik düzeyi de etkilemektedir (Ünal, 2019:562). Artan rekabet koşulları ve bilinçli tüketiciler karşısında işletmeler müşterilerini memnun etmeyi amaçlamakta ve kendilerini müşterilerinin şikâyetlerini dinlemeye adanmışlardır. Çünkü şikâyet davranışı gösteren müşterileri 'problem yaratıcısı' olarak nitelendirmek, problemlerini görmezden gelmek ve sorun çözme girişiminde başarısız olmak günümüz rekabetçi hizmet sektöründe oldukça önemli kayıplara yol açabilmektedir. Bu anlamda şikâyetlerin dikkate alınması ve bu sorunların giderilmesi hizmet işletmeleri için hayati bir önem taşımaktadır (Ekiz vd., 2011:1).

Misafir şikâyetleri, misafirlerin deneyimledikleri ürün ve hizmet sonucu beklentilerinin karşılanmaması olarak ifade edilebilir. Bir diğer ifade ile şikâyet, misafirlerin bir ürün veya hizmete ilişkin tatminsizliklerini kendi menfaatlerine çevirmek, yaşadıkları hayal kırıklığı karşısında hissettikleri duygu durumunu açıklamak ve tatminsizliğe sebep olan işletmenin işini zorlaştırmaya yönelik dile getirilen tepkiler olarak tanımlanabilir (Gürkan ve Polat, 2014:46). Otel işletmelerindeki misafir şikâyetleri sıradan hizmet anlayışı, misafiri değerli hissettirmeme, çözüme yönelik stratejiler geliştirmeme, misafiri uzun süre bekletme, misafire anında cevap vermeme, hatalı ürün kullanımı, uygun olmayan prosedürler, yetersiz veya kötü organize edilmiş kaynaklar, çalışanların nezaketsiz davranışlarından kaynaklanabilmektedir (Tantawy ve Losekoot, 2014:22).

Otel işletmeleri, dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen misafirleri memnun edebilmek için ellerinden gelen en iyi çabayı sarf etmeye çalışmaktadırlar (Sharma ve Srivastava, 2018:43). Ancak misafirlerin farklı kişilik yapılarına, kültürlere, ruhsal durumlara ve algıya sahip olmaları otel işletmelerinde kabul edilebilir standart bir hizmet kalitesinin varlığını veya sıfır hatasız hizmeti zorlaştırmaktadır (Yeşilyurt vd., 2020:2006). Bu durumun farkında olan otel işletmeleri de misafirlerden muhtemel gelebilecek şikâyetlerin önüne geçebilmek, hizmet ve ürün kalitesini artırabilmek, şikâyet oranını minimuma düşürebilmek amacıyla daha önce oteli ziyaret eden misafirler tarafından yüz yüze yapılan veya çevrimiçi mecralarda paylaşılan şikâyetleri, yorumları ve

önerileri göz önünde bulundurmaktadırlar. Bunun için otel işletme yöneticileri aldıkları şikâyetleri, gelen önerileri, olumlu yorumları bir havuzda toplamaya ve bu havuzdaki geri bildirimleri otel yönetim sistemine aktararak departmanlar arası iş birliğini sağlamlaştırmaya ve yönetmeye özen göstermektedirler. Buradan hareketle, misafir geri bildirimlerinin her bir departmanın kendi içerisindeki noksanlıklarını tespit edebilmesine, hata oranını en aza indirmeye ve gelişmesine yardımcı olacağı söylenebilir.

Misafirlerin kişilik özelliklerinin farklılığı, gerçek istek ve niyetlerinin, kabul edilebilir hizmet standartlarının belirsizliği misafir şikâyetlerine ilişkin çalışmaların düzenli olarak araştırılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Ayrıca beş yıldızlı otel işletmelerinin birbirine benzer yapıları, bir otelde şikâyet unsuru olarak sayılabilecek bir durumun diğer otel işletmelerini kapsayabileceği veya etkileyebileceği hususundan hareketle bu araştırmanın önemini daha da vurgulamaktadır. Bu çerçevede bu araştırmada, küresel boyutta faaliyet gösteren ve önemli turizm merkezlerinden biri olan Antalya Belek bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı zincir bir otel işletmesinde misafirler tarafından yüz yüze yapılan şikâyetlerin departmanlara ve temalara göre sınıflandırılması amaçlanmıştır. Böylece bu araştırmanın, misafirlerin şikâyet bildirimleri doğrultusunda yöneticilerin hizmet standartlarına ne şekilde yön verebilecekleri, hangi departmanlar ve temalar üzerinde durmaları gerektiği konusunda yol göstereceği düşünülmektedir. Önemli bir konu olduğu için bugüne kadar literatürde otel işletmelerine yönelik misafir şikâyetleri konusunda pek çok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmalarda genellikle e-şikâyet siteleri ve seyahat platformları üzerindeki yorumlar üzerinden değerlendirmelerin yapıldığı tespit edilmiştir. Bu araştırmada ise, misafir şikâyetlerinin çevrimiçi şikâyet siteleri ile seyahat platformları yerine otel tarafından bizzat tutulan misafir raporları/dokümanları üzerinden değerlendirmelerin yapılması ve şikâyetlerin tek tek otel departmanları özelinde incelenmesi bu araştırmayı diğerlerinden farklılaştırmaktadır. Benimsenen amaç dâhilinde, konuya ilişkin kavramsal çerçeve ortaya konulmakta ve yöntem kısmında tutulan misafir şikâyeti raporları üzerinden elde edilen bulgular değerlendirilmektedir. Sonuç ve öneriler bölümünde, ulaşılan bulgular ile literatürde yer alan çalışmalar örtüşükleri ve ayrıştıkları noktalar itibarıyla karşılaştırılmakta ve araştırmacılara, akademisyenlere ve profesyonel yaşamdaki uygulayıcılara öneriler getirilmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Misafir memnuniyeti ve şikâyetlerinin otel performansını etkileyen önemli müşteri değeri değişkenleri olduğu belirtilmektedir (Assaf vd., 2015:82). Misafir şikâyeti, memnuniyetsizliğin bir sonucu olarak ortaya çıkan davranış biçimini ifade etmektedir (Sujithamrak ve Lam, 2005:291). Misafir memnuniyetsizliği, pek çok unsurdan kaynaklanabileceği gibi genellikle alınan hizmet düzeyinin beklenilenden düşük olması durumunda ortaya çıkmakta ve bu kişiler işletmelerin kötüleyici birer aktörlerine dönüşebilmektedirler (Cook, 2012:8). Misafirler yüksek kaliteli ürün ve hizmet aldıklarına inandıkları oteli tekrar ziyaret etme niyetinde ve başkalarına tavsiye

etme davranışında bulunabilmektedirler (Kandampully ve Suhartanto, 2000:349). Özellikle yayılan ve artan çevrimiçi internet kanalları vasıtası ile misafirlerin tatil deneyimlerini, şikâyetlerini ve memnuniyetlerini rahat bir şekilde dile getirebilmeleri giderek daha geniş bir kitleye yayılmasına neden olmaktadır (Maurer ve Schaich, 2011:499). Vásquez (2011) çalışmasında şikâyetlerin, misafirlerin beklentilerinin karşılanmadığı zaman ortaya çıktığını keşfederek yaşadıkları olumsuzluklar karşısında şikâyet davranışları olarak tavsiye etmeme veya negatif yorum yapma davranışları gösterdikleri tespit edilmiştir. Benzer bir şekilde, Güzel (2014) çevrimiçi seyahat 2.0 bilgi kanallarına yönelik yaptığı çalışmasında şikâyet davranışı olarak misafirlerin otele yönelik kötüleme söylemlerinde bulundukları, oteli tavsiye etmedikleri ve başka otele yönlendirme ifadeleri kullandıkları tespit edilmiştir. Bu durum otel işletmesinin itibarı üzerinde bir kartopu etkisi yaratacağından dolayı, otel misafirleri tarafından yapılan yüz yüze veya çevrimiçi şikâyetlere anında (Mattila ve Mount, 2003:142) ve uygun bir üslup diliyle karşılık verilmesi gerekmektedir (Barlow ve Moller, 2009:50). Aynı zamanda, şikâyet sitelerinin veya doğrudan yapılan misafir şikâyetlerinin turizm işletmelerinin itibarına zarar verebilme potansiyelinin olduğu kadar işletmelerin eksiklerini, hatalarını tamamlayabilmeleri, sorunlarının farkında olmaları açısından yol gösterici olmakta ve otellerin performanslarını iyileştirmelerine de yardımcı olmaktadır (Alrawadieh, 2017:56; Heung ve Lam, 2003:283; Maurer ve Schaich, 2011:499). Bir diğer ifade ile misafir memnuniyetinin sağlanması, artırılması ve misafir odaklı hizmetlerin geliştirilebilmesi için şikâyet geri bildirimleri önem arz etmektedir (Gürkan ve Polat, 2014:45). Bir nevi misafir şikâyetlerinin otel işletmeleri ile misafirler arasında bir köprü vazifesi gördüğü söylenebilir.

Otel işletmelerinde kötümser, titiz, kendini beğenmiş, sosyal, çekingen, iyimser, alçakgönüllü, şüpheli, dalgın, nazik, öfkeli, telaşlı, sorumsuz, inatçı, fırsatçı vb. olmak üzere pek çok misafir türü ile karşılaşmak mümkündür (Göktepe, 2010). Her bir misafirin ruhsal durumunun, kişisel özelliklerinin ve hizmet kalite algılarının birbirinden farklı olması (Yeşilyurt vd., 2020:2006) aynı zamanda üretim ve tüketimin eş zamanlı gerçekleşerek olumsuzlukların misafire doğrudan yansması gibi durumlar misafir memnuniyetinin sağlanmasını karmaşık bir hale getirebilmektedir (Güleş vd., 2005:274). Bu yüzden yapılan tüm titiz çalışmalara rağmen beklentileri karşılamayan hizmet ve ürünler ortaya çıkarak misafir tatminsizliğine veya potansiyel şikâyetlere neden olabilmektedir (Lee ve Hu, 2004:167; Yeşilyurt vd., 2020:2006). Bu noktada, otel işletmelerindeki misafir şikâyet davranışını anlamak, misafirlerin en çok üzerinde durdukları konuları saptamak hem teorik hem de pratik açıdan kritik bir öneme sahiptir (Ngai vd., 2007:1376). Literatürde otel işletmelerine ilişkin misafir şikâyetleri üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda misafirlerin; personelin tutumu, yemek lezzeti ve çeşitliliği, oda temizliği (Ayyıldız ve Baykal, 2020), odaların temizliği, yiyecek-içecek kalitesi ve hijyen (Güllü ve Akçay, 2021; Keskin vd., 2022; Yeşilyurt vd., 2020), diğer misafirler/fiziksel çevre ve personelin yabancı dil konuşamaması/personel davranışı (Güzel, 2014), yeme ve içme hizmetlerindeki yetersizlik ve kalitesizlik, yetersiz temizlik ve hijyen, odalarda kullanılan malzemelerin yetersiz ve arızalı olması (Gürkan ve Polat, 2014), yiyecek-içecek hizmetleri ve çalışan tutum ve davranışları (Chittiprolu vd., 2021; Çulha vd., 2009; Soruç ve Şengül, 2019), kalabalık ve gürültülü

ortamlar (Kılıç ve Ok, 2012), hijyen, otel odaları, animasyon ve otel imkânları (Gürbüz ve Ormankıran, 2020), sunulan yiyecek-içecek hizmetleri ile genel hizmet kalitesi (İbiş ve Çöp, 2019; Kızıldemir vd., 2009), ön büro personeli, banyo sorunları, oda temizliği ve misafir odası gürültü sorunları (Levy vd., 2013), personelin tutumu, düşük standart hizmet ve oda özelliklerinin kalitesizliği, bakımsızlığı ve arızalı olması (Memarzadeh ve Chang, 2015), fiyat uygulamaları, çalışan davranışı ve tutumu (Zengin ve Haliloğlu, 2020), hizmet kalitesi, otel tesislerinin verimliliği, temizlik ve hijyen (Dinçer ve Alrawadieh, 2017) vb. kriterler üzerinde durdukları tespit edilmiştir. Otel işletmeleri bu şikâyet kategorilerinden yola çıkarak eksik oldukları bölümleri belirleyebilir ve hizmet-ürün kalite iyileştirme çabaları göstererek şikâyet oranını en aza indirebilirler.

Misafire empati ile yaklaşan, misafir merkezli düşünmeye çalışan, misafirlerle birebir iletişime geçen, misafirlerin önerilerini dikkate alan, şikâyetlerini dinleyen otel işletmeleri bir nebze de olsa olumsuz durumları olumluya dönüştürmeyi başaramaktadırlar. Bu hususta otel çalışanları, misafir memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği oluşmasında en önemli kriterlerin başında gelmektedir (Berezina vd., 2016:16). Yavas vd. (2004) çalışmasında otel misafirlerinin hoşnut olmadıkları bir durumu işletme yöneticilerine veya çalışanlarına dile getirdiklerinde hızlı olma, düzeltmeye çabalama, açıklamada bulunma, dikkat etme ve telafi fonksiyonlarının misafir memnuniyetini ve yeniden satın alma niyetlerini doğrudan etkilediğini tespit ederlerken, özür dilemenin ise tek başına yeterli olmadığını bulgulamışlardır. Buradan hareketle, yöneticilerin veya çalışanların sadece özür dilemekle kalmayıp, şikâyetlerinin dinlenerek derhâl çözüme ulaştırılması otel itibarı ve kazanılacak yeni misafirler açısından önem arz etmektedir. Önemli olan işletmenin şikâyet kavramına nasıl yaklaştığı, bir şikâyeti nasıl ele aldığı ve bunu nasıl sonuçlandırdığıdır.

Yöntem

Potansiyel turizm destinasyonlarından biri olan Antalya Belek bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı bir otel işletmesinde misafirlerin konaklama sırasında şikâyetle bulundukları departmanları ve temaları sınıflandırmaya yönelik tasarlanan araştırmanın bu başlığı altında sırasıyla; araştırmanın amacı ve önemi, veri toplama süreci ve verilerin analizi üzerinde durulmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Misafir şikâyetleri her ne kadar otel işletmeleri için olumsuz gibi görünse de yöneticilerin eksik olduğu bölümleri görebilmeleri ve bu eksiklikleri gidererek hem potansiyel müşterilerini memnun edebilmeleri hem de gelecekte yeni misafirler kazanabilmeleri açısından önem arz etmektedir. Misafirlerin özellikle otelden ayrılmadan önce şikâyetle bulundukları konuların ivedilikle çözüme ulaştırılması ve gelen bu şikâyetlerin raporlar halinde sisteme kaydedilmesi gelecekte tekrarlanabilecek muhtemel şikâyetlerin önüne geçebilmek, şikâyetlerin yayılmasını engellemek, misafir sadakati sağlamak bakımından gereklidir. Sürekli değişebilir

potansiyeline sahip misafir istek ve şikâyetlerinin belirlenmesinde özellikle hangi temaların öncelikli olduğu ve hangi departmanlarda yoğunlaştığını bilmek gerekmektedir. Bundan dolayı, misafir geri bildirim davranışlarına ilişkin gerçekleştirilen her çalışma kendi içerisinde farklı düzeyde katkı sunması açısından önem taşımaktadır. Özellikle turizm sektörünün insan odaklı örgüt yapısı ve bu örgütlenmenin diğer misafirler üzerindeki tsunami etkisi şikâyet kavramının önemini daha da ortaya çıkarmaktadır. Araştırmanın önemi kapsamında bu çalışmada, küresel boyutta faaliyet gösteren ve önemli turizm merkezlerinden biri olan Antalya Belek bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı zincir bir otel işletmesinde misafirler tarafından yüz yüze yapılan şikâyetlerin departmanlara ve temalara göre sınıflandırılması amaçlanmıştır.

Veri Toplama Süreci

Belek yöresi, tatil turizminin yanında golf sahaları ile dünya çapında bir üne sahip Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biridir. Aynı zamanda Belek otellerinin sahip olduğu konfor, kapasite ve büyük toplantı salonları sayesinde büyük toplantıların düzenlendiği kongrelere de ev sahipliği yapılmaktadır. Oteller bölgesi olarak da ifade edilen yöre, lüks otelleri olan, ünlü plajlardan oluşan uzun kıyı şeridi, yeşil doğası ve ulaşım kolaylığı açısından turizm sektöründe ön sıralarda yer almaktadır (Karcı, 2021). Bu bağlamda veri toplanmasına yönelik Otelpuan.com ve Tripadvisor.com web siteleri tarafından ödül alan, en iyiler listesinde bulunan ve Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Antalya Belek'te bulunan beş yıldızlı zincir bir otel seçilmiştir. Ödül listesine giren oteller, genel olarak misafirlerin konakladıkları otele verdikleri genel memnuniyet puanı, başkalarına tavsiye edip etmedikleri, fiyat/performans değerlendirme anketlerine göre sıralanmaktadır (Otelpuan.com, 2023).

Bu araştırmada örneklemin Türkiye'de potansiyel bir turizm destinasyonunda bulunan beş yıldızlı en iyi otellerden birinin seçilmesinde, en iyi kalitede olan konaklama tesislerinde bile hizmet başarısızlığına neden olabilecek kriterleri tespit edebilmek etkili olmuştur. Buradan hareketle, Antalya Belek bölgesindeki beş yıldızlı zincir bir otel işletmesinin misafir ilişkileri departman yöneticisi ile iletişime geçilerek otelde konaklayan misafirlerin konaklama sırasında şikâyetle bulundukları konulara ilişkin tutulan yıllık misafir raporları/dokümanları talep edilmiştir. Bu belgelerin kullanımı etik kuralları çerçevesinde yetkili kişilerden izin alma şartı ile gerçekleştirilebilecek olmasından dolayı (Sak vd., 2021:235), oteldeki yetkili kişi ile görüşülerek özel izin alınmış ve bilimsel amaçlı kullanma şartı ile 2021 ve 2022 yıllarına ilişkin sadece araştırma amacına yönelik dokümanlar ilgili yöneticiden temin edilmiştir. Araştırmayı kabul eden beş yıldızlı otel işletmesinin 12 ay hizmet vermesinden dolayı belirtilen yılların 12 aylık verileri alınmıştır. Ayrıca, bu dokümanların kullanılmasında otelin adının herhangi bir şekilde kullanılmaması ve araştırmada elde edilecek sonuçların otel yönetimi ile paylaşılması alınan izinin ön koşulunu oluşturmaktadır. Bu nedenle otel adının paylaşılmasının istenilmemesinden dolayı akademik etik çerçevesinde araştırmacı tarafından otelin adı saklı tutulmuştur.

Araştırma sonuçlarının otel yönetimi ile paylaşılması araştırma sonuçlarının yaygın etkisinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada ikincil verilerin kullanılmasından dolayı etik kurul onayı gerekmemektedir. Bununla birlikte makalenin tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallarına riayet edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada doküman incelemesi ile elde edilen verilerin çözümlenmesinde nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, sosyal bilimlere arşivlerden, dokümanlardan ve kitle iletişim araçlarından elde edilmiş ham bilgilerin objektif olarak incelenmesi ve bir anlam kazandırılmasında sistematik bir metodoloji sağlamaktadır (Demirci ve Köseli, 2009:332). Bir başka ifade ile yazılı metinlerin, görsellerin veya söylemlerin içeriğine inerek, hangi konulara, yaklaşımlara veya görüşlere vurgu yapıldığına bakarak bir neticeye varılmaya çalışılmaktadır (Kozak, 2018: 125). İçerik analizinde görüşme, gözlem veya dokümanlar yoluyla elde edilen veriler; (i) verilerin kodlanması, (ii) kod, kategori ve temaların belirlenmesi, (iii) kod, kategori ve temaların düzenlenmesi (iv) bulguların sunumu ve yorumlanması olmak üzere dört aşamada analiz edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Analize geçmeden önce araştırmanın güvenilirlik ve geçerliliğini artırmaya yönelik araştırma konusuna ve alana hakim iki uzman görüşü alınmıştır. Bu süreç izlenilecek yol açısından faydalı olmuştur. Araştırmanın amacı doğrultusunda öncelikle otel dokümanları/misafir şikâyet raporları üzerinden 2021 ve 2022 yıllarına ait elde edilen tüm ham veriler filtrelenmiş, misafir söylemleri/ifadeleri tek tek defalarca okunmuş ve notlar alınmıştır. Yapılan her okuma sonrası örüntülerden (betimsel alıntılar) yola çıkarak kodlar ortaya çıkarılmıştır. Ardından benzer kodlar bir araya getirilerek temalar belirlenmiştir. Kod ve temaların belirlenmesinde NVivo 10 programından yararlanılmış, kodların frekans analizleri yapılmış ve elde edilen veriler Tablo olarak sunulmuştur. Frekans analizlerinin hesaplanmasında Excel programından da faydalanılmıştır. Bu kapsamda, misafir şikâyetleri doğrultusunda ortaya çıkan departman ve tema bulguları özelinde yorumlamalar ve çıkarımlar yapılmıştır.

Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde incelenen misafir şikâyet raporları sonucunda, 2021 yılında 8565 adet ve 2022 yılda ise 8270 adet şikâyetin gerçekleştiği belirlenmiştir. Misafir yorumları ve şikâyet edilen konular birden çok temayı içermekte ve farklı departmanlara ayrılmaktadır. Bu şikâyetler misafirlerin bildirdikleri kriterlere göre “Bilgi İşlem, Bahçe, Diğer/Acente, Eğlence/Animasyon, Yiyecek & İçecek, Mutfak, Ön Büro, Golf Kulübü, Misafir İlişkileri, Güvenlik, Kat Hizmetleri, Kalite Yönetimi, Spa, Teknik Servis, Yönetim, Genel” olmak üzere 16 departman odağında yapıldığı görülmüştür. Aynı zamanda, Bilgi İşlem departmanı altında 2, Bahçe departmanı altında 1, Diğer/Acente departmanı altında 1, Eğlence/Animasyon departmanı altında 10, Yiyecek & İçecek departmanı altında 14, Mutfak departmanı altında 14, Ön Büro departmanı altında 8, Golf Kulübü departmanı altında 3, Misafir ilişkileri departmanı

altında 2, Güvenlik departmanı altında 3, Kat hizmetleri departmanı altında 11, Kalite yönetimi departmanı altında 3, Spa departmanı altında 2, Teknik servis departmanı altında 10, Yönetim departmanı altında 2, Genel departman altında 17 adet olmak üzere toplamda 103 adet alt temanın belirlendiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, misafirlerin 2021 ve 2022 yıllarında en çok sırasıyla “Genel, Kat Hizmetleri, Yiyecek & İçecek ve Mutfak (F&B), Teknik Servis” departmanlarından kaynaklı olumsuzluklardan şikâyetçi oldukları belirlenmiştir.

En çok şikâyet edilen departmanlardan ‘Genel’ departman kategorisi içerisinde en yüksek şikâyet oranlarının 2021 yılında %35,78’inin ana bina odaları, %20,65’inin diğer misafirler hakkında şikâyet, %11,34’ünün otelin genel izlenimi, %11,29’unun genel konsept ve her şey dâhil sistem; 2022 yılında ise %40,41’inin ana bina odaları, %16,66’sının diğer misafirler hakkında şikâyet, %13,80’inin genel konsept ve her şey dahil sistem, %8,08’inin otelin genel izlenimi üzerinde durulduğu; ‘Yiyecek & İçecek’ departmanında 2021 yılında %23,71’inin F&B personelinin ilgisi ve hizmeti, %16,67’sinin mini bar hizmeti, %11,94’ünün oda servisi hizmeti, %11,59’unun bar hizmetinde; 2022 yılında %26,54’ünün F&B personelinin ilgisi ve hizmeti, %24,05’inin mini bar hizmeti, %11,81’inin oda servisi hizmeti, %10,18’inin bar hizmetinde şikâyetlerin baş gösterdiği; ‘Mutfak’ departmanında, 2021 yılında %16,68’inin genel restoran hizmeti, %15,13’ünün Alakart restoran hizmeti, %12,61’inin yemek çeşitliliği, %12,03’ünün yemek lezzetinde; 2022 yılında %21,23’ünün genel restoran hizmeti, %13,05’inin yemek lezzeti, %11,01’inin yemek çeşitliliği, %7,26’sının Alakart ve Snack restoran hizmetinde şikâyetlerin fazla olduğu; ‘Kat hizmetleri’ şikâyetlerinin 2021 yılında %28,74’ünün oda, banyo, balkon temizliği, %23,44’ünün buklet malzemeleri, %13,60’nun kat hizmetleri personelinin ilgisi ve hizmeti, %12,57’sinin çamaşırhane hizmetleri; 2022 yılında %36,24’ünün oda, banyo, balkon temizliği, %16,08’nin buklet malzemeleri, %15,24’ünün çamaşırhane hizmetleri, %14,19’unun kat hizmetleri personelinin ilgisi ve hizmeti üzerinde yoğunlaştığı; ‘Teknik Servis’ departmanına yönelik şikâyetlerin 2021 yılında %25’inin klima odalar, %19,90’nun tesisat bakım ve arızalar, %19,60’nın açık havuz suyu sıcaklığı, %19,30’unun elektrik bakım ve arızaları; 2022 yılında %25,54’ünün elektrik bakım ve arızaları, %24,74’ünün klima odalar, %19,41’inin tesisat bakım ve arızalar, %8,75’inin açık havuz suyu sıcaklığı üzerinde durdukları belirlenmiştir. 2021 ve 2022 yıllarında yoğun olarak şikâyet edilen temaların birbirine yakın olduğu görülmektedir. 2021 ve 2022 yıllarında beş yıldızlı bir otelde konaklayan misafirlerin şikâyetinde bulundukları departman kategorileri ve alt temalarına ilişkin bulgular Tablo 1.’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Misafirlerin Yoğunlaştıkları Şikâyet Departmanları ve Tema Oranları

Departmanlar ve Temaları	2021 Yılı		2022 Yılı		Departmanlar ve Temaları	2021 Yılı		2022 Yılı	
	Toplam Şikâyet	Oranları	Toplam Şikâyet	Oranları		Toplam Şikâyet	Oranları	Toplam Şikâyet	Oranları
	f	%	f	%		f	%	f	%
Bilgi İşlem (Toplam)	149	100	133	100	Kat Hizmetleri	1169	100	1124	100
İnternet Bağlantısı Genel Alanlar	36	24,16	12	9,02	Buklet Malzemeleri	274	23,44	229	16,08

İnternet Bağlantısı Odalar	113	75,84	121	90,98	Çamaşırhane Hizmetleri	147	12,57	217	15,24
Bahçe (Toplam)	32	100	62	100	Oda, Banyo, Balkon Temizliği	336	28,74	516	36,24
Bahçe Bakımı	32	100	62	100	Genel Alan Temizliği	54	4,62	79	5,55
Diğer /Acente (Toplam)	87	100	125	100	Genel Alan İç/Dış Tuvalet Temizliği	9	0,77	10	0,70
Acente ve/veya Rehber Hizmeti	87	100	125	100	Dış Alan Havuz Çevresi Bakım ve Temizliği	5	0,43	4	0,28
Eğlence/ Animasyon (Toplam)	536	100	392	100	Kat Hizmetleri Personelinin İlgi ve Hizmeti	159	13,60	202	14,19
Akşam Aktiviteleri	104	19,40	71	18,11	Kat Hizmetleri Personelinin Yabancı Dil Yeterliliği	3	0,26	6	0,42
Gündüz Aktiviteleri	28	5,22	6	1,53	Plaj Düzeni ve Bakımı	22	1,88	13	0,91
Aktivite Çeşitliliği	123	22,95	91	23,21	Plaj Havlusu Hizmeti	33	2,82	28	1,97
Mini Kulüp Aktiviteleri	69	12,87	46	11,73	Şezlong Yeterliliği ve Hizmeti	127	10,86	120	8,43
Fitness Hizmeti	24	4,48	19	4,85	Kalite Yönetimi (Toplam)	310	100	493	100
Tenis, Futbol, Bilardo, Dart vb. Spor Aktiviteleri	17	3,17	15	3,83	Arı-Sinek-Haşere	109	35,16	214	43,41
Müzik Kalitesi/ Seçimi	25	4,66	19	4,85	Gıda Zehirlenmesi	34	10,97	53	10,75
Müzik Sesi	53	9,89	77	19,64	Küf/Koku/Havalandırma	167	53,87	226	45,84
Animasyon ve Mini Kulüp Personelinin İlgi ve Hizmeti	88	16,42	45	11,48	Spa (Toplam)	130	100	65	100
Animasyon ve Mini Kulüp Personelinin Yabancı Dil Yeterliliği	5	0,93	3	0,77	Spa Hizmeti	106	81,54	49	75,38
Yiyecek&İçecek (F&B)(Toplam)	1122	100	923	100	Spa Ücreti	24	18,46	16	24,62
Bar Hizmeti	130	11,59	94	10,18	Teknik Servis (Toplam)	1000	100	1257	100
F&B Personel Yeterliliği	99	8,82	60	6,50	Açık Havuz Suyu Sıcaklığı	196	19,60	110	8,75
İçecek Çeşitliliği	27	2,41	33	3,58	Kapalı Havuz	20	2,00	18	1,43

					Suyu Sıcaklığı				
İçecek Kalitesi	67	5,97	38	4,12	Havuz Suyu Temizliği	28	2,80	52	4,14
İçecek Lezzeti	41	3,65	17	1,84	Elektrik Bakım ve Arızaları	193	19,30	321	25,54
İçecek Sunumu	10	0,89	1	0,11	Klima Genel Alan	14	1,40	33	2,63
Mini Bar Hizmeti	187	16,67	222	24,05	Klima Odalar	250	25,00	311	24,74
Oda Servisi Hizmeti	37	3,30	15	1,63	Mekanik Bakım ve Arızalar (Asansörler, Balkon kapısı vb.)	48	4,80	103	8,19
Pastane Hizmeti	13	1,16	12	1,30	Tesisat Bakım ve Arızalar	199	19,90	244	19,41
F&B Personelinin Kıllık ve Kıyafeti	5	0,45	3	0,33	TV Kanalı Çeşitliliği	22	2,20	29	2,31
F&B Personelinin İsimlikleri	15	1,34	18	1,95	Teknik Personelin İlgisi ve Hizmeti	30	3,00	36	2,86
F&B Personelinin İlgisi ve Hizmeti	266	23,71	245	26,54	Yönetim (Toplam)	423	100	257	100
F&B Personelinin Yabancı Dil Yeterliliği	91	8,11	56	6,07	Genel Organizasyon	400	94,56	236	91,83
Mutfak (F&B) (Toplam)	1031	100	881	100	Yöneticilerin İlgisi ve Misafire Yaklaşımı	23	5,44	21	8,17
Genel Restoran Hizmeti	172	16,68	187	21,23	Genel (Toplam)	1976	100	1819	100
Alakart Restoran Hizmeti	156	15,13	64	7,26	Ana Bina Odaları (Oda küçüklüğü, rahat olmaması, parke mobilyaların eski olması)	707	35,78	735	40,41
Snack Restoran Hizmeti	45	4,36	64	7,26	Diğer Misafirler Hakkında Şikâyet	408	20,65	303	16,66
Luxury Suit Restoran Hizmeti	38	3,69	57	6,47	Dış Alanda Hayvanların Varlığı	15	0,76	36	1,98
Çocuklar için Yemek Çeşitliliği	33	3,20	40	4,54	Fiyatın Kaliteyi Karşılması	42	2,13	111	6,10
Yemek Çeşitliliği	130	12,61	97	11,01	Genel Konsept ve Her Şey Dahil Sistem	223	11,29	251	13,80
Yemek Kalitesi	57	5,53	33	3,75	Kiralık Dükkan vb. Hizmetleri	73	3,69	80	4,40

Yemek Lezzeti	124	12,03	115	13,05	Mini Club Fiziki Yapısı	76	3,85	41	2,25
Yemek Sunumu	48	4,66	34	3,86	Yüzme Havuzu Fiziki Yapısı	32	1,62	37	2,03
Yemek Sunum Sıcaklığı	63	6,11	39	4,43	Otelin Genel İzlenimi	224	11,34	147	8,08
Servis Ekipmanları Temizliği (Tabak, Bardak, Kuver Takımı)	32	3,10	31	3,52	Sağlık Hizmetleri	93	4,71	32	1,76
Restoran Kapasitesi	54	5,24	55	6,24	Toplantı Gruplarına Hizmet	2	0,10	4	0,22
Restoran İsimlikleri	11	1,07	3	0,34	Mescid Talebi	8	0,40	10	0,55
Restoran Personelinin İlgisi ve Hizmeti	68	6,60	62	7,04	Çocuklara Sunulan İmkânlar	16	0,81	1	0,05
Ön Büro (Toplam)	388	100	257	100	Engelli Misafirlere Sunulan İmkânlar	7	0,35	1	0,05
Karşılama Hizmetleri	3	0,77	3	1,17	Genel Personel Yeterliliği	23	1,16	17	0,93
Bagaj İşlemleri	17	4,38	27	10,51	Deniz Suyu Temizliği	6	0,30	8	0,44
Giriş İşlemleri	63	16,24	84	32,68	Plajların Fiziki Yapısı ve Denize Giriş	21	1,06	5	0,27
Çıkış Hizmetleri	7	1,80	42	16,34	Golf Kulübü (Toplam)	33	100	26	100
Santral Hizmetleri	3	0,77	9	3,50	Golf Kulübü Genel Konsept	2	6,06	3	11,54
Vale/Park Hizmeti	6	1,55	6	2,33	Golf Hizmeti	29	87,88	20	76,92
Resepsiyon Personelinin İlgi ve Hizmeti	278	71,65	76	29,57	Golf Ücretleri	2	6,06	3	11,54
Resepsiyon Personelinin Yabancı Dil Yeterliliği	11	2,84	10	3,89	Güvenlik (Toplam)	65	100	62	100
Misafir İlişkileri (Toplam)	129	100	94	100	Güvenlik ve Emniyet	21	32,31	26	41,94
Alakart Rezervasyon Sistemi	86	66,67	59	62,77	Cankurtaran Hizmeti	29	44,62	21	33,87
Misafir İlişkileri Personelinin İlgi ve Hizmeti	43	33,33	35	37,23	Güvenlik Personelinin İlgi ve Hizmeti	15	23,08	15	24,19
					YILLIK TOPLAM	8565	100	8270	100

Tablo 1 incelendiğinde içerik analizi çerçevesinde elde edilen bulgular yiyecek & içecek ve mutfak (F&B), kat hizmetleri, teknik servis, eğlence/animasyon, genel, bilgi işlem, bahçe, diğer/acente, ön büro, misafir ilişkileri, güvenlik, golf kulübü, yönetim, spa ve kalite yönetimi başlıklarında ele alınmıştır. Araştırmada 2021 yılında 8565 ve 2022 yılında 8270 adet şikâyetin dikkate alındığı ve şikâyetlerin farklı misafirlerden gelmesinden dolayı söyleme ilişkin değerlendirmelerde, söylemin kime ait olduğunu belirlemeye yönelik kodlama gerçekleştirilmemiştir. Bu noktada şikâyetlere yönelik sadece söyleme odaklanılmış ve açıklamalar bu yönüyle aşağıdaki şekilde yapılmıştır.

✓ Yiyecek & İçecek (F&B)

“Barmenlerinizin ve garsonlarınızın isimlik kartlarında kendi isimleri yerine başka isimler taşıdıklarını gördük. Bir çalışanın davranışlarından rahatsız olduğumuz için bunu yönetime bildirdik. Taktığı isim gerçek olmadığı için o kişiyi tarif etmekte çok zorlandık”.

“Garsonlardan red wine istediğimizde yüzümüze boş boş bakıyorlar. Kimseden yüksek dereceli bir yabancı dil beklemiyoruz ancak en iyi hizmeti almak hakkımız”.

“Yeni giriş yaptığımız odamızı beğendik ancak odamızda açılmış bir viski şişesi bulduk. Bize ikram olarak açılmış viski mi veriyorsunuz?”.

“Ailem ile birlikte tatile geldik. Biz kardeşimle otel içerisinde annem ve babamdan ayrı vakit geçiriyoruz. Bar çalışanlarından içecek istedik ancak sanırım yaşımız biraz küçük olduğu için bizimle ilgilenen olmadı”.

“Dış barlarda içecekler plastik bardakla veriliyor. Fotoğraf çekip Instagrama koymak istesem tam bir rezalet”.

“F&B personelinin kılık ve kıyafeti naylonsu duruyor ve çalışanlar sıcakta kokuyor”.

“Servis yapanlar işi bilmiyor çok eğitimsiz oldukları belli. Kırmızı şarabı daha tatlı istedim bana sprite eklememi teklif ettiler. Böyle kaliteli bir otelde böyle bir personel inanılmaz şaşırtıcı”.

“Otelin bar servisinden hiç memnun değiliz. Bütün barlara gidiyoruz X markalı alkol istiyoruz. İlk başta barmen olmadığını söylüyor sonra getiriyorlar. Ama görüyoruz ki bu kesinlikle X markalı bizim istediğimiz alkol markası değil. Bunu tadından ve kalitesinden rahatlıkla anlayabiliyoruz. X markalı alkol yoksa neden yerine başka bir içecek veriyorsunuz? Eğer benim eşimden başka belirli alkollere alerjisi olan varsa bunun hesabını nasıl vereceksiniz?”

✓ Mutfak (F&B)

“Dün akşam yemeğinde resmen kaos yaşandı. Oturulacak yer yoktu. Yer bulsak bile garsonlar hiçbir şeye yetişemiyordu”.

“Somon çeşitlerini çok fazla göremiyoruz restoranda yemek büfenizi sınırlı bulduk”.

“Çatal, bıçak, bardaklar, masadaki tuz ve karabiber şişeleri inanılmaz kirli midemiz bulandı”.

“Karşılama masasında duran bayan çok suratsızdı hiç yüzü gülmüyor ve hoşgeldiniz bile demiyor”.

“Snack Restoranda içinden çatalları aldığımız metal kutu buzlu-sulu iğrenç görünüyor. Mikrop yuvası resmen. Çatal ve bıçaklar hijyen açısından paketler içinde verilmeli”.

“Ana restorandaki et ızgaraları soğuk. Yediğimiz etlerden tat alamıyoruz”.

“Restoranda çalışan personeller çok mutsuz ve yorgun, güler yüz göremedik. Muhtemelen yoğunluktan kaynaklı bir şey ama yine de böyle bir şey ile karşılaşmak istemezdik”.

“Ana restoranda garsonların servisi berbat. Onlara bahşiş verdiğinde iyi bir servis hizmeti alabiliyorsun”.

✓ **Kat Hizmetleri**

“Kaç gündür çocuk bornozu istiyorum fakat çocuk bornozunun olmadığını söylüyorsunuz”.

“Oda temizliği mini bar dolumu tam bir hayal kırıklığı. Odamızda rujlu bir bardak vardı. Şikâyet üzerine çalışan geldi temiz bardak bırakmak yerine fincanı lavaboda yıkadı sonra havlu ile sildi”.

“Temizlik personelleri ingilizce bilmedikleri için anlaşıyoruz”.

“Plajda şezlong fazla yok sabah saat 10:00’den sonra boş yer bulmak zor oluyor”.

“Havlu deski plaja çok uzak, uzun süre havluları elimizde taşımak zorunda kalıyoruz”.

“Sabahları sık sık at pisliği gördüğümüz plajın temizliğinin daha iyi yapılması gerektiğini söylemek isterim”.

“Otel kirli ve bakımsız görünüyor, aquapark merdivenleri çok kirli”.

✓ **Teknik Servis**

“TV kanallarınızda maç kanalı neredeyse yok denemek kadar az”.

“Keşke odalardaki televizyonda Smart TV veya Netflix olsaydı kaliteli filmler izleyebilirdik”.

“A blokta orta asansör misafirle doluyken bazen duruyor. Ben iki kere içinde kaldım”.

“Klima sistemi çalışmıyor. Ana restoran desen hamam gibi. Bence klimalar merkezi otomatik sistem olarak çalışmamalı”.

“Saç kurutma makinesiyle saçlarımı kuruturken birden içinden bir parça fırladı neredeyse gözüme geliyordu. Birazdan toplantım var acilen bana kaliteli bir fön makinesi lazım”.

“Odamızın olduğu havuzun içinde cam parçaları var. Oğlumuz ayak parmağını kesti”.

“Isıtmalı açık havuzunuz o kadar soğuk ki bu havuza girersem soğuktan sakatlanabilirim”.

✓ **Eğlence/Animasyon**

“Akşam şov programları çok sönük ve cansız. Sanki burası sadece aile oteli gibi. Dün pool barda canlı müzik vardı ancak sanatçıların performansları çok zayıftı”.

“Tesisinizde bowling yada bilardo olsaydı yağmurlu günleri daha eğlenceli geçirebilirdik”.

“Neden fitness salonu saat 20:00’de kapanıyor, 08.00’de açılıyor? Çok erken bir saatte kapanıyor ve geç saatte açılıyor. Ben sabah saat 07.00 gibi sporu daha erken saatte yapmak istiyorum”.

“Biz otelden tenis raketi ve tenis topları aldık toplar çok kalitesizdi. Düzgün tenis oynayamadık”.

“Türk müzik biraz daha fazla çalmalı. Animasyon çalışanlarına söyledik bir iki gün Türkçe müzik çaldılar sonra yine yabancı müzik çalmaya devam ettiler”.

“Bizim odamıza dün gece çok gürültülü müzik sesi geliyordu. Uyumaya çalıştık fakat saat 02:30’a kadar uyuyamadık. Bizim bir de bebeğimiz var. Bugün eğer bu durum aynı şekilde devam ederse oda değişimi yapmak istiyoruz”.

“Dün şans eseri karaokeye katıldık. Habersiz bilgisiz tatil yapıyoruz”.

“Mini kulüpteki aktiviteler ve alan yetersiz. Gündüz çocuklar için Palyaço getirilmeli, daha eğlenceli aktiviteler yapılmalı”.

✓ Genel

“Misafir kalitesi o kadar düşük ki artık ne havuza ne de başka bir genel alana gidesimiz gelmiyor. Misafirler bebek bezlerini havuz başında değiştirip çöpleri atıyorlar ya da bebekleri havuzda bezsiz yüzdürüyorlar. Hijyenik açıdan bu durum hiç hoş değil”.

“Restoran yanındaki havuz kenarında otururken çok kötü bir şekilde kedi pisliği kokusu vardı”.

“Oda, banyo, dolap içi ışıklandırmaları yetersiz. Özellikle bir kadın için bu çok önemli. Işık yetersizliği yüzünden güzel makyaj yapamadım ve dolaptan kıyafet seçerken görmekte zorlandım”.

“Biz pazar günü giriş yaptık ve odamızı beğenmedik. Sonrasında kategori değiştirmek istedik bizden yaklaşık 400 Euro gibi ek bir ücret istendi. Biz bu rakama farklı bir otelde daha iyi tatil yaparız”.

“Annem 80 yaşında engelli koltuk değneği kullanıyor bacağından iki ameliyat geçirdi. Annemi plaja, havuza, restorana ve diğer yerlere götürmek için tekerlekli sandalyeye ihtiyacımız var. Oteliniz için öyle bir ayıp ki engelli kişileri ağırlayamıyorsunuz. Neden ücretsiz tekerlekli sandalye vermiyorsunuz? Neden tatilimiz için tekerlekli sandalye için 200 Euro ödeyelim? Türkiye’de başka otellerde de kaldık ve tekerlekli sandalyeden ücretsiz olarak faydalandık. Bu durumu hem acenteme söyleyeceğim hem de gerekli platformlarda olumsuz yorum olarak yazacağım”.

“Denizin kirliliği bizi çok rahatsız etti. Sanki atık maddeleri bırakmışlar gibi. Yüzemiyoruz”.

“Otelinizin plajında yeterli su sıcaklığını, hava sıcaklığını ve saati gösterebilecek dijital herhangi bir ekran yok”.

“İskelenizi pavilionlar kaplamış ve sanki sadece ücret ödeyenlere ayrılmış bir bölüm gibi. Denize iskeleden atlamak/girmek istediğimizde kullanamıyoruz. Ayrıca denize girmek için pavilion merdivenleri çok dik insan girerken ve çıkarken zorlanıyor”.

“Toplantı gruplarına özel mutlaka odalarda çalışma masası, yeterli ışık, ütü ve ütü masası, yeterli priz olmalı”.

“Doktor muayenesi olarak 110 Euro ödememiz istendi. Ben sadece kulak burun ve boğaz muayenesi istedim. İlaç vs. yazması önemli değildi. Sağlık görevlisinin davranışları bizi çok gerdi ve muayene olmaktan vazgeçtim”.

✓ Bilgi İşlem

“Odamda Wifi çalışmıyor. 10 dakika sonra seminer başlayacak ve ben katılamazsam çok büyük bir kayba uğrarım. Benim için çok önemli”.

“Otelde genel olarak internet sorunu var. Sahilde hiç çekmiyor”.

✓ Bahçe

“Bugün bize sormadan kaldığımız odanın terasında sabah saat 10.00’da çim biçme çalışmaları yapılıyordu bizim için zamansal olarak hiç uygun değildi ve çim biçme makine sesinden çok rahatsız olduk”.

“Bitkiler ve palmiye ağaçları sıcaktan kurumuş. Derhal bakım yapılmalı, görsellik bizim için önemli”.

✓ Diğer/Acente

“Biz X acentesinden rezervasyon yaparken orada çalışan görevli bizim odamızın direkt deniz manzaralı olacağını belirtti biz de bunun için fazla para ödedik. Ancak otele giriş yaptığımızda bize verilen odanın yandan deniz manzaralı bir oda olduğunu gördük”.

“Otelde inşaat çalışması olmasından çok rahatsız olduk. Keşke acentemiz bize bu durumu bildirseydi”.

“Biz Balayı çiftiyiz. İki gün oldu oda süslememiz yapılmadı. Gerildik biraz mutsuzuz. Zaten bir kere balayı yaşıyoruz. Rezervasyon yaptığım acente ile iletişime geçtim balayı konsepti bilgilerimizin otele aktarıldığını otelin notlarında bu bilgilerin olduğunu belirtti. Otel ile acente arasında inanılmaz bir iletişimsizlik söz konusu”.

✓ Ön Büro

“Otele ilk girişte bardaktan boşalıncasına yağmur yağıyordu ve bize karşılamadaki çalışan şemsiye hizmeti sunmadı”.

“Biz şimdi giriş yaptık. Daha önce resepsiyondan bir kişi ile telefonda görüşüp geleceğimiz saati söyledik ve odamız hazır olsun beklemek istemiyoruz dedik ama şimdi bize odanın hazır olmadığını söyleyip bekletiyorsunuz. Bu durum hiç hoşumuza gitmedi”.

“Bugün bizim çıkış günümüz transfer bizi saat 20:00’de otelden alacak late check out rica ettik fakat bize yardımcı olmadınız”.

“Ben odadan arkadaşımı ziyaret etmek için çıktım. Yanıma bir oda kartı aldım fakat şu an o kartla kapıyı açamıyorum. Lobiye inmek için uygun kıyafet de giymemiştım”.

“Oda değişikliği yaptım. Yeni odamda yarım saattir eşyalarımı bekliyorum. Eski odamdan eşyalarımı henüz getirmedi”.

✓ Misafir İlişkileri

“Ben 3 gün boyunca X Alakart restoranına gitmek istediğimi söylüyorum ancak siz 3 gün boyunca restoranın dolu olduğunu söylüyorsunuz. Ne saçma sisteminiz var sizin rezervasyon açılış saatinde gelemiyorum çünkü golf oynuyorum. En azından bir not alın benim için rezervasyon yapın. Onu da yapmıyorsunuz”.

“Biz çok eminiz siz bize yanlış bilgi verdiniz. Ben özellikle iki kez sordum. Alakart restoranının ücretsiz olduğunu söylediniz. Şimdi bizden ücret isteniyor. Bu durumu kabul etmiyoruz”.

✓ Güvenlik

“Giriş gününde pırlanta küpelerimi odada bıraktım, kayboldu ve bu zamana kadar onları bulamadım. Dün pastanede airpods kulaklık kaybettik onları da bulamadınız. Yani sizin otel resmen Bermuda Şeytan Üçgeni gibi”.

“Şu an biz kaç dakikadır ana kapı girişinden otele giriş yapamıyoruz. Bizi içeriye almıyorlar. İlk önce sorguya çektiler, kimliğimizi aldılar. Şimdi de odada sadece tek kişi konakladığımı söylüyorlar. Bu soğukta bizim ile dalga mı geçiyorsunuz?”.

“Aquaparkta bulunan cankurtaran çok ilgisiz. Kimseye bekleyin veya şimdi kayın demiyor. Sadece izliyor ve ağzından bir kelime çıkmıyor. Bugün arkamızdaki misafirler sırtımıza girecekti az kalsın kayarken”.

✓ Golf Kulübü

“Golf fiyatları çok pahalı! 9 delik için 70 Euro. Bakımsız yıpranmış golf malzemeleri için 35 Euro kiralama”.

“Otelin etrafında ve golf sahalarında gezmek için buggy istedik. Öyle bir hizmetinizin olmadığını öğrendik. Golf sahalarını merak eden misafirleriniz için ücretsiz gezi düzenlemelisiniz”.

✓ Yönetim

“Luxury suit alanda biz uyurken çok erken saatte kat görevlileri temizlik arabaları ile odaların önünden geçmeye başlıyorlar, arabanın tekerlek sesinden çok rahatsız oluyoruz ve bu çalışanlar yüksek sesle telefonla konuşuyorlar”.

“Bugün iskelede rahat bir şekilde dinlenelim diye pavilion kiraladık. Fakat akşam iskelede parti olduğu için çalışanlar parti teçhizatlarını kurmaya başladılar ve biz onların hem seslerinden hem de bu görüntüden çok rahatsız olduk. Akşama parti varsa bu bize neden söylenmiyor? Biz pavilion için o kadar para ödedik”.

“Yönetimden mi kaynaklıdır bilmem çalışanlar çok mutsuz görünüyor, Gülüryüz yok, zorla çalıştırılıyor gibiler. Biz bayramın birinci günü geldik buraya. Giyimlerinden anlaşılıyor müdürlerinizin de yüzü hiç gülmüyor robot gibiler. En azından iyi bayramlar diyebilirler. Restorandaki çalışanlarımız da özenle seçilmiş değil de toplama gibi”.

✓ Spa

“Spa salonunda çocukların olması rahatsız edici. Ana okulunda gibi hissettim kendimi. Jakuziye dinlenmek için geldik. Fakat her yerde çocuklar koşuyor”.

“Spadan memnun kalmadık. 200 Euro masaj için para ödedim. Sonra orada çalışan yüz bakımı isteyip istemediğimizi sordu ve onun extra ücretli olduğunu söylediler kabul ettim ama yüz bakımından memnun kalmadım. Yüzüme maske sürdüler. 20 dakika beklettiler ve yıkadılar. Ben extra bir şey bekliyordum. 5-10 dk yüz masajı yapılabilirdi mesela”.

“Neden bütün SPA hizmet fiyatları Euro cinsinden? Türkiye’de yaşıyoruz ve Türk lirası olarak maaş alıyoruz”.

✓ Kalite Yönetimi

“Ben gece ana restoranda karides yedim. Midem çok bulanıyor. Bence karides taze değildi”.

“Odamızın klimasından yağ ve yemek kokusu geliyor bu koku uyumamızı engelliyor”.

“Odamızın terası karınca ile dolu şezlongu kullanmak istiyoruz fakat kullanamıyoruz”.

“Odamıza geldiğimizden beri böcekler var ve bugün uyandığımda üzerimde bir böcek geziyordu”.

Sonuç ve Öneriler

Otel işletmeleri açısından şikâyet yönetim süreci karmaşık olduğu kadar riskli ve ön görülmesi zorunlu bir niteliğe sahiptir. Her misafir için standart uygulamalar gerçekleştirmek hizmet sektörünün dinamik yapısından ve misafirlerin farklı kişilik ve psikolojik özelliklerinden ötürü mümkün görünmemektedir. Bundan dolayı otel işletmeleri iyi bir şikâyet yönetim sistemi kurarak misafirler tarafından yüz yüze veya çevrimiçi iletişim kanalları aracılığı ile iletilen geri bildirimleri dikkate almalı ve eksik olduğu bölümleri tamamlamalıdır. Hatasını kabul etmeyen, eksik olduğu konuları düzeltmeyen ve sıkıntılı departmanlara hiçbir yatırım yapmayan işletmelerin sadık misafirleri ellerinde tutma ve yeni misafirler kazanma konusunda problem yaşamaları muhtemeldir. Sosyal medyanın etkisiyle birlikte özellikle kötü olan bir durumun anında tüm seyahat platformlarında ve e-şikâyet sitelerinde paylaşılması kaçınılmaz olacaktır. Bu bağlamda, otel işletmeleri misafirlerin hoşuna giden detayları, onları rahatsız eden durumları mutlaka yakından takip etmek ve departmanlar arası iş birliği yapmak zorundadır. Buradan hareketle araştırmada, küresel boyutta faaliyet gösteren ve önemli turizm merkezlerinden biri olan Antalya Belek bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı zincir bir otel işletmesinde misafirler tarafından yüz yüze yapılan şikâyetlerin departmanlara ve temalara göre sınıflandırılması amaçlanmıştır.

2021 ve 2022 yıllarına ait verilere göre araştırmada elde edilen bulgular incelendiğinde; 2021 yılında 8565 ve 2022 yılında 8270 adet şikâyetin olduğu görülmüştür. Misafir şikâyetlerinin “Bilgi İşlem, Bahçe, Diğer/Acente, Eğlence/Animasyon, Yiyecek & İçecek, Mutfak, Ön Büro, Golf Kulübü, Misafir İlişkileri, Güvenlik, Kat Hizmetleri, Kalite Yönetimi, Spa, Teknik Servis, Yönetim, Genel” olmak üzere 16 departman odağında toplandığı ve bu departmanlar altında toplamda 103 adet temanın

belirlendiği tespit edilmiştir. Bu departmanlardan en çok sırasıyla “Genel, Kat hizmetleri, Yiyecek & İçecek ve Mutfak (F&B), Teknik Servis” departmanlarından kaynaklı olumsuzluklardan şikâyetçi olduğu belirlenmiştir. 2021 ve 2022 yıllarında “Genel” departmanı içerisinde en yüksek şikâyet temalarının ‘ana bina odaları, diğer misafirler hakkında şikâyet, otelin genel izlenimi, genel konsept ve her şey dâhil sistem’; “Yiyecek & İçecek” departmanında ‘F&B personelinin ilgisi ve hizmeti, mini bar hizmeti, oda servisi hizmeti, bar hizmeti’; “Mutfak” departmanında ‘genel restoran hizmeti, A’la Carte/Alakart restoran hizmeti, yemek çeşitliliği, yemek lezzeti’; “Kat hizmetleri” departmanında oda, banyo, balkon temizliği, buklet malzemeleri, kat hizmetleri personelinin ilgisi ve hizmeti, çamaşırhane hizmetleri; “Teknik Servis” departmanında ‘klima odalar, tesisat bakım ve arızalar, açık havuz suyu sıcaklığı, elektrik bakım ve arızaları’ üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular ile literatürde yapılan çalışmalar karşılaştırıldığında yapılan çalışmalarda birbirine benzer şikâyet içeriklerinin/temalarının ortaya çıktığı görülmüştür. En çok şikâyet edilen “Genel” departman temaları (Efendi, 2021; Genç ve Batman, 2018; Gürkan ve Polat, 2014; Güzel, 2014; Memarzadeh ve Chang, 2015), Yiyecek ve İçecek ve Mutfak (F&B) departmanı (Ayyıldız ve Baykal, 2020; Chittiprolu vd, 2021; Çulha vd., 2009; Efendi, 2021; Güllü ve Akçay, 2021; Gürkan ve Polat, 2014; Keskin vd., 2022; Kızıldemir vd., 2019; Qin ve Prybutok, 2009; Soruç ve Şengül, 2019; Yeşilyurt vd., 2020), Kat hizmetleri (Ayyıldız ve Baykal, 2020; Dinçer ve Alrawadie, 2017; Efendi, 2021; Güllü ve Akçay, 2021; Gürkan ve Polat, 2014; Gürbüz ve Ormankıran, 2020; Keskin vd., 2022; Levy vd., 2013; Yeşilyurt vd., 2020) çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. Benzer şekilde literatürde yapılan çalışmalarda da genel olarak F&B ve Kat Hizmetleri’ne yönelik yapılan şikâyetler üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırma sonucundan ve literatürde yapılan çalışmalardan hareketle, öncelikle misafirlerin temel ihtiyaçları olan yeme-içme, sağlıklı beslenme, uyku, barınma, hijyen, boşaltım gibi fizyolojik ihtiyaçların karşılanması gerektiği söylenebilir. Maslow’un ihtiyaçlar teorisine göre de fizyolojik ihtiyacı giderilmeyen bir birey için diğer ihtiyaçların pek bir önemi yoktur (Maslow, 1943). Bununla birlikte, 2021 ve 2022 yılları karşılaştırıldığında şikâyet oranlarının ve şikâyet edilen departman, tema kategorilerinin neredeyse aynı olması araştırma kapsamında değerlendirilen beş yıldızlı otel işletmesinde şikâyetlerin devam ettiğini ve otelde çok fazla bir iyileşmenin yapılmadığını göstermektedir. Bu bağlamda, otel işletmesinin 12 ay boyunca hizmet vermesinden ötürü herhangi bir yeniliğe, iyileşmeye gitmek için fırsat bulamadığı veya yönetim tarafından gerekli önlemlerin alınmadığı, yeterli çabanın gösterilmediği çıkarımı yapılabilir. Ayrıca, misafirler tarafından yapılan olumlu yorumlar ve verilen puanlar neticesinde ödül almayı başarmış en iyi kalitedeki beş yıldızlı otel işletmelerinde bile, bu şikâyetlerin görülmesi hizmet başarısızlığının tamamen önlenemediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Gürbüz ve Ormankıran, 2020:26). Ancak etkili bir personel yönetim politikası ile misafir şikâyetleri en alt seviyeye düşürülebilir.

Misafir söylemlerinden ve temalardan hareketle misafir şikâyetleri daha özele indirgendiğinde getirilebilecek bazı öneriler şu şekilde özetlenebilir:

- 12 ay boyunca hizmet vermeye devam eden otel işletmelerinin yıpranma paylarının daha yüksek olmasından dolayı özellikle misafirin temel konforu açısından ‘odaların bakımı, temizliği, dekorasyon yenilenmesi’ gibi hususlara dikkat edilmelidir.
- Extra/geçici, mevsimlik veya günübirlik çalışanlar yerine verimli, otele hâkim, kemikleşmiş çalışanlar ile çalışmaya özen gösterilmeli ve tüm çalışanlara tüketici psikolojisi, misafir ilişkileri, diksiyon, şikâyet yönetimi ve hatta yabancı dil konularında eğitimler verilmelidir. İnsan Kaynakları Departmanı bu konuda gereken titizliliği göstermelidir. Ayrıca misafirlere yönetici ilgisi ve yaklaşımının da en az çalışanlar kadar değerli ve önemli olduğu unutulmamalıdır.
- Özellikle yaz sezonu sonu başlayan ve kalabalık bir grup halinde gelen toplantı gruplarına yönelik yeterli düzeyde ve nitelikli personellerle çalışmaya dikkat edilmelidir. Yazın misafirin yoğun olduğu dönemlerde çalışan iş gücünün artırılıp kışın çıkarımların yapılması yanlış bir uygulamadır. Çünkü tüm yıl boyunca faaliyet gösteren otellerde kış yoğunluğu da yaz sezon yoğunluğu gibi aynı şekilde devam etmektedir.
- Otel işletmeleri misafirlerine güvenli ve kaliteli bir internet ağı sunmak zorundadırlar.
- Otel işletmelerinin sunmuş oldukları hizmet kalitesi kadar otelde konaklayan diğer misafir kalitesinin önemi de ortaya çıkmaktadır. Çünkü misafirler söylemlerinde diğer milletten olan bazı misafirlerin çok kaba, saygısız, gürültülü, görgüsüz olduğunu ve bundan çok rahatsızlık duyduklarını belirtmişlerdir. Bu sonucu Güzel’in (2014:12) çalışması desteklemektedir. Bu hususta otel yönetimi misafir kalitesini yüksek tutabilmek için belirli kıstaslar koyabilir ve bu bilgiler misafir ile açıkça paylaşılabilir, konaklama sırasında sorun çıkarıldığında uyarılabilir, olumsuz davranışlar tekrarlandığı takdirde acentesi ile iletişime geçilebilir ve gerekli notlar alınarak gelecekte aynı misafir otele kabul edilmeyebilir.
- Özellikle yazın ortaya çıkan sinek ve haşereler için önceden ilaçlamalar yapılmalıdır.
- Klimaların otomatik sistem dâhilinde açılıp kapanabilmesi yerine bireysel olarak istenilen zamanda açılıp kapanabilen daha dijital sistemler kurulabilir.
- Kimi zaman değerli eşyaların kaybolması veya çalınması durumu ile karşılaşılabilir. Bu durum çoğu zaman özel hayatın gizliliğinden dolayı otel odalarında kameranın olmamasından kaynaklanmaktadır. Bu hususta misafirler otele ilk giriş yaptıklarında özel eşyalarını açıkta bırakmamaları belirtilmelidir. Oda hizmeti veren roomservis, kat hizmetleri görevlilerine verilen eğitimler ara ara tekrarlanmalıdır. Veyahut odaya girildiği andan itibaren çalışanların yaptıklarını kayıt altına alan dijital kamera sistemleri geliştirilebilir.
- Engelli misafirlere sunulan imkânlar en hassas olunması gereken noktalardan biridir. Engelli misafirlere sunulan tekerlekli sandalye gibi hizmetler ücret karşılığında verilmemelidir. Hatta engelli misafirlere özgü daha rahat vakit

geçirebilecekleri alanlar yaratılmalı, özel oturma düzenleri kurulmalı, indirimler yapılmalı ve bu misafirlere tatilleri boyunca eşlik edilmelidir.

Bu araştırmanın belirli kısıtları bulunmaktadır. Bu çalışmada sadece beş yıldızlı bir otel işletmesi ele alınmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda diğer beş yıldızlı otel işletmelerindeki şikâyetler aylara, demografik özelliklere, milliyete göre ayrı ayrı karşılaştırılarak değerlendirmeler yapılabilir. Aynı zamanda diğer yıldız kategorili işletmeler veya küçük ölçekli turizm tesisleri ile ilgili araştırmalar yapılarak birbirleri arasındaki benzerlikler ve farklılıklar daha geniş bir perspektif sağlayabilir.

Kaynakça

- Alrawadieh, Z. (2017). Konaklama işletmelerinde misafirlerin e-şikâyetlerine yönelik içerik çözümlemesi: Ürdün otel pazarına yönelik bir araştırma, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul.
- Assaf, A. G., Josiassen, A., Cvelbar, L. K. ve Woo, L. (2015). The Effects of Customer Voice on Hotel Performance. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 77-83.
- Ayyıldız, A. Y. ve Baykal, M. (2020). Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi: Kuşadası 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(30), 2659-2683.
- Barlow, J., & Moller C. (2009). *Her Şikâyet Bir Armağandır*. İstanbul: Rota Yayınları.
- Berezina, K., Bilgihan, A., Cobanoğlu, C. ve Okumus, F. (2016). Understanding Satisfied and Dissatisfied Hotel Customers: Text Mining of Online Hotel Reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(1), 1-24.
- Chittiprolu, V., Samala, N. ve Bellamkonda, R. S. (2021). Heritage Hotels and Customer Experience: A Text Mining Analysis of Online Reviews. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(2), 131-156.
- Cook, S. (2012). *Complaint management excellence: Creating costomer loyalty through service recovery*. Kogan Page.
- Çimenci, M. ve Ayyıldız, Y. A. (2021). Pamukkale’de Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Termal Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1945-1960.
- Çulha, O., Hacıoğlu, G. ve Kurt, G. (2009). Otel Müşterilerinin E-Şikâyetlerine Yönelik Bir İçerik Çözümlemesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(4), 42-49.
- Demirci, S. ve Köseli, M. (2009). *İkincil Veri ve İçerik Analizi*. K. Böke (Ed.), Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (s.309-350), Alfa Yayınları.
- Dinçer, M. Z. ve Alrawadieh, Z. (2017). Negative Word of Mouse in The Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews on Luxury Hotels in Jordan. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8), 1-44.
- Efendi, M. (2021). Çeşme’de Bulunan Küçük Ölçekli Konaklama Tesisleri; Covid-19 Süreci ve E-Şikâyetlerin İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 103-118.

- Ekiz, E. H., Ragavan, N. A. ve Hussain, K. (2011). How to Manage Guest Complaints: Global Implications From Hong Kong Hoteliers. *Global Journal of Management and Business Research*, 11(1), 1-14.
- Genç, K. ve Batman, O. (2018). Tarihi Konak İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: İpekyolu Ayaş-Sapanca Koridoru Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), 283-296.
- Göktepe, S. (2010, 17 Ekim). *Turizm ve Otelcilik Portalı, Otel Misafiri ve Beklentileri*. [Online] <http://www.goktepe.net/otel-misafiri-ve-beklentileri.html> [Erişim Tarihi: 24.05.2023].
- Güleş, H. K., Akgemci, T. ve Civelek, A. (2005). Stratejik Bir Rekabet Aracı Olarak Müşteri İlişkileri Yönetimi: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 273-290.
- Güllü, K. ve Akçay, S. (2021). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Konaklama Sektöründe E-Şikâyetlerin Analizi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(4), 1640-1655.
- Gürbüz, E. ve Ormankıran, G. A. (2020). Otel İşletmelerine İlişkin Müşteri Pozitif Yorum ve Şikâyetlerinin Yoğunlaştığı Konulara İlişkin Nitel Bir Değerlendirme. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(1), 17-32.
- Gürkan, G. Ç. ve Polat, D. D. (2014). Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren Resort Konaklama İşletmeleri Hakkında Yapılan Şikâyetler Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 45-61.
- Güzel, F. Ö. (2014). Marka İtibarını Korumada Şikâyet Takibi: Çevrimiçi Seyahat 2.0 Bilgi Kanallarında Bir Uygulama. *Journal of Internet Applications and Management*, 5(1), 5-19.
- Heung, V. C. S. ve Lam, T. (2003). Customer Complaint Behaviour Towards Hotel Restaurant Services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283-289.
- Kandampully, J. ve Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Karcı, F. (2021). *Gezifatihi, Belek Otelleri Rehberi*. [Online] <https://gezifatihi.com/belek-otelleri-rehberi/> [Erişim Tarihi: 24.05.2023].
- Keskin, G., Bilgiç, M. Y. ve Ayyıldız, A. Y. (2022). Covid-19 Sürecinde Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin İncelenmesi. *Pazarlama İlgörüsü Üzerine Çalışmalar*, 6(1), 1-12.
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyetlerin Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 25(7), 4189-4202.
- Kızıldemir, Ö., İbiş, S. ve Çöp, S. (2019). Afyonkarahisar'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Yorumların ve E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1315-1324.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, C. C., & Hu, C. (2005). Analyzing Hotel Customers' E-Complaints From an Internet Complaint Forum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(2-3), 167-181.
- Levy, S. E., Duan, W. ve Boo, S. (2013). An Analysis of One-Star Online Reviews and Responses in the Washington, D.C., Lodging Market. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1), 49-63.
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

- Mattila, A. S. ve Mount, D. J. (2003). The Impact of Selected Customer Characteristics and Response Time on E-Complaint Satisfaction and Return Intent. *International Journal of Hospitality Management*, 22(2), 135-145.
- Maurer, C. ve Schaich, S. (2011). Online Customer Reviews Used as Complaint Management Tool. *In Information and Communication Technologies in Tourism*, 499-511.
- Memarzadeh, F. ve Chang, H. J. (2015). Online Consumer Complaints about Southeast Asian Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(1), 76-98.
- Ngai, E. W., Heung, V. C., Wong, Y. H. ve Chan, F. K. (2007). Consumer Complaint Behaviour of Asians and Non-Asians About Hotel Services: An Empirical Analysis. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1375-1391.
- Otelpuan.com (2023). 2023 Otelpuan Ödülleri Sahiplerini Buldu!. [Online] <https://www.otelpuan.com/tr/Odullu-Tesisler/5> [Erişim Tarihi: 2.06.2023].
- Perçin, N. Ş. ve Yiğit, S. (2020). Tripadvisor'da Yer Alan Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Hakkındaki E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2985-3001.
- Qin, H. ve Prybutok, V. (2009). Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in Fast-Food Restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78-95.
- Sak, R., Sak, İ. T. Ş., Şendil, Ç. Ö. ve Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.
- Sharma, S. ve Srivastava, S. (2018). Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Hotel Industry. *TRJ Tourism Research Journal*, 2(1), 42-49.
- Soruç, K. ve Şengül, S. (2019). Dört ve Beş Yıldızlı Kış Otellerinin Yiyecek İçecek Departmanlarına Yönelik E-Şikâyetlerin Analizi. 1. Uluslararası Kış Turizm Kongresi, Erzurum, Türkiye.
- Sujithamrak, S. ve Lam, T. (2005). Relationship between Customer Complaint Behavior and Demographic Characteristics: A Study of Hotel Restaurants' Patrons. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(3), 289-307.
- Tantawy, A. ve Losekoot, E. (2000). An Assessment of Key Hotel Guest Contact Personnel in Handling Guest Complaints. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1(4), 21-43.
- Ünal, A. (2019). Otel Müşterilerinin E-Şikâyetlerinin Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Çalışma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(2), 561-581.
- Vásquez, C. (2011). Complaints Online: The Case of Tripadvisor. *Journal of Pragmatics*, 43(6), 1707-1717.
- Yavas, U., Karatepe, O. M., Babakus, E. ve Avci, T. (2004). Customer Complaints and Organizational Responses: A study of Hotel Guests in Northern Cyprus. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 11(2-3), 31-46.
- Yeşilyurt, H., Çalışkan, C. ve Okat, Ç. (2020). Potansiyel Turizm Destinasyonlarında Bulunan Otellerle İlgili E-Şikâyetlerin Coğrafi Bakışla Değerlendirilmesi: Adıyaman Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2003-2017.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.