

## COVID-19 pandemisi sürecinde konaklama sektöründe e-şikâyetlerin analizi

### An analysis of e-complaints in the hospitality sector during the COVID-19 pandemic

Kenan Güllü<sup>1</sup> 

Süreyya Akçay<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye, [kgullu@erciyes.edu.tr](mailto:kgullu@erciyes.edu.tr)

ORCID: 0000-0002-8604-8798

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye, [akcaysureyya@gmail.com](mailto:akcaysureyya@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-5176-4444

#### **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:**

Kenan Güllü,

Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye, [kgullu@erciyes.edu.tr](mailto:kgullu@erciyes.edu.tr)

**Başvuru/Submitted:** 10/10/2021

**Revizyon/Revised:** 24/11/2021

**Kabul/Accepted:** 1/12/2021

**Yayın/Online Published:** 25/12/2021

**Atıf/Citation:** Güllü, K., & Akçay, S., COVID-19 pandemisi sürecinde konaklama sektöründe e-şikâyetlerin analizi, *bmij* (2021) 9 (4): 1640-1655, doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i4.1960>

#### **Öz**

Web teknolojilerinin kullanımı yaygınlaştıkça konaklama işletmelerinde misafirlerin şikâyet etmelerine neden olacak deneyimleri çevrimiçi ortamlarda paylaşmaları mümkün olmaktadır. COVID-19 salgını ve ülkelerce alınan önlemler doğrultusunda uygulamalardaki deneyimler de e-şikâyet konuları içinde yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı; küresel boyutta faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin misafirlerinin yapmış olduğu e-şikâyetlerin sınıflandırılması ve otel misafirlerinin COVID-19 sürecinde e-şikâyet konularının belirlenmesidir. Araştırmada Türkiye’de faaliyette bulunan Hospitality ON-2019 Top 10 otel listesindeki Antalya, Ankara, İstanbul, İzmir, Muğla otel misafirlerinin Tripadvisor web sitesinde yer alan 366 e-şikâyet yorumları içerik analizi ile incelenmiştir. Yapılan içerik analizi için veriler formlara işlenmiş, elektronik artama aktarılmış, analiz edilerek görselleştirilmiştir. Araştırma sonucunda; otel misafirlerinin e-şikâyetleri, genel, restoran ve yiyecek-içecek, odalar, ön büro, hizmet kalitesi ve yönetim olarak 6 ana kategori ve 26 alt kategoride sınıflandırılmıştır. E-şikâyetlerin en çok genel, restoran ve yiyecek-içecek, odalar, ön büro, hizmet kalitesi ve yönetim kategorilerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** COVID-19, E-şikâyet, Turizm, Konaklama İşletmeleri

**Jel Kodları:** M30, M31, M39

#### **Abstract**

As web technologies become widespread, accommodation businesses can share experiences that will cause their guests to complain online. Experiences in applications in line with the COVID-19 outbreak and the measures taken by countries are also included in e-complaints. The aim of this study; Classification the e-complaints made by the guests of the accommodation businesses operating on a global scale and determine the e-complaints of the hotel guests in the COVID-19 process. In the research, 366 e-complaint comments of Antalya, Ankara, İstanbul, İzmir, Muğla hotel guests on the Hospitality ON-2019 Top 10 hotel list operating in Turkey Tripadvisor website were analysed by content analysis. The data were processed into forms for the content analysis, transferred to electronic increments, analysed, and visualized. As a result of the research, e-complaints of hotel guests are classified into six main categories and 26 sub-categories as general, restaurant and food and beverage, rooms, front desk, service quality and management. It has been determined that e-complaints are primarily concentrated in public, restaurant and food and drink, rooms, front office, service quality and control.

**Keywords:** COVID-19, E-complaint, Tourism, Hospitality Management

**Jel Codes:** M30, M31, M39

## Extended Abstract

### An analysis of e-complaints in the hospitality sector during the COVID-19 pandemic

#### Literature

The frequent use of online platforms for complaint reporting has attracted the attention of academic circles, and this interest has led to an increase in studies examining e-complaints. Some of these studies are as follows; Sparks and Browning (2010) examined Tripadvisor-complaints in their research and stated that the most focused issues were listed as hotel interior features and room features. Then, e-complaints made to consumer services and common areas of the hotel are listed. Among the in-hotel features, issues such as the size of the room, the cleanliness of the room and the condition of the furniture and equipment in the room are included in the e-complaints.

Levy, Duan and Boo (2013) examined the e-complaint reviews obtained from Priceline, Yelp, and Hotels.com websites. They revealed that the most frequently complained issues were front desk personnel, bathroom problems, room cleaning and guest room noise. Dinçer and Alrawadieh (2017) determined that the most common e-complaints were related to the efficiency, service quality, cleanliness, and hygiene of hotel businesses. In their study, Jordan hotels' Tripadvisor website e-complaints were examined. In their research, Sahin, Gulmez and Kitapçı (2017) examined the Tripadvisor e-complaints of Antalya hotels. They showed that among the study findings, "cleanliness and hygiene" constituted 10 per cent of all complaints, and the sub-title of "dirty room" constituted 5 per cent of all complaints about cleanliness and hygiene. Fernandes and Fernandes (2018) evaluated the e-complaints of hotel guests on Tripadvisor in their study conducted in Oporto, Portugal's second-largest city (a popular Mediterranean tourism destination). They found that the most complaints were, respectively, rooms, customer service, cleaning reported that they were categorized as sleep quality and value. Nazlı (2020) analysed 410 e-complaints of the tourists who want to travel to various touristic places with the help of an online travel agency by making content analysis.

#### Research subject

They are considering the measures such as travel, health, curfews, and their adverse effects on tourism, especially during disease and epidemic periods, the importance of e-complaints reported by hotel guests and their reduction increases even more. For this reason, this study is designed to contribute to the awareness of e-complaints of hotel businesses during the COVID-19 epidemic, which is a global epidemic.

#### Research purpose and importance

Tourists have become more conscious due to changes in the tourist profile, the development of technology, and easier access to information resources. As web technologies become widespread, the experiences that will cause the guests to complain in accommodation businesses are shared more and more online. Furthermore, experiences in applications in line with the COVID-19 outbreak and the measures taken by countries are also included in e-complaints. For this reason, it is essential to classify the e-complaints made by the guests of the accommodation businesses operating on a global scale and to determine the e-complaints of the hotel guests in the COVID-19 process.

#### Contribution of the article to the literature

This study will ensure that the e-complaints of hotel businesses are known during the COVID-19 epidemic, which is a global epidemic. Knowing the complaints will constitute data by the business managers in the decision processes. Making and implementing the right decisions will positively affect the satisfaction levels of both businesses and consumers.

#### Design and method

In order to obtain data suitable for the study, a convenience sampling method was chosen from the sampling methods. In addition, content analysis was made from qualitative research methods.

#### Research type

Qualitative research methods.

#### Research problems

Identifying customer complaints in the COVID-19 process

#### Data collection method

The guests in 5 categories determined these comments on the Tripadvisor website (Excellent, Very Good, Average, Bad, Terrible). The evil and lousy comments below the average were analyzed within the scope of e-complaints. Within the scope of content analysis, similar data from the obtained data were brought together within the framework of specific concepts and themes, organized, grouped and interpreted.

#### Quantitative/qualitative analysis

Qualitative research method

#### Research model

Qualitative research method

#### Research hypotheses

#### Findings and discussion

E-complaints of hotel guests are classified into six main categories and 26 sub-categories as general, restaurant and food and beverage, rooms, front desk, service quality and management. The categories with the highest concentration of e-complaints were broad, restaurant and food and drink, rooms, front desk, service quality and control, respectively.

### **Findings as a result of analysis**

E-complaints of hotel guests are classified into six main categories and 26 sub-categories as general, restaurant and food and beverage, rooms, front desk, service quality and management. The categories with the highest concentration of e-complaints were broad, restaurant and food and drink, rooms, front desk, service quality and control, respectively.

### **Hypothesis test results**

#### **Discussing the findings with the literature**

The results are similar to the study of Sparks and Browning (2010). This study examined the guests' complaints in the sub-categories of the three main categories about complying with the COVID-19 epidemic rules. As a result of the complaints regarding the cleaning-hygiene issues, the guests took into account the measures of the COVID-19 epidemic. They paid attention to the cleaning-hygiene problems depending on the epidemic. Complaints in the service quality and management categories are also among the issues that managers should take action, and all these results were reported by Fernandes and Fernandes (2018), Levy et al. (2013) are similar to the work of Zengin and Haliloğlu (2020).

#### **Conclusion, recommendation and limitations**

In this study, the e-complaints shared by the hotel guests on the web were discussed, but the management's evaluation of the guests' complaints was not examined. Therefore, how the leadership evaluates the guests' complaints and efforts to respond and resolve them can be the subject of another study. In addition, in this study, which was carried out during the COVID-19 epidemic period, since the guests had to stay with the rules and restrictions that the hotel businesses had to comply with, this study could be repeated after the epidemic results could be compared. Therefore, redesigning future studies by considering these constraints will contribute to the literature.

#### **Results of the article**

The notifications of hotel guests who made e-complaints evaluated in the study were examined in 6 main complaint categories. Within these categories, guests complained more about the issues in the general complaint category than others. When these issues are discussed, it is noteworthy that the e-complaints made for the employees and the complaints of the restaurant and food-beverage sorts are more than the others.

#### **Suggestions based on results**

As a sector easily affected by global epidemics, the tourism sector has also been adversely affected by the last outbreak of COVID-19 in 2020 (Gossling, Scott and Hall, 2020). With this epidemic, countries have taken many measures, from travel restrictions to the restriction of tourism businesses' activities to a curfew. With these measures, tourism movements slowed down and even came to a standstill in some periods. To prevent economic problems and job losses that may arise with the recession in the sector, countries have attempted to revitalize the tourism sector within specific rules (TUROB, 2020). Although the hotel industry, which was opened in the shadow of the COVID-19 epidemic, was adversely affected, it provides restrictions and specific rules. During or after these services, hotel guests report the negativities they encounter in the environment of the COVID-19 outbreak. Therefore, it is necessary to evaluate e-complaints and take new measures in this context to prevent the sector from being adversely affected by e-complaints made on the internet.

It will be beneficial for hotel businesses to take necessary measures by carefully examining guest complaints about the physical characteristics of the rooms they own, cleaning hygiene, and complying with the COVID-19 epidemic rules to increase the preferability of these businesses.

Especially in an environment where the COVID-19 epidemic negatively affects the tourism sector and therefore hotel businesses, hotel businesses that have been opened with various difficulties should try to ensure their continuity by approaching the issues their guests complain about more carefully.

#### **Limitations of the article**

This study has some limitations. In this study, e-complaints shared by hotel guests on the web were discussed, but the evaluation of guests' complaints by the management was not examined. How the management evaluates guests' complaints, efforts to respond and resolve their complaints can be the subject of another study. In addition, in this study, which was carried out during the COVID-19 epidemic period, since the guests had to stay with the rules and restrictions that the hotel businesses had to comply with, this study could be repeated after the epidemic results could be compared.

## Giriş

İşletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri, mal ya da hizmetlerini iyileştirebilmeleri için müşterileri ile ilişkilerini değerlendirmesi gerekmektedir. Memnuniyetsizlik yaratan, özellikleri isteklerini karşılamadığı ürünlerden şikâyetçi olan müşterilerden elde edilen bilgiler rekabet üstünlüğü sağlamada, ürün iyileştirme, müşteri ihtiyaç ve isteklerini doğru anlama çabalarında önemli bir yer tutmaktadır (Sahin, Gülmez ve Kitapçı, 2017). Memnun olmayan müşteriler şikâyetlerini çeşitli yollarla bildirmekte özellikle web teknolojilerinin de kullanımındaki artış ile çevrimiçi ortamlar tercih edilmektedir. Her işletmenin karşılaşılabileceği gibi turizm işletmeleri de çevrimiçi ortamlarda müşteri şikâyetleriyle karşılaşmaktadır.

Günümüzde turist profilindeki değişme, teknolojinin gelişmesi ile bilgi kaynaklarına erişimin kolaylaşması gibi nedenlerle turistler daha bilinçli hale gelmiştir. Konaklama yapan turistler, internet ortamında otel işletmeleriyle ilgili bilgilere erişimin günümüz teknolojik gelişmeleri yoluyla kolaylaşmasıyla, çeşitli web siteleri (Booking.com, Trivago.com, Tripadvisor.com gibi) aracılığıyla beğeni ve yorumlarını paylaşmaktadır (Ayyıldız ve Baykal, 2020). Bu yorumlar çevrimiçi potansiyel turistlerin nerede konaklayacakları, satın almaları gibi konulardaki kararlarını olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (Buhalis ve Law, 2008; Dinçer ve Alrawadieh, 2017; Sparks, So ve Bradley, 2016). Özellikle hastalık ve salgın dönemlerinde alınan seyahat, sağlık, sokağa çıkma kısıtlamaları gibi tedbirler ve turizme olan olumsuz etkileri dikkate alındığında otel misafirlerinin bildirdikleri e-şikâyetlerin ve azaltılmasının önemi daha da artmaktadır. Bu nedenle bu çalışma, küresel bir salgın olan COVID-19 salgın sürecinde, otel işletmelerinin e-şikâyetlerinin bilinmesine katkıda bulunmak için tasarlanmıştır. Önceki araştırmalar (Levy, Duan ve Boo, 2013), Fernandes ve Fernandes, 2018; Zengin ve Haliloğlu, 2020), otellere yönelik e-şikâyetlerin oda temizlik, çalışanların davranışları, hijyen gibi konularda ortaya çıktığını göstermektedir. Sparks ve Browning (2010), Tripadvisor e-şikâyetlerini incelemiş, en çok odaklanılan konuların otel içi özellikler, oda özellikleri şeklinde sıralandığı görülmüştür. Bu e-şikâyetler otel işletmelerinin mevcut ve potansiyel müşterilerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle, özellikle COVID-19 salgını gibi önemli salgın hastalık dönemlerinde uygulamalarda yaşanan eksikliklerin misafirler gözünden belirlenmesi yararlı olacaktır. COVID-19 salgın sorunu ve buna bağlı şikâyetler küresel özellik arz etmekte olup bilinmesi ve çözüm yolu aranması için bu çalışma yol gösterici olacaktır.

## Literatür taraması

Küresel salgınların geçmiş dönemlerde turizm sektörünü etkilediği görülmüştür. SARS (şiddetli akut solunum sendromu) salgını, 2002-2003 yıllarında ortaya çıkan, tahmini küresel ekonomik maliyeti 100 milyar ABD doları ile turizmi olumsuz etkileyen salgınlardan biridir (Gossling, Scott ve Hall, 2020). Dünya genelinde bu salgında toplam turist sayısında % 0,4'lük bir düşüş yaşanmıştır (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2020). Yine 2015'teki MERS (Orta Doğu Solunum Sendromu) salgını turizmi olumsuz etkilemiştir. Salgınlar ve yayılımı, küresel seyahat hareketleri ile ilişkilendirildiğinden ülkelerin aldıkları seyahat kısıtlamaları kararları uluslararası turizmin durgunlaşmasına hatta gerilemesine neden olmaktadır (Gossling vd., 2020; Hall, Scott ve Gossling, 2020). Bu durumun bir örneği 2020'de ortaya çıkan COVID-19 salgını ile yaşanmış, sınırlar kapatılmış, seyahat yasakları getirilmesi ile ulaşım şirketleri büyük ekonomik kayıplara uğramış, hatta insanların evde kalmalarına yönelik tedbirler alınması iç turizmi de olumsuz etkilemiştir (Higgins-Desbiolles, 2020).

COVID-19 salgını ile 2,1 trilyon ABD dolarına varan turizm kaynaklı bir kayıp ve 75 milyona kadar istihdam kaybı öngörülmektedir (WTTC, 2020; Hall vd., 2020). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2020) verilerine göre, seyahat kısıtlamaları, spor ve konser organizasyonlarının iptal edilmesi, müze gibi turistik mekânların kapatılması ve benzeri nedenlerden, uluslararası turizmde 2020 yılının ilk yarısında bir önceki yılın aynı dönemine göre %65 düşüş yaşanmış, uluslararası turist sayısı 440 milyon azalmıştır (UNWTO, 2020). WTTC (2020)'ye göre seyahat ve turizm, dünyanın her 10 işinden birini yaratmaktan doğrudan sorumlu ve Küresel GSYİH'nın % 10,4'üne katkıda bulunmakta olup, öngörülen iş kayıpları ile aileler ve ülkelerin ekonomik çöküş yaşayabileceği bildirilmektedir. Bu nedenle ülkeler sektörü canlandırmak için çeşitli tedbirler almışlardır. Örneğin, Güney Afrika'nın salgına yönelik Nisan 2020'de açıklanan Turizm İyileştirme Planı'na göre, kapsamlı bir endüstri/ devlet iyileştirme ortaklığı ile küresel bir pazarlama programı yürütmek, güvenliği teşvik eden bilgilendirici mesajlarla iç talebi harekete geçirmek, sermaye yatırımını, sektör dönüşümünü ve ürün çeşitlendirmesini teşvik etmek gibi birtakım önlemlerle turizm sektörü canlandırılmaya çalışılmıştır (Rogerson ve Rogerson, 2020). Diğer dünya ülkeleri de (İtalya, Japonya, Brezilya, Kanada gibi) COVID-19 krizi ve turizme etkileriyle ilgili çeşitli planlar ortaya koymuştur. Bu planlar, ziyaretçilerin bilgilendirilmesine, ülkelere geri gönderilmelerine yardımcı olmak, turizm şirketlerine, özellikle

küçük ve orta ölçekli şirketlere yönelik mali destek sağlamak, yeni pazarlar bulmalarına yardımcı olmak, iş süreçlerini güncelleme, COVID-19'un etkisini ve müdahale mekanizmalarını değerlendirmek için özel gruplarla (örneğin özel sektörle iletişim, kısa vadeli, orta ve uzun vadeli stratejilerin geliştirilmesi vb.) işbirliği yapmak gibi konuları içermektedir (Kvirkvelia ve Tsistagi, 2021).

Tüm dünyada olduğu gibi COVID-19 sürecinden etkilenen bir ülke olarak Türkiye de birtakım önlemler almıştır. Hafta sonu kısıtlamalarından yabancı turistler muaf tutularak yabancı turist akışı ve konaklamasının canlandırılması hedeflenmiştir (TÜROB, 2021). Yine bu süreçte, Temmuz 2021'e gelindiğinde Bangladeş, Brezilya, Güney Afrika, Hindistan, Nepal ve Sri Lanka'dan gelen uçuşların durdurulmasına karar verilmiş, diğer ülkelerden gelen turistler için ülkeye girişlerde girişten en az 14 gün önce aşı yaptırıldığına ilişkin ilgili ülke resmi otoritelerince düzenlenen belgeyi ibraz edenlerden konaklayacakları tesis bilgilerini bildirmeleri şartı ile otellerde konaklamalarına izin verilmiştir (İçişleri Bakanlığı, 2021). Bu uygulamalar ile COVID-19 salgını döneminde ayakta kalabilen ve çeşitli salgın tedbirleri ile yeniden faaliyete geçen otel işletmelerinin ayrıca önlem almalarını gerektirmiştir. Ayrıca otel işletmelerine çeşitli sertifikalandırmalar yoluyla getirilen temizlik, hijyen, sosyal mesafe, maske kullanımı gibi kurallar yoluyla bu işletmelerin faaliyete geçmeleri sağlanmıştır (TÜROB, 2020). Salgın döneminde çeşitli kısıtlama ve kurallarla yeniden misafir kabul eden otel işletmelerinin COVID-19 salgını ortamında karşılaştıkları olumsuz durumları şikâyetler olarak bildirdikleri görülmüştür. Turizm sektörünün önemli bir ayağı olan otel işletmelerinin şikâyetlerden daha fazla etkilenmemesi için e-şikâyetlerin değerlendirilmesi ve yeni tedbirler alınması gerekmektedir.

Otel misafirleri, yararlandıkları işletme mal ve hizmetlerinde karşılaştıkları herhangi bir memnuniyetsizlik durumunu şikâyet olarak bildirebilmektedir (Sahin vd., 2017). Bu şikâyetler, satış sonrası ortaya çıkan ve beklentilerinin karşılanmadığını ifade eden olumsuz bir müşteri geri bildirim davranışı olarak ifade edilebilir (Efendi, 2021). E-şikâyetler ise, bir şirket veya markaya yönelik çevrimiçi ortamlarda yapılan ve genellikle, belgeler, fotoğraflar ve videolar gibi kanıtlardan oluşan şikâyetlerdir (Ayyıldız ve Baykal, 2020). Otel işletmelerinin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için şikâyetler yoluyla elde edilen bilgiler önemli bir araçtır. Otel misafirlerinin istekleri, ihtiyaçları, beklentileri... vb. durumları bilmek, kayıt altına almak ve misafir özelliklerine göre ürün ya da hizmet geliştirmek gerekmektedir (Bozok, Güven ve Ceylan, 2014).

Şikâyet bildirimi için çevrimiçi platformların sık kullanılması, akademik çevrelerin dikkatini çekmiş, bu ilgi e-şikâyetlerin incelendiği çalışmaların da artmasına yol açmıştır. Bu çalışmalardan bazıları şöyledir; Sparks ve Browning (2010) çalışmalarında, Tripadvisor'e şikâyetlerini incelemiş ve en çok odaklanılan konuların otel içi özellikler ve oda özellikleri şeklinde sıralandığını ifade etmişlerdir. Söz konusu çalışmada otel içi özelliklerden odalar ile ilgili odanın büyüklüğü, odanın temizliği ve odadaki mobilya ve ekipmanın durumu gibi konular e-şikâyetler içerisinde yer almıştır. Bununla birlikte, tüketici hizmetlerine ve otelin ortak alanlarına ilişkin yapılan e-şikâyetler de sıralanmıştır.

Levy vd. (2013) çalışmalarında, Priceline, Yelp ve Hotels.com gibi web siteleri üzerinden elde ettikleri e-şikâyet yorumlarını incelenmişler ve en çok şikâyet edilen konuların ön büro personeli, banyo sorunları, oda temizliği ve misafir odası gürültüsü ile ilgili olduğunu belirtmişlerdir. Dinçer ve Alrawadieh (2017), Ürdün otellerinin Tripadvisor web sitesi e-şikâyetlerini inceledikleri çalışmalarında, en sık e-şikâyetlerin otel işletmelerinin verimliliği, hizmet kalitesi, temizlik ve hijyenle ilgili olduğunu belirtmişlerdir. Sahin vd. (2017) çalışmalarında, Antalya otellerinin Tripadvisor e-şikâyetlerini incelemişler ve çalışmanın bulguları arasında "temizlik ve hijyen" in tüm şikâyetlerin yüzde 10'unu, "odanın kirli olması"nın ise temizlik ve hijyenle ilgili tüm şikâyetlerin yüzde 5'ini oluşturduğunu göstermişlerdir. Fernandes ve Fernandes, (2018), Portekiz'in en büyük ikinci şehri olan Oporto'da gerçekleştirdikleri çalışmalarında (popüler bir Akdeniz turizm destinasyonu) Tripadvisor'da yer alan otel misafirlerinin e-şikâyetlerini değerlendirmişler ve şikâyetleri en çok sırasıyla odalar, müşteri hizmetleri, temizlik, uyku kalitesi ve değer olarak kategorilere ayrıldığını bildirmişlerdir.

Nazlı (2020), bir çevrimiçi seyahat acentesinin yardımıyla çeşitli turistik yerlere seyahat etmek isteyen turistlerin Şikâyetvar'daki 410 e-şikâyetini içerik analizi yaparak incelemiştir. Söz konusu çalışmaya göre, otellerin durumu, fiyat farklılıkları, hizmet kalitesi, çevrimiçi müşteri hizmetleri, kurumsallık, iletişim seviyesi ve çalışan eğitimi turistlerin en büyük vurgu yaptıkları unsurlar olarak ortaya çıkmıştır. Buna göre, turistler beyan edilen fiyatlar ile ödenen fiyatlar arasındaki farklılıklardan, rezervasyon problemlerinden, turların organizasyonel problemlerinden ve düşük kalitedeki otellerden şikâyet etmektedir. Yine, Zengin ve Haliloğlu (2020), Şikâyetvar ve Tripadvisor web sitelerinde yer alan Sakarya otellerine yönelik e-şikâyetleri incelemişler ve elde ettikleri bulgular arasında beş yıldızlı otellerin şikâyet edildiği çeşitli konular arasında sağlık hizmetleri ve temizlik konularının yer aldığı görmüşlerdir. Efendi (2021), Tripadvisor'da yer alan Çeşme otelleri üzerinde yaptığı çalışmada, en çok şikâyet edilen konuları; odalar ve genel alanlarda temizlik, banyoların; eski, küçük ve kullanışsız

olması, odalarda bulunan eşyaların; kalitesiz ve yıpranmış olmasının yanında yiyecek-içecek alanlarında kullanılan ürünlerin çeşitliliğinin az olması şeklinde belirlemiştir. Bu e-şikâyet bildirimleri otel işletmelerinin mevcut ve potansiyel müşterilerini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu nedenle çevrim içi şikâyet konularının, özellikle COVID-19 salgın tedbirlerinde yaşanan eksikliklerin misafirler gözünden belirlenmesi gerekmektedir. COVID-19 salgın sorunu ve buna bağlı şikâyetler küresel özellik arz etmekte olup bilinmesi ve çözüm yolu aranması için bu çalışma yol gösterici olacaktır. Konu ile ilgili yapılmış çalışmaların bir özeti Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1:** Konu ile ilgili yapılmış çalışmalar

Yazarlar	E-Şikâyet Edilen Yerler	İnternet Ortamı	Bulgular
Beverley A. Sparks ve Victoria Browning (2010)	Oteller ve tatil köyleri (Avustralya)	Tripadvisor Priceline, Yelp, Hotels.com gibi on web sitesi	En çok odaklanılan konuların otel içi özellikler, oda özellikleri şeklinde sıralandığı görülmüştür. Ardından tüketici hizmetlerine ve otelin ortak alanlarına yapılan e-şikâyetler sıralanmaktadır. Otel içi özelliklerden ise odalar konusunda odanın büyüklüğü, odanın temizliği ve odadaki mobilya ve ekipmanın durumu gibi konular e-şikâyetler içerisinde yer almaktadır.
Stuart E. Levy, Wenjing Duan ve Soyoung Boo (2013)	Bir yıldızlı oteller (Washington, D.C)	Priceline, Yelp, Hotels.com gibi on web sitesi	Kapsamlı bir şikâyet çerçevesi, en yaygın şikâyetlerin ön büro personeli, banyo sorunları, oda temizliği ve misafir odası gürültü sorunları ile ilgili olduğunu buldu.
Mithat Zeki Dinçer ve Zaid Alrawadieh (2017)	Lüks oteller (Ürdün)	Tripadvisor	Bulgular, e-şikâyetlerin yarısından daha azının (yaklaşık% 43) otel yönetiminden çevrimiçi yanıt aldığını göstermiştir. En sık e-şikâyetlerin otel işletmelerinin verimliliği, hizmet kalitesi, temizlik ve hijyenle ilgili olduğunu belirlemiştir.
İlker Şahin, Mustafa Gülmez ve Olgun Kitapçı (2017)	5 yıldızlı zincir oteller (Antalya)	Tripadvisor	Araştırma sonucunda 11 şikâyet kategorisi içinde 82 alt tema belirlenmiş ve şikâyetlerin ağırlıklı olarak “yiyecek ve içecek hizmetleri”, “oda konforu” ve “otel personeli” odaklandığı ortaya çıkmıştır. çalışmanın bulguları arasında "temizlik ve hijyen" nin tüm şikâyetlerin yüzde 10'unu, “odanın kirliliği” alt başlığının ise temizlik ve hijyenle ilgili tüm şikâyetlerin yüzde 5'ini oluşturduğunu göstermektedir.
Teresa Fernandes ve Filipa Fernandes (2018)	Oporto otelleri (Portekiz)	Tripadvisor	Çalışma, baskın şikâyet kategorilerini tanımlar ve misafirlerin demografisinin ve otel sınıfının kritik bir rol oynadığını gösterir. Şikâyetleri en çok sırasıyla odalar, müşteri hizmetleri, temizlik, uyku kalitesi ve değer olarak kategorilere ayrıldığını bildirmiştir.
Burhanettin Zengin ve Selin Haliloğlu (2020)	Oteller (Sakarya)	Şikayetvar ve Tripadvisor	Konaklama işletmeleri yıldız sayılarına göre incelenmiş olup 5 yıldızlı otellere yönelik şikâyetlerin çoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Otelin özellikleri ve imkânları, yönetim politikası en fazla söz edilen ana şikâyet kategorisini, fiyat uygulamaları, iş gören davranış ve tutumu en fazla karşılaşılan şikâyet alt kategorilerini oluşturmaktadır.
Murat Nazlı (2020)	Online seyahat acentası	sikayetvar.com	Turistlerin en büyük vurgu yaptıkları unsurlar otellerin durumu, fiyat farklılıkları, hizmet kalitesi, çevrimiçi müşteri hizmetleri, kurumsallık, iletişim seviyesi ve çalışan eğitimidir. Bulgulara göre, turistler beyan edilen fiyatlar ile ödenen fiyatlar arasındaki farklılıklardan, turların organizasyonel problemlerinden, rezervasyon problemlerinden ve düşük kalitedeki otellerden şikâyet etmektedir.
Mahmut Efendi (2021)	Çeşme’de küçük ölçekli konaklama tesisleri	Tripadvisor	En çok şikâyet edilen konular; odalar ve genel alanlarda temizlik, banyoların; eski, küçük ve kullanışsız olması, odalarda bulunan eşyaların; kalitesiz ve yıpranmış olmasının yanında yiyecek-içecek alanlarında kullanılan ürünlerin çeşitliliğinin az olmasıdır.

**Kaynak:** Yazar tarafından üretilmiştir.

Turizm sektörünün devamlılığı için COVID-19 salgınının yayılımını azaltmada ülkelerce alınan temizlik, mesafe, maske takılması gibi tedbirlerin uygulanması önem kazanmıştır (Aydın ve Doğan, 2020). Özellikle, son COVID-19 salgını ve mücadelesi kapsamında otel işletmelerinin oda, temizlik, müşteri hizmetlerinde gösterilmesi gereken özen konusunda daha dikkatli davranılması gerekmektedir (Efendi, 2021). Ülkelerin aldıkları tedbirler, sağlık, sosyal mesafe kuralları, yeni bir turizm bilinci ve sistemini hayata geçirmeyi gerektirmektedir (Chhabra, 2020). Demir, Günaydın ve Demir (2020), bu salgın deneyimi sonrası turizm işletmelerinin faaliyetlerine devam edebilmek için sağlık ve güvenlik hizmetlerini üst düzeyde tutması, aşırı kalabalıktan kaçınmak için kapasite kullanımını düşürmesi, hijyen kurallarının daha sıkı uygulanması, personelin ve müşterilerin ateşlerinin sürekli kontrol edilmesi, ulaştırma araçları ve tesislere maskesiz giriş olmaması gibi yeni düzenlemeler yapması gerektiğini vurgulamıştır. Bazı sektörler yavaş yavaş yeniden açılırken, virüsün yüksek bulaşıcılığı ve acil bir tedavi veya aşı olmaması nedeniyle turizm sektöründeki durum değişkenliğini sürdürmektedir (Aydın ve Doğan, 2020; Gretzel vd., 2020). Bu nedenle sektörün dinamizmini ve işlerliğini sağlamak

için hizmet sunucu olarak işletmelerin ve hizmet alıcı olarak da misafirlerin daha temkinli, seçici ve sağlık koşullarına dikkat edici davranışlar içinde olmasını gerektirir.

## Araştırmanın yöntemi

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yapılarak yürütülmüştür. Niteliksel araştırma, özellikle İnternet ve e-şikâyetler gibi sınırlı bir sosyal bağlamda bilinmeyen sosyal olgunun arkasında yatan durumun sistematik olarak araştırılmasına da izin vermektedir (Sparks ve Browning, 2010).

Nitel araştırmalarda, temsil gücünden çok örneğin araştırılan konu ile ilgisi dikkate alınarak örneklem seçilmektedir (Baltacı, 2018). Bu nedenle çalışmanın amacına uygun verileri elde etmek için, örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi seçilmiştir. Çünkü bu örnekleme yöntemi araştırmacıya önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü taşıyan bütün durumların çalışılması imkânını vermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çalışmada belirlenen ölçüt ise COVID-19 pandemisi sürecinde yapılan yorumların değerlendirmeye alınmasıdır. Bu çalışma, Hospitality-ON Oteller (2019) listesinde yer alan ilk 10 otel işletmesinin Türkiye'nin en çok zincir otel bulunan ilk beş kenti olan Antalya, Ankara, İstanbul, İzmir ve Muğla'da (HHTL, 2019) konaklamış otel misafirlerinin Tripadvisor yorumları incelemiştir. Bu lider otel şirketleri, küresel bir varlığa sahip olmaları, büyüklükleri ve birçok ülkede temsil edilmeleri gibi birtakım özellikleri nedeniyle seçilmiştir. Seçilen oteller ile ilgili bilgiler Tablo 2'de gösterilmektedir. Seçilen otellere ait toplamda 366 şikâyet içerikli yorum incelenmiştir.

Bu çalışmada, COVID-19 salgını döneminde, hedeflenen otel işletmelerinin e-şikâyetlerinin hangi konularda yoğunlaştığını gözden geçirmek için Tripadvisor web sayfası yorumlarının içeriği kullanılmıştır. Tripadvisor, e-şikâyetlerin kayda değer derecede yer aldığı geniş bir platform olması ve otellerin yorumlara yanıt verebilecekleri bir "yanıtlama hakkı" olanağı sağlaması nedeniyle e-şikâyetlerin veri kaynağı olarak kullanılmıştır (Fernandes ve Fernandes, 2018).

**Tablo 2.** 10 Küresel Otel İşletmesi Hakkında Bilgiler

Sıra	Marka	Tesis Sayısı (Ülke)	Çalışan Sayısı (Yıl)	Tesis Sayısı (Türkiye)
1	Marriot International	6.500 (127)	177.000 (2017)	29
2	Jin Jiang	380	100.000 (2017)	-
3	Hilton Worldwide	3.897 (91)	169.000 (2018)	63
4	IHG	5.900 (100)	36.643 (2019)	27
5	Wyndham Hotel Group	9.000 (80)	10.000 (2016)	76
6	Accorhotels	4.800 (100)	280.000 (2018)	48
7	Choice Hotels	7.118 (41)	1.807 (2019)	4
8	OYO (Hotels & Homes)	4.300 (80)	117.000 (2019)	-
9	Huazhu Hotels Group	3.271	100.000 (2019)	-
10	BTH Hotels	2.609	25.176 (2014)	-

\*Tablodaki rakamlar yaklaşık olarak verilmiştir.

**Kaynak:** Bu tablo otellerin Hospitality-ON Top 10 listesinde yer alan otellerin web sitelerinden derlenmiştir.

## Veri toplama ve analiz

Bu çalışmada küresel boyutta faaliyet gösteren otel işletmelerinin misafirlerinin yapmış olduğu e-şikâyetlerin sınıflandırılması ve otel misafirlerinin COVID-19 salgını ortamında şikâyet konularının belirlenmesi için içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi, toplanan verileri açıklayabilen kavramlara ve ilişkilere ulaşabilmek için yapılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Türkiye'de pandeminin ilan edildiği Mart 2020'den Ocak 2021'e kadar olan Tripadvisor yorumları incelenmiştir. Bu web sayfasında yer alan yorumlar misafirler tarafından 5 kategoride (Mükemmel, Çok iyi, Ortalama, Kötü, Berbat) belirlenmiş, ortalamanın altında yer alan kötü ve berbat yorumları e-şikâyet kapsamında analize tabi tutulmuştur. İçerik analizi kapsamında, elde edilen verilerden birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek düzenlenmiş, gruplandırılmış ve yorumlanmaya çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Analiz aşamasında veriler, NVivo12 (elektronik ortamda) kullanılarak kategorisel analiz ile belli bir durum veya mesaj önce birimlere bölünmüş ardından bu birimlerin, belirli kriterlere göre kategoriler halinde gruplandırılmıştır. Ardından frekans ile birim ve öğeler sayısal, yüzdesele ve oransal bir tarzda görülme sıklığını ortaya koyularak sayısallaştırılmıştır (Karagöz, 2017; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bunun yanında içerik analizi kapsamında

frekans ve yüzde dağılımları görselleştirilerek bulgular önem sırasına konulmuş, öğelerin yoğunluğu ve önemi anlaşılmasına çalışılmıştır.

### Araştırmanın bulguları

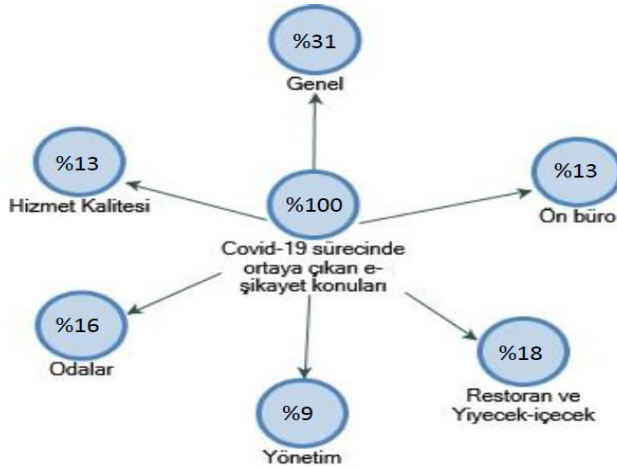
Çalışmanın bu bölümünde, incelenen 366 adet şikâyet içerikli yorum yapan otel misafirlerinin seyahat türleri ve e-şikâyet kategorilerine ait bulgulara yer verilmiştir. Misafir yorumları ve şikâyet ettikleri konular birden çok konuyu içermektedir. Bu nedenle, e-şikâyetler kategorileri toplamda incelediğinde toplamda 1276 şikâyet adet ortaya çıkmıştır. Bu şikâyetler misafirlerin bildirdikleri özelliklere göre 6 ana kategori ve 26 alt kategori olarak belirlenmiştir. COVID-19 salgını sürecinde e-şikâyette bulunan misafirlerin seyahat türlerine ilişkin bulgular Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1: E-şikâyette bulunan misafirlerin seyahat türlerine ilişkin bulgular

Şekil 1’de COVID-19 salgını sürecinde e-şikâyette bulunan otel misafirlerini seyahat türlerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Otel işletmelerini şikâyet eden otel misafirlerinin 191’i (%52) seyahat türlerini belirtirken 175’i (%48) seyahat türünü belirtmeden şikâyette bulunmuştur. Seyahat türünü belirten otel misafirlerinden 77’si (%40) daha çok ailesi ile birlikte konakladıklarını bildirerek şikâyette bulunmuşlardır. Ayrıca, otel misafirlerinden 51’i (%27) çift olarak, 42’si (%22) iş amaçlı, 15’i (%8) de arkadaşları ile otelde konakladıklarını bildirmişlerdir. COVID-19 salgını sürecinde otel işletmelerinde 6 (%3) misafir ise yalnız olarak konakladığını bildirmiştir.

Otel işletmelerinde konaklayan misafirlerin e-şikâyet kategorilerine ilişkin bulgular Şekil 2’de sunulmuştur.

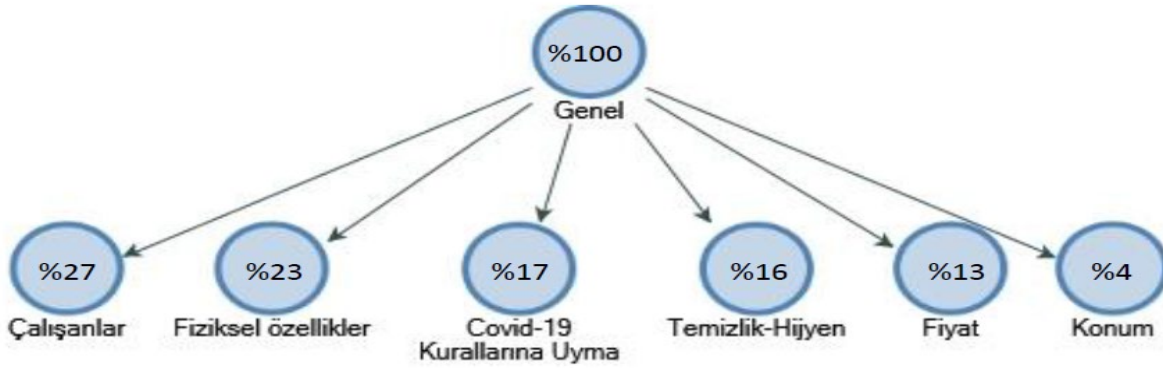


Şekil 2: COVID-19 salgını sürecinde e-şikâyet konuları ile ilgili ana kategoriler

Otel işletmelerinde konaklayan misafirlerin e-şikâyet kategorilerine ilişkin bulgular Şekil 2’de gösterilmektedir. E-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak ana kategoriler “Genel”, “Hizmet kalitesi”, “Restoran ve Yiyecek-içecek”, “Yönetim”, “On büro” ve “Odalar” kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlar ‘Ana Temalar’ adlı kategoriler başlığında toplanmıştır. Bu kategoriler de kendi içerisinde alt kategorilere ayrılmakta olup çalışmanın devamında alt kategorilere ilişkin bulgulara yer verilmiştir.



Ana kategorilerden “Genel” kategorisine ilişkin ayrıntılı bulgular ise Şekil 3 ve Tablo 3’te sunulmuştur.



Şekil 3: “Genel” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular

Şekil 3 incelendiğinde e-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak “Genel” kategorisi, “Çalışanlar”, “Fiziksel özellikler”, “COVID-19 Kurallarına Uyma”, “Temizlik-Hijyen”, “Fiyat” ve “Konum” alt kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlara ilişkin bulgular ve örnek yorumlar Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3: “Genel” e-şikâyet alt kategorilerine ilişkin bulgular

Kategori	E-şikâyet konusu	n	%	Örnek Yorum
Genel	Çalışanlar	109	27	“Garsonlar ve çalışanlar genel olarak yorgun ve bazıları umursamaz tavırlıydı.” (M14)
	Fiziksel özellikler	91	23	“Otel eski ve kirli.” (M25)
	COVID-19 Kurallarına Uyma	67	17	“Ayrıca pandemi dönemine özel olarak alınan hiçbir tedbir bulunmamakta. Aldıkları parayı asla hakketmiyorlar.” (M307)
	Temizlik-Hijyen	63	16	“...otel temizlik yönü ile biraz zayıf.” (M147)
	Fiyat	53	13	“Fiyatı yüksekti. Daha çok ilgi ve alaka bekledik ama umduğumuzu bulamadık.” (M127)
	Konum	17	4	“... konum ana şehirden uzak ve odamdan manzara bir mezarlıktı ....” (M106)
	Toplam	400	100	

Tablo 3’te “Genel” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular ve örnek yorumlar yer almaktadır. “Genel” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerin sıklığına bakıldığında; otel misafirlerinin en çok çalışanlardan (%27) şikâyet ettikleri görülmektedir. Ayrıca otel COVID-19 salgını sürecinde misafirleri fiziksel özelliklerden (%23), COVID-19 kurallarına uyma (%17), temizlik-hijyen (%16) ve fiyat (%13) konularında da şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel misafirlerinin en az şikâyetçi oldukları kategorinin ise konum (%4) olduğu belirlenmiştir.

Ana kategorilerden “Hizmet Kalitesi” kategorisine ilişkin ayrıntılı bulgular ise Şekil 4 ve Tablo 4’te sunulmuştur.



Şekil 4: “Hizmet Kalitesi” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular

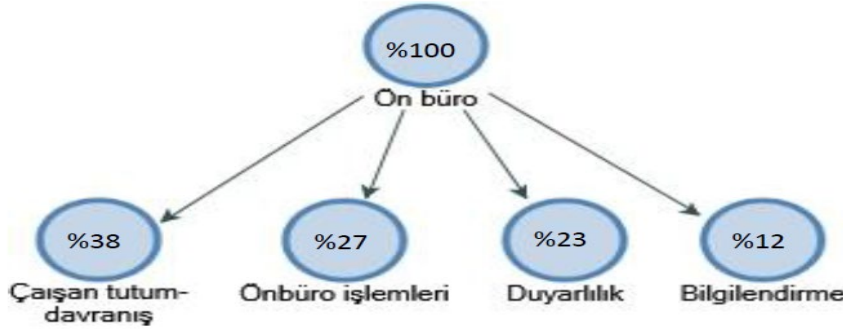
Şekil 4 incelendiğinde e-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak “Hizmet Kalitesi” kategorisinde “Hız”, “Gürültü”, “Teknik” ve “Eğlence” alt kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlara ilişkin bulgular ve örnek yorumlar Tablo 4’te yer almaktadır.

**Tablo 4:** “Hizmet Kalitesi” e-şikâyet alt kategorilerine ilişkin bulgular

Kategori	E-şikâyet konusu	n	%	Örnek Yorum
Hizmet Kalitesi	Hız	62	41	“Varışta her şey çok yavaştı, daha önce hiç bu kadar yavaş bir oda servisi ve KÖTÜ müşteri hizmetleri görmemiştim.” (M117)
	Gürültü	33	22	“Odalarda klima hem çok gürültülü hem de sahilde aşırı gürültülü müzik var.” (M268)
	Teknik	33	22	“Genel bir teknik sorun var, TV seti kendi kendine kapanıyor.” (M88)
	Eğlence	23	15	“Eğlenceyle alakalı herşey kapalı çocuğum eğlensin diye geldim neye elimizi atsak kapalı.” (M289)
	Toplam	151	100	

Tablo 4’te “Hizmet Kalitesi” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular ve örnek yorumlar yer almaktadır. “Hizmet Kalitesi” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerin sıklığına bakıldığında; otel misafirlerinin hizmetleri alırken en çok hız (%41) konusunda şikâyet ettikleri görülmektedir. Ayrıca otel misafirleri gürültü (%22), teknik (%22), ve eğlence (%15) konularında da şikâyetçi oldukları görülmektedir.

Ana kategorilerden “Ön büro” kategorisine ilişkin ayrıntılı bulgular ise Şekil 5 ve Tablo 5’te sunulmuştur.



**Şekil 5:** “Ön büro” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular

Şekil 5 incelendiğinde e-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak “Ön büro” kategorisinde “Çalışan tutum-davranış”, “Ön büro işlemleri”, “Duyarlılık” ve “Bilgilendirme” alt kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlara ilişkin bulgular ve örnek yorumlar Tablo 5’te yer almaktadır.

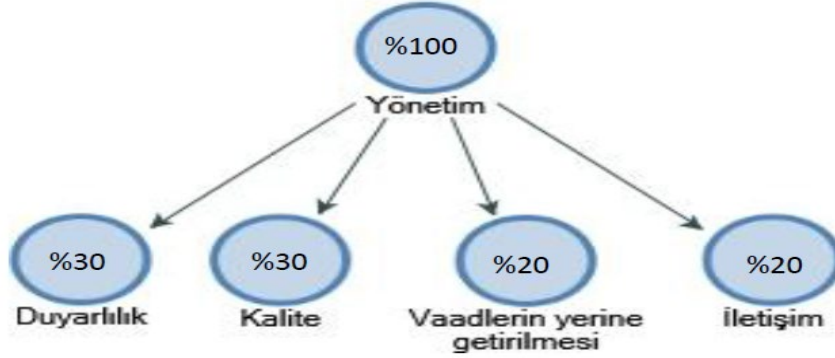
**Tablo 5:** “Ön Büro” e-şikâyet alt kategorilerine ilişkin bulgular

Kategori	E-şikâyet konusu	n	%	Örnek Yorum
Ön Büro	Çalışan tutum- davranış	62	38	“Çok kötü bir karşılama, pek kibar olmayan ön büro elemanları ve kötü organizasyon.” (M58)
	Ön büro işlemleri	45	27	“Check-in işlemi, 20 yıllık otel deneyimimdeki en kötü deneyimimiz olmalı.” (M31)
	Duyarlılık	38	23	“...hemen resepsiyonu aradık ama kimse gelmedi.” (M34)
	Bilgilendirme	20	12	“...otelin restoranların nerede çalıştığına dair hiçbir açıklama yok.” (M160)
	Toplam	165	100	

Tablo 5’te “Ön Büro” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular ve örnek yorumlar yer almaktadır. “Ön Büro” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerin sıklığına bakıldığında; otel misafirlerinin hizmetleri alırken en çok çalışan tutum-davranış (%38)

konusunda şikâyet ettikleri görülmektedir. Ayrıca otel misafirleri ön büro işlemleri (%27), duyarlılık (%23), ve bilgilendirme (%12) konularında da şikâyetçi oldukları görülmektedir.

Ana kategorilerden “Yönetim” kategorisine ilişkin ayrıntılı bulgular ise Şekil 6 ve Tablo 6’da sunulmuştur.



**Şekil 6:** “Yönetim” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular

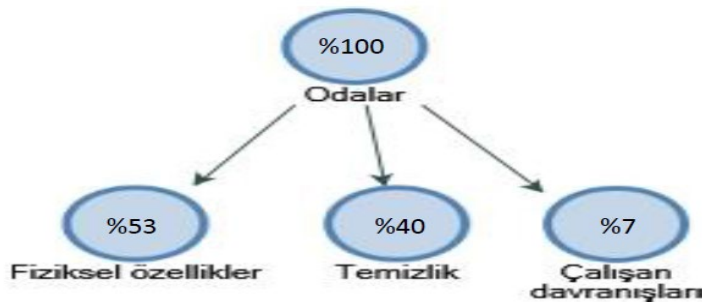
Şekil 6 incelendiğinde e-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak “Yönetim” kategorisinde “Duyarlılık”, “Kalite”, “Vaatlerin yerine getirilmesi” ve “İletişim” alt kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlara ilişkin bulgular ve örnek yorumlar Tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 6:** “Yönetim” e-şikâyet alt kategorilerine ilişkin bulgular

Kategori	E-şikâyet konusu	n	%	Örnek Yorum
Yönetim	Duyarlılık	36	30	“Otel yönetimi misafirleri hiç umursamıyor.” (M41)
	Kalite	36	30	“Korkunç yönetim!” (M10)
	Vaatlerin yerine getirilmesi	24	20	“İstedığımız oda söz verildiği halde verilmedi.” (M16)
	İletişim	23	20	“...iki kez otel müdürüne ulaşmaya çalıştım. Otelde olmadığını söylediler.” (M202)
	Toplam	119	100	

Tablo 6’da “Yönetim” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular ve örnek yorumlar yer almaktadır. “Yönetim” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerin sıklığına bakıldığında; otel misafirlerinin yönetim için en çok duyarlılık (%30) konusunda şikâyet ettikleri görülmektedir. Ayrıca otel misafirlerinin kalite (%30), vaatlerin yerine getirilmesi (%20), ve iletişim (%12) konularından da şikâyetçi oldukları görülmektedir.

Ana kategorilerden “Odalar” kategorisine ilişkin ayrıntılı bulgular ise Şekil 7 ve Tablo 7’de sunulmuştur.



**Şekil 7:** “Odalar” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular

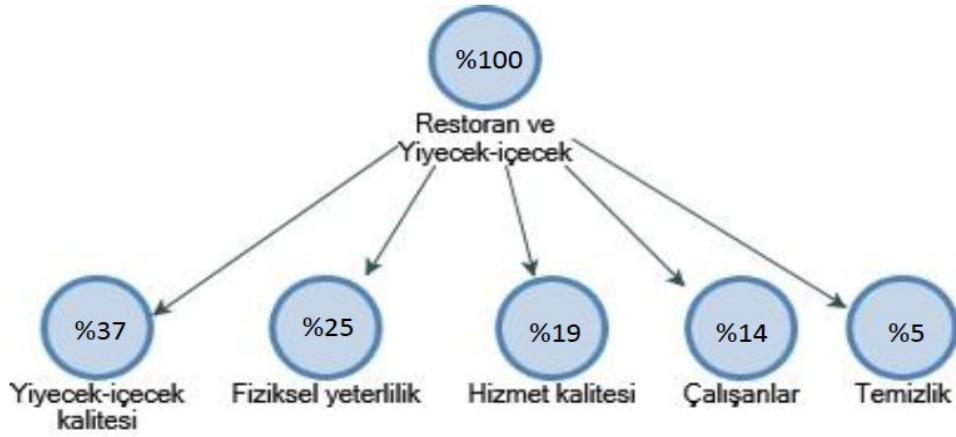
Şekil 7 incelendiğinde e-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak “Odalar” kategorisinde “Fiziksel özellikler”, “Temizlik” ve “Çalışan davranışları” alt kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlara ilişkin bulgular ve örnek yorumlar Tablo 7’de yer almaktadır.

**Tablo 7:** “Odalar” e-şikâyet alt kategorilerine ilişkin bulgular

Kategori	E-şikâyet konusu	n	%	Örnek Yorum
Odalar	Fiziksel özellikler	110	53	“Yırtık halılar, kırık mobilyalar, sızdıran, küflü buzdolabı, sıkışmış dolap kapakları, hava üfleyen klima ünitesi...” (M309)
	Temizlik	83	40	“Oda kötü kokuyordu, temizlik konusunda 0 puan.” (M38)
	Çalışan davranışları	14	7	“Oda’ya çamaşır poşeti istedim, poşeti getiren kadının surat ifadesini görerseniz kendinizi balkondan aşağıya atardınız.” (M270)
	Toplam	207	100	

Tablo 7’de “Odalar” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular ve örnek yorumlar yer almaktadır. “Odalar” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerin sıklığına bakıldığında; otel misafirlerinin odalar ile ilgili en çok fiziksel özellikler (%53) konusunda şikâyet ettikleri görülmektedir. Ayrıca otel misafirlerinin temizlik (%40), ve çalışan davranışları (%7)konularında da şikâyetçi oldukları görülmektedir.

Ana kategorilerden “Restoran ve Yiyecek-içecek” kategorisine ilişkin ayrıntılı bulgular ise Şekil 8 ve Tablo 8’de sunulmuştur.

**Şekil 8:** “Restoran ve Yiyecek-içecek” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular

Şekil 8 incelendiğinde e-şikâyet konularının içeriği ile ilgili olarak “Restoran ve Yiyecek-içecek” kategorisinde “Yiyecek-içecek kalitesi”, “Fiziksel yeterlilik”, “Hizmet kalitesi”, “Çalışanlar” ve “Temizlik” alt kodları oluşturulmuş ve söz konusu kodlara ilişkin bulgular ve örnek yorumlar Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8:** “Restoran ve Yiyecek-içecek” e-şikâyet alt kategorilerine ilişkin bulgular

Kategori	E-şikâyet konusu	n	%	Örnek Yorum
Restoran ve Yiyecek-İçecek	Yiyecek-içecek kalitesi	87	37	“...yemekler çok kötü içeceklerin hepsi 3. sınıf içecekler.” (M217)
	Fiziksel yeterlilik	59	25	“Kahvaltı salonu tadilatla anlıyorum ama çatal bıçak yok çay vs ikramlar bitmiş oluyor.” (M95)
	Hizmet kalitesi	44	19	“Açık büfe kahvaltıda korkunç hizmet (günlük).” (M132)
	Çalışanlar	33	14	“...çalışanlar aşırı laubalyıdı.” (M17)
	Temizlik	11	5	“Ana restoranda da yine daha önce kalkan kişilerin masası temizlenmediği için yine beklemek zorunda kaldık.” (M156)
	Toplam	234	100	

Tablo 8’de “Restoran ve Yiyecek-içecek” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular ve örnek yorumlar yer almaktadır. “Restoran ve Yiyecek-içecek” kategorisi içerisinde yer alan e-şikâyetlerin alt kategorilerin sıklığına bakıldığında; otel misafirlerinin hizmet alırken en çok yiyecek-içecek kalitesi (%37) konusunda şikâyet ettikleri görülmektedir. Ayrıca otel misafirlerinin

fiziksel yeterlilik (%25), hizmet kalitesi (%19), çalışanlar (%14) ve temizlik (%5) konularından da şikâyetçi oldukları görülmektedir.

## Sonuç ve öneriler

Turizm sektörü, küresel salgınlardan kolayca olumsuz etkilenen bir sektör olarak 2020 yılında son salgın olan COVID-19 salgınında da olumsuz etkilenmiştir (Gossling vd., 2020). Bu salgın ile ülkeler seyahat kısıtlamalarından turizm işletmelerinin faaliyetlerinin kısıtlanmasına ve sokağa çıkma yasağına kadar pek çok tedbirleri almışlardır. Bu tedbirler ile turizm hareketleri yavaşlamış, hatta bazı dönemlerde durma noktasına gelmiştir. Sektördeki durgunluk ile ortaya çıkabilen ekonomik sıkıntıları, iş kayıplarını önlemek için ülkeler belirli kurallar dâhilinde turizm sektörünü yeniden canlandırma girişimlerinde bulunmuşlardır (TUROB, 2020). COVID-19 salgını gölgesinde açılan otelcilik sektörü de salgından olumsuz etkilenmesine rağmen kısıtlamalar ve belirli kurallar çerçevesinde hizmetler sunmaktadır. Bu sunumlar sırasında veya sonrasında otel misafirleri COVID-19 salgını ortamında karşılaştıkları olumsuzlukları başta internet ortamında yapılan e-şikâyetler olmak üzere çeşitli ortamlarda şikâyetler olarak bildirmektedirler. Sektörün, daha fazla olumsuz etkilenmemesi için e-şikâyetlerin değerlendirilmesi ve bu kapsamda yeni tedbirler alınması gerekmektedir.

Çalışmada değerlendirilen e-şikâyet bildirimleri toplam 6 ana şikâyet kategorisinde incelenmiştir. Bu kategoriler içerisinde misafirler, diğerlerinden daha fazla olarak genel şikâyet kategorisinde mevcut olan konulardan şikâyetçi olmuşlardır. Bu konulara bakıldığında ise çalışanlar için yapılan e-şikâyetler ile restoran ve yiyecek-içecek kategorileri şikâyetlerinin diğerlerine göre fazla olması dikkat çekmektedir. Şahin vd. (2017) de yaptıkları çalışmada şikâyetlerin ağırlıklı olarak “yiyecek ve içecek hizmetleri”, “oda konforu” ve “otel personeli” olarak tespit etmiştir. Levy vd., (2013) de en yaygın şikâyetlerden birinin ön büro personeli sorunları ile ilgili olduğunu bulmuştur. Bu sonuçlardan hareketle otel işletmeleri, çalışanlar ile restoran ve yiyecek-içecek konularına yönelik eksikliklerini gidermeye yönelik politikalar benimsemelidir. Ayrıca ikinci en fazla şikâyet edilen kategori ise odalar kategorisi ve bu kategori içerisinde yer alan fiziksel özellikler şikâyet konusu olmuştur. Bu sonuçlar, Sparks ve Browning (2010)’in çalışması ile benzerlik göstermektedir.

Yapılan bu çalışmada farklı olarak COVID-19 salgın kurallarına uymak konusunda misafirlerin şikâyet etmesi dikkat çekmektedir. COVID-19 sürecinde ortaya çıkan e-şikâyetlerin 6 ana kategorisi içerisinde yer alan 3 kategoride temizlik-hijyen konularından şikâyetler bildirilmesinden hareketle misafirlerin bu COVID-19 salgını tedbirlerini dikkate aldıkları ve salgına bağlı olarak temizlik-hijyen konularına daha fazla dikkat ettikleri söylenebilir. Dinçer ve Alrawadieh (2017) ile Efendi (2021) de çalışmasında en sık e-şikâyetlerin temizlik ve hijyenle ilgili olduğunu belirlemiştir. Ayrıca, Dinçer ve Alrawadieh (2017) otel işletmelerinin verimliliği, hizmet kalitesi konularında da e-şikâyetlerin yoğunlaştığını bildirmiştir. Nazlı (2020) ise benzer olarak turistlerin en büyük vurgu yaptıkları unsurlar otellerin durumu, fiyat farklılıkları, hizmet kalitesi, çevrimiçi müşteri hizmetleri, kurumsallık, iletişim seviyesi ve çalışan eğitimi olduğunu ortaya koymuştur. Elde edilen bulgulara göre, turistler beyan edilen fiyatlar ile ödenen fiyatlar arasındaki farklılıklardan, turların organizasyonel problemlerinden, rezervasyon problemlerinden ve düşük kalitedeki otellerden şikâyet etmektedir. Bu nedenle otel işletmelerinin sahip oldukları odalara ait fiziksel özellikler, temizlik-hijyen, COVID-19 salgın kurallarına uyma ve pandemi sırasında karşılaştıkları ekonomik sıkıntılardan kurtulmanın bir aracı olarak gördükleri fiyat politikaları konusunda misafir şikâyetlerini dikkatle inceleyerek gerekli önlemler alması, bu işletmelerin tercih edilebilirliğinin artırılması için yararlı olacaktır. Diğer yandan ön büro, hizmet kalitesi ve yönetim kategorilerinde yer alan şikâyet konuları da yöneticilerin önlem alması gereken konular arasında olup tüm bu sonuçlar Fernandes ve Fernandes, (2018), Levy vd. (2013), Zengin ve Haliloğlu (2020)’nun çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. Özellikle COVID-19 salgınının turizm sektörünü ve dolayısıyla otel işletmelerini olumsuz etkilediği bir ortamda çeşitli zorluklarla açılan otel işletmeleri misafirlerinin şikâyet ettikleri konulara daha özenle yaklaşarak devamlılığını sağlamak için çaba göstermelidir. Artık günümüzde web teknolojilerinin gelişimi ile bilgiye kolaylıkla erişilebilmektedir. Seyahat etmek isteyen bireyler bu kararlarını verirken Tripadvisor gibi web sitelerine başvurarak buradaki yorumları dikkate almaktadır. Bu bağlamda şikâyet edilen konularda otellerin hatalarını kabul ederek düzeltmeye çalışılması da önem kazanmaktadır (Efendi, 2021). Bu nedenle, tercih edilebilirliğini ve otel işletmelerinin devamlılığını sağlamanın bir yolu da ortaya çıkan bu şikâyetlere yönelik geliştirilen yaklaşım ve anlayış olacaktır.

Yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgulardan hareketle COVID-19 salgın döneminde küresel turizm işletmelerinin e-şikâyetlerinin incelendiği çalışmaya yeterince rastlanılmamış olması, bu çalışmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağını göstermektedir. Ayrıca bu çalışmanın bulgularından yola çıkılarak uygulayıcılara dönük birtakım öneriler de getirilebilmektedir. Örneğin, salgın sürecinde çeşitli zorluklarla hizmet sunan otel işletmelerinin kapanmadan hizmetlerine devam etmeleri için değişime

ayak uydurmaları gerektiği bu çalışmanın sonuçları ile anlaşılmaktadır. Öncelikle bu işletmelerin COVID-19 salgın tedbirlerine ilişkin belirlenen temizlik, hijyen, sosyal mesafe gibi birtakım önlemleri ciddiyle uygulaması gerekmektedir. Ayrıca, otel işletmelerinin tüm e-şikâyet konularında eksikliklerini gidermeye yönelik politikalar benimsemesi yararlı olacaktır.

Küresel turizm işletmelerinin e-şikâyetlerinin incelenmesi amacıyla Tripadvisor web sitesinde bildirilen e-şikâyet içerikli yorumların değerlendirildiği bu çalışmanın elbette bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu çalışmada, otel misafirleri tarafından web ortamında paylaşılan e-şikâyetler ele alınmış, ancak misafirlerin şikâyetlerinin sektör uygulayıcıları olarak yönetim tarafından değerlendirme durumları incelenmemiştir. Misafirlerin şikâyetlerinin yönetim tarafından nasıl değerlendirildiği, cevap verilme ve şikâyetlerinin giderilmesine yönelik çabalar başka bir çalışmanın konusu olabilir. Çalışmada elde edilen e-şikâyetler daha sonra kendi içinde kategorilendirilmiş ve değerlendirilmiştir. Oysa, SERVQUAL boyutları kapsamında kategoriler belirlenerek de e-şikâyetler incelenebilir. Ayrıca COVID-19 salgın döneminde yapılan bu çalışmada otel işletmelerinin uymak zorunda oldukları kurallar ve kısıtlamalar ile misafirlerin konaklamak zorunda kaldıkları salgın sonrasında bu çalışma tekrarlanarak sonuçları karşılaştırılabilir. Bu nedenle, gelecek çalışmaların bu kısıtları dikkate alarak yeniden tasarlanması literatüre katkı sağlayacaktır.

#### **Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:**

Dış bağımsız

*Externally peer-reviewed*

#### **Çıkar Çatışması / Conflict of interests:**

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.

*The author(s) has (have) no conflict of interest to declare.*

#### **Finansal Destek / Grant Support:**

Yazar(lar) bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

*The author(s) declared that this study has received no financial support.*

#### **Yazar Katkıları / Author Contributions:**

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/Design*: **K,G., S.A.** Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: **K,G., S.A.** Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: **K,G., S.A.** Kaynak Taraması - *Literature Review*: **K,G., S.A.** Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: **K,G., S.A.** Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: **K,G., S.A.** Onay - *Approval*: **K,G., S.A.**

#### **Kaynakça / References**

- Aydın, B., & Doğan, M. (2020). Yeni koronavirus (covid-19) pandemisinin turistik tüketici davranışları ve Türkiye turizmi üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi Ve Uygulamaları Dergisi*, 6(1), 93-115.
- Ayyıldız, A. Y., & Baykal, M. (2020). Otel işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin içerik analizi ile incelenmesi: Kuşadası 5 yıldızlı otel işletmeleri örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2659-2683.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.

- Bozok, D., Güven, Ö. Z. Ve Ceylan, U. (2014). Termal Konaklama İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi (Crm) Üzerine Bir Araştırma: Frigya Bölgesi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41(41), 131-140.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet-the state of etourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Chhabra, D (2020). Transformational wellness tourism system model in the pandemic era. *International Journal of Health Management and Tourism*, 5(2), 76-101.
- Demir, M., Günaydın, Y., & Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (covid-19) salgınının türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal Of Social Sciences And Education Research*, 6(1), 80-107.
- Dinçer, M. Z., & 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), 785-804.
- Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC), 2020, Latest research from wtcc shows a 50% increase in jobs at risk in travel & tourism. <https://Wttc.Org/News-Article/Latest-Research-From-WTTC-Shows-A-50-Percentage-Increase-In-Jobs-At-Risk-In-Travel-Andtourism#:~:Text=The%20latest%20projection%20of%20a,Effect%20of%20the%20coronavirus%20pandemic>. Erişim: 03.12.2020.
- Efendi, M. (2021). Çeşme'de Bulunan Küçük Ölçekli Konaklama Tesisleri; Covid-19 Süreci ve EŞikayetlerin İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 103-118.
- Fernandes, T., & Fernandes, F. (2018). Sharing dissatisfaction online: Analyzing the nature and predictors of hotel guests negative reviews. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(2), 127-150.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of covid-19. *Journal Of Sustainable Tourism*, 29:1, 1-20.
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Personen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). E-tourism beyond covid-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22:187-203.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22:3, 1-22.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after covid-19. *Tourism Geographies*, 22:3, 1-14.
- HHTL (Horwath Hotel Tourism and Leisure, 2019). Türkiye zincirler ve oteller Raporu [https://Horwathhtl.Com.Tr/Wpcontent/Uploads/Sites/10/2019/03/HHTL\\_T%C3%Bcrkiye\\_Raporu\\_2019.Pdf](https://Horwathhtl.Com.Tr/Wpcontent/Uploads/Sites/10/2019/03/HHTL_T%C3%Bcrkiye_Raporu_2019.Pdf), (Erişim:06.12.2020).
- Hospitality-ON Oteller (2019). Küresel otel sıralaması 2019: Sektörün süper büyükleri kimler?. <https://Hospitality-On.Com/En/Hotel-Ranking/Global-Hotel-Ranking-2019-Who-Are-Industrys-Supermajors>. Erişim: 02.12.2020.
- İçişleri Bakanlığı (2021). 1 Temmuz Sonrası Ülkeye Giriş Tedbirleri Genelgesi. <https://www.icisleri.gov.tr/1-temmuz-sonrasi-ulkeye-giris-tedbirleri-genelgesi>. Erişim: 29.06.2021.
- Kvirkvelia, N., & Tsitsagi, M. (2021). Impact of Covid-19 on tourism in Georgia-an overview. *Georgian Geographical Journal*, 1(1), 27-33.
- Karagöz, Y. (2017). SPSS ve AMOS uygulamalı nicel-nitel-karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği. Ankara: Nobel Yayın.
- Levy, S. E., Duan, W., & Boo, S. (2013). An analysis of one-star online reviews and responses in the Washington, DC, Lodging Market. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1), 49-63.
- Nazlı, M. (2020). Tourists'e-complaints about online travel agencies. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 99-111.

- Sahin, I., Gulmez, M., & Kitapci, O. (2017). E-complaint tracking and online problem-solving strategies in hospitality management: plumbing the depths of reviews and responses on Tripadvisor. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8 (3), 372-394.
- Sparks, B., & Browning, V. (2010). Complaining in cyberspace: the motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (7), 797-818.
- Sparks, B. A., So, K. K. F., & Bradley, G. L. (2016). Responding to negative online reviews: the effects of hotel responses on customer inferences of trust and concern. *Tourism Management*, 53, 74-85.
- Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2020). COVID-19 Tourism impacts in South Africa: Government and industry responses. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1083-1091.
- Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB, 2020). Corona virüs (covid-19) tedbirlerinden etkilenen mükelleflere sağlanan imkânlarla ilişkin özet tablo. [Http://Www.Turob.Com/Tr/Haberler/Corona-Virus-Covid-19-Tedbirlerinden-Etkilenen-Mukelleflere-Saglanan-Imkanlara-Iliskin-Ozet-Tablo](http://www.turob.com/tr/Haberler/Corona-Virus-Covid-19-Tedbirlerinden-Etkilenen-Mukelleflere-Saglanan-Imkanlara-Iliskin-Ozet-Tablo). Erişim: 03.12.2020.
- Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB, 2021). Yabancı turistler sokağa çıkma kısıtlamasından muaf tutulacaktır. <http://www.turob.com/tr/haberler/yabanci-turistler-sokaga-cikma-kisitlamasindan-muaf-tutulacaktır>. Erişim: 17.06.2021.
- UNWTO (2020). UNWTO World tourism barometer, Vol 18(2). UNWTO, Madrid.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.
- Zengin, B., & Haliloğlu, S. (2020). Konaklama işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin incelenmesi: Sakarya örneği. *Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 68-84.