



## **Covid-19 Sürecinde Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin İncelenmesi**

### **An Analysis of the Complaints towards Hotels During the Covid-19 Pandemic**

**Gülşah Keskin**

<https://orcid.org/0000-0002-1242-8528>

*Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye*

**Mehmet Yılmaz Bilgiç**

<https://orcid.org/0000-0001-6914-3737>

*Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye*

**Doç. Dr. Ahu Yazıcı Ayyıldız**

<https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>

*Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi, Türkiye*

Makale Kabul: 06.11.2021

1.Düzeltilme: 29.11.2021

Yayına Kabul: 14.03.2022

2.Düzeltilme: 27.01.2022

#### **Özet**

**Amaç:** Bu araştırmanın temel amacı, Covid-19 döneminde Kuşadası'nda faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmeleri hakkında misafirlerin olumsuz görüşlerini belirlemek ve bu görüşlerden yola çıkarak otel işletmelerine öneriler sunmaktır.

**Tasarım/Methodoloji/Yaklaşım:** Çalışmanın verileri Tripadvisor web sitesinden konaklama deneyimi olan kullanıcılardan toplanmıştır. Veri analizi için Tripadvisor web sitesinde yer alan 306 e-şikâyet yorumları içerik analizi ile incelenmiştir.

**Bulgular:** Yapılan analizler sonucunda otel işletmelerinin ortaya çıkan şikâyet konuları çerçevesinde odaların temizliğine, yiyecek içecek kalitesine ve hijyene daha fazla dikkat etmesi ve bu yönde iyileştirme yapmaları gerektiği saptanmıştır.

**Araştırma Sınırlamaları:** Araştırmada www.tripadvisor.com web sitesinde yer alan Kuşadası destinasyonunda Covid19 sürecinde Mart 2020-Mayıs 2021 faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik tüm dillerde yapılan yorumlardan sadece 3 (ortalama), 2 (zayıf) ve 1 (berbat) puan alanlar dikkate alınmıştır.

**Özgünlük/Değer:** Bu çalışma Covid-19 döneminde Kuşadası destinasyonunda otel işletmelerine yönelik şikâyetlerle ilgili yapılmış detaylı bir çalışma olması açısından, ayrıca otel işletmelerine yönelik yapılan şikâyet konularının belirlenerek otel işletmelerinin şikâyetlere yönelik çözüm önerileri geliştirmesine olanak sağlanması açısından ve ilgili literatüre katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Otel işletmeleri, E-şikâyet, Kuşadası, Tripadvisor

#### **Abstract**

**Purpose:** This study aims to investigate the feedback provided by the customers for the five-star hotel hotels operating in Kusadasi region in Aydın, Turkey with a view to offer recommendations to the management of these hotels.

**Design/Methodology/Approach:** Data for the study were gathered from the Tripadvisor websites from the customers who stayed at these hotels. For the analysis of data 306 e-complaints collected from the Tripadvisor website were analysed through a content analysis.

**Findings:** Based on the analysis of the complaints made by the customers that centred mainly around the cleanliness of the rooms, the quality of food and beverages, and hygiene, recommendations were made to the management of the hotels to pay more attention to the above issues.

**Limitations of the Study:** The study was limited to the feedback scores of 3 (average), 2 (poor), and 1 (awful) made for the 5-star hotels operating in Kuşadası during the Covid-19 pandemic, between March 2020 and May 2021.

**Originality/Value:** The study's originality and value lie in the fact that no previous research was carried out regarding complaints towards the five-star hotels in the Kusadasi region during the Covid-19 pandemic. Hence, the study, with its practical and theoretical implications, is believed to make a contribution to the field.

**Keywords:** Covid-19, Hotels, E-complaints, Kuşadası, Tripadvisor

## **GİRİŞ**

Covid-19 pandemisi ilk olarak 2019'un Aralık ayında Çin'in Vuhan kentinde deniz ürünleri ve canlı hayvan satışının yapıldığı bölgede bulunan bir kişide ortaya çıkmıştır. Türkiye'de ilk korona virüs vakasının 11 Mart 2020 tarihinde tespit edildiği sağlık bakanı tarafından açıklanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2021). Covid-19 salgını kişiden kişiye bulaşabilmesi ile dünya üzerinde hızla yaygınlaşarak günümüzde etkisini hala devam ettirmekle beraber yüzbinlerce insanın hayatını kaybetmesine neden olmuştur (Sağlık Bakanlığı, 2021). Salgın karşısında tüm dünyada karantina, sokağa çıkma yasağı ve seyahat etme kısıtlaması gibi sıkı önlemler alınmış ve önlemler hala devam etmektedir. Bu tedbir ve uygulamalar tüm sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de olumsuz yönde etkilemiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın istatistiklerine göre Türkiye'nin turizm geliri, 2020'de bir önceki yıla göre yüzde 65,1 azaldı. Türkiye, 2021 Ocak ayında aylık %27,1 azalma, yıllık %71,5 azalma 510 bin kişi yabancı ziyaretçi ağırladı (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Türkiye'nin en önemli döviz kalemlerinden birisi olan turizm gelirleri pandemi nedeniyle büyük bir darbe aldı.

Tüm dünyada yaşanan bu olumsuzluklar turistlerin tatil kararlarını da etkilemiştir. Küreselleşen dünyada teknolojinin gelişmesi ve Covid-19 gibi salgınların yaşandığı günümüzde turistlerin satın alma kararları tüm bu etkenler karşısında sürekli değişiklik göstermektedir. Özellikle salgın döneminden önce teknolojinin gelişmesi ile insanların yaşamlarını kolaylaştıracak pek çok gelişme artık bir süreklilik olarak hayatımıza girmiştir. İnsanların devamlı olarak zaman geçirdiği, etkileşim içerisinde olduğu sanal platformlar pek çok teknolojinin dönüşümünü sağlamış ve böylelikle anlık bilgi paylaşımı, haberleşme ağları, web sitelerinin getirmiş olduğu kullanıcı uygulamaları ile dijital dönüşüm başlamıştır. Bu bağlamda tüketiciler bir ürün ya da hizmeti satın almadan önce sanal platformlarda bilgi edinmeye çalışmaktadırlar.

Dijitalleşmenin getirdiği yenilikler ile günümüzde bireyler internet teknolojilerinden yararlanmaktadır. İşletmeler de tüketicilere daha iyi bir hizmet sunmak ve daha etkili iletişim kurmak için dijital platformlarda faaliyetlerine devam etmektedirler (Sezgin vd., 2019). Bu doğrultuda Covid-19 döneminde, turistlerin yapacakları seyahatlere ve konaklayacakları otellere karar vermeden önce sosyal medya araçları ve online seyahat sitelerinden turizm işletmelerinin salgına yönelik aldıkları önlemleri ve bu dönemde seyahat tecrübesini yaşayan diğer turistlerin deneyimlerini araştırdıkları ve bu doğrultuda karar verdikleri belirlenmiştir (Yazıcı

Ayyıldız, 2020). Ayrıca destinasyonda ve konakladıkları otellerde yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimleri de yine aynı platformlarda paylaşmaktadırlar. Bu nedenle otel işletmelerine yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin oteller tarafından incelenmesi ve çözüme kavuşturulması oldukça önemlidir. Şikâyetler karşısında herhangi bir çözüm üretmeyen işletmeler müşterilerini kaybetme riski ile karşı karşıya kalmaktadırlar.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, Türkiye'de Covid-19 vakalarının başladığı dönem olan 11 Mart 2020 ile Mayıs 2021 tarihleri arasında Kuşadası'nda faaliyette bulunan 5 yıldızlı 11 otel işletmesi hakkında misafirlerin yapmış olduğu şikâyetleri belirlemek ve ortaya çıkan bulgulardan yola çıkarak otel işletmelerine çözüm önerileri sunmaktır.

## **LİTERATÜR TARAMASI**

### **Otel İşletmelerinde Şikâyet Yönetimi ve E-Şikâyetlere Yönelik Çalışmalar**

İletişim araçlarında yaşanan gelişmeler her sektörü etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemektedir. Sunulan hizmetlerin çeşitlenmesi ile rekabeti arttırmakta ve daha iyi hizmet sunmayı bir zorunluluk haline getirmektedir. Otel işletmeleri pazarda ayakta kalabilmek ve paylarını artırmak adına tüketicilerin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda şikâyetlerini en aza indirmeyi, hızlı ve tatmin edici çözümler üretmeyi amaçlamaktadırlar (Kılıç ve Ok, 2012). Şikâyet kavramı, henüz bulunduğu yeri terk etmemiş ancak sorunu çözülmezse terk etmeye hazırlanan tüketiciyi belirtmektedir. Turizm sektöründe hizmetin, önemli olması sürecin tekrarlanma olanağının olmamasından dolayıdır. Bu bağlamda şikâyet kavramı turizm sektörü için diğer sektörlere göre bir kat daha önem arz etmektedir. En başında hatasız hizmet sunmak turizm sektörünün öncelikleri arasında sayılmaktadır (Özdipçiner, 2016). Tüketici şikâyetleri, tavsiyeleri ve önerileri nedeni ile birçok kişinin satın alma kararı etkilenmekte ve değişmektedir. Bu bağlamda çevrim içi şikâyetler devamlı olarak kontrol edilmeli ve şikâyetlere geri dönüş yapılması gerekmektedir (Kanlı, 2019). Ayrıca internette yapılan şikâyetler daima olumsuz bir konuyu ele almak amacı ile yapılmamaktadır. İyi bir hizmetin daha iyi olabilmesi adına, teşvik edici nitelikte yorumlar da yapılabilmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmada görülmektedir ki Covid-19 salgını sırasında otelde konaklayan misafirlerin, salgın nedeni ile daha hassas olabileceği ve bu hassasiyeti otel yorumlarına da yansıtabileceği muhtemeldir. Ayrıca otel işletmelerinin çevrim içi yorumları devamlı olarak kontrol etmesi ve geri dönüş sağlaması gerektiği belirtilmektedir. (Şahin vd., 2018). Otel

misafirlerinin otel işletmeleriyle ilgili yapmış olduğu olumlu yorumların veya şikâyetlerin hangi konularda yapıldığını ortaya koymak, otel işletmelerinin eksik oldukları yönlerin tespiti için de iyi bir geri bildirim olmaktadır (Gürbüz ve Ormankıran, 2020). Akçakanat vd., (2015), müşteri geri bildirimlerine, otel işletmelerinin verdikleri önemi tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmalarında, otel işletmelerinin müşterilerin yaptıkları geri bildirimleri, müşteri memnuniyeti ile sadakatini artırmak ve müşterilerin ihtiyaç ve değişen beklentilerini karşılamak için bir fırsat olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın bulgularında görülmektedir ki otel yöneticilerinin geri bildirimleri okudukları, inceledikleri ve yanıtladığı belirlenmektedir. Müşterilerin şikâyetlerini çözmeye çalışan yöneticilerin de olduğu bulgularda gösterilmektedir. Au vd., (2009), çalışmalarında Hong Kong otellerinin çevrim içi şikâyetlerini incelemişlerdir. En çok şikâyet servis başarısızlığı, hizmet sunumu ve uygunsuz çalışan davranışı gibi konulardan oluşmuştur. Yine, Alrawadieh ve Demirkol (2015), çalışmalarında İstanbul'da bulunan en yüksek fiyatlı 5 yıldızlı otelin Tripadvisor sitesindeki e-şikâyetlerini incelemişlerdir. İncelenen şikâyetlerden sadece %42'sine geri dönüş yapılmıştır. Bu durumun misafirlerin rezervasyon yaptırma aşamasında kararlarını etkileyebileceğini, şikâyetin bir tehdit olarak ortaya çıkmasından çok fırsata dönüştürülmesi gerektiği belirtilmiştir.

Limberger vd., (2014) çalışmalarında, Brezilya'daki otellerin Tripadvisor yorumlarını incelemiş; otel odası, misafire sunulan hizmet ve maliyet-fayda kriterleri ile genel misafir memnuniyet arasında güçlü bir bağ olduğunu belirtmişlerdir. Berezina vd. (2016), çalışmalarında otelden memnun ve memnun olmayan misafirlerin çevrimiçi yorumlarını incelemişlerdir. Ortaya çıkan sonuca göre, oteli başkalarına tavsiye etmeye istekli olan memnun misafirlerin daha çok soyut yönlerden bahsettiği görülmektedir. Örneğin, çalışanların iyi bir hizmet sunduğundan bahsetmektedirler. Memnun olmayan misafirler ise; somut yönlerden daha sık bahsetmekte örneğin, mobilyaların yıprandığının vurgulanması gibi yorumlarda bulunduğu sonucuna varılmıştır. Alrawadieh ve Law (2019), otel işletmelerinde misafir memnuniyetini belirleyen temel etkenleri belirlemek için yaptıkları çalışmalarında, Tripadvisor'ın sıralama sistemine göre, Türkiye'deki en yüksek puanlı oteller hakkında yayınlanan toplam 400 İngilizce yorumu analiz etmişlerdir. Bu çalışma sonucunda odaların kalitesi ve büyüklüğünün yanı sıra personelden gelen hizmet kalitesinin de esas olarak misafir memnuniyetini belirlediği ortaya

çıkmıştır. Sparks ve Bradley (2014) yaptıkları çalışmalarında, otellerde olumsuz yorumların en çok, oda özellikleri, personel, ambiyans ve temizlik olarak sıralandığını, yine Sparks ve Browning (2010) başka bir çalışmada, şikâyetlerin otel odaları, hizmet kalitesi, çalışanların olumsuz davranışları ve yiyecek-İçecek hizmetleri ile ilgili olduğunu belirtmişlerdir.

Doğancılı vd. (2019), çalışmalarında Göller Bölgesi'nde yer alan otel işletmelerinin Tripadvisor sitesindeki kullanıcı yorumlarını olumlu ve olumsuz başlıklar altında değerlendirmişlerdir. Misafirlerin konakladıkları otellerde öncelikli olarak temizlik, yemeğin kalitesi, personel gibi unsurları göz önünde bulundurdıkları sonucuna varılmıştır. Gerçekleştirilen çalışmaların bulgu ve sonuçlarında da çoğunlukla odalar kategorisi ya da genel temizlik alanlarına yönelik olduğu belirtilmektedir. Ak ve Kızıllırmak (2019), çalışmalarında İstanbul Beyoğlu'nda bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik e-şikâyetleri ele almışlardır. Yapılan e-şikâyetlerin genellikle odalar hakkında ve personel ile ilgili olduğu saptanmıştır. Yazıcı Ayyıldız ve Baykal (2020), Kuşadası ilçesinde faaliyette bulunan otellerin e-şikâyetlerini incelemişlerdir. Bu çalışma neticesinde en çok şikâyet, odaların temizliği, personel davranışı, yemeklerin tadı ve çeşidi olduğu saptanmıştır. Diğer bir çalışmada Efendi (2021) Covid-19 sürecinde Çeşme'de bulunan butik otel işletmelerinin e-şikâyetlerini incelemiştir. E-şikâyetlerin incelenmesi sonucunda odalar ve genel alanların temizliği, banyoların küçük ve eski olması, odalarda bulunan eşyaların yıpranmış ve kalitesiz olması bununda birlikte yiyecek ve içecek alanlarında ürün çeşitliliğinin az olması en çok yorum yapılan konular arasında yer almıştır. Çalışmada incelenen yorumlarda görülmektedir ki en çok kullanılan eşyaların (klima, saç kurutma makinası, kahve makinası) arızalı veya bozuk olduğundan yakınan misafirler bu arızalı eşyaları şikâyet etseler dahi yapılamadığından ya da alakasız bir şekilde şikâyetinin giderilmeye çalışmasından dolayı daha çok sınırlendirdiklerini belirtmektedirler. Kütük (2021) gerçekleştirdiği çalışmada dijital seyahat araçlarının, bir ofisleri bulunmasa da turizm sektörünün çarklarının dönmesine olanak sağlamaktadır. Çalışmada misafirlerin tatmininin sağlanmasında e-şikâyetlerin dijital seyahat araçları tarafından nasıl değerlendirildiği incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda; dijital seyahat araçlarının şikâyetleri çözme konusunda eksiklerini gidererek, gerekirse bu alanda nitelik personel istihdam edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Konaklama

işletmeleri tarafından e-şikâyetlerin misafir tatminini ve sadakatini sağlanması gerektiği artık bir zorunluluk haline gelmektedir. Sadece şikâyeti sağlayan müşteriler değil, dijital seyahat aracı işletmelerden hizmet sağlayan müşteriler de olumsuz anlamda etkilenmektedir. Bu bağlamda bir şikâyetin çözülmesi, sadece o şikâyeti gerçekleştiren müşteriyi değil, diğer tüm müşterilerin de memnuniyetlerini etkilemektedir. Gelen geri bildirimlerin çoğunlukla ılımlı bir şekilde yanıtlanması aynı zamanda otomatik bir şekilde herkese aynı yanıtların yazılmaması da müşterilerin dikkatini çekebileceği ön görülmektedir. Şahin ve Kazoğlu (2017), web sitesi üzerinde yer alan olumlu ya da olumsuz deneyimlerin bir ticari amaç gütmeyeceği ve bunları takip eden kullanıcıların satın alma aşamasında kararlarına etki ettiği görülmektedir. İşletmelerin yer alan yorum ve fikirleri dikkatli bir şekilde takip etmesi konu ile alakalı güçlü yönlerin sağlanması ve zayıf yönlerin iyileştirilmesi ve tehdit unsurlarını ortadan kaldırarak zayıflığı dönüşmesi önleyerek gerekli adımların atılması gerekmektedir.

#### **Covid-19 Sürecinin Otel İşletmelerine Etkileri**

Çin'in Vuhan Eyaleti'nde ortaya çıkan Covid-19 virüsü kısa bir zaman diliminde yayılarak uluslararası halk sağlığını tehdit etmeye başlamıştır. Turizm ile ilişkilendirilmesinin başlıca nedeni ise hastalığın hızlı bir şekilde yayılmasında ve etki alanlarının çoğalmasında neden olan uluslararası seyahatlerin altının çizilmesidir (Acar, 2020). Her şeyi durma ve bitirme noktasına getiren virüs turizm sektörü için de birçok olumsuzluk oluşturmuştur. Dünya genelinde uygulanan seyahat kısıtlamaları ve diğer kısıtlamalar ile turizm en fazla etkilenen sektörler arasında yer almaktadır (Çıtak ve Çalış, 2020). Covid-19 nedeni ile turizm sektörünün 2. Dünya savaşından bu yana ilk defa durma seviyesine gelmesi ile ekonomisinin büyük bir payını turizmden sağlayan pek çok ülke gibi Türkiye için de olumsuz sonuçlar ortaya çıkmıştır (Yenişehirlioğlu ve Salha, 2020).

Basnyat ve Sharma (2021), Covid-19'un neden olduğu kriz sırasında küçük ve orta ölçekli otel işletmecilerinin yaşadığı zorlukları incelemişlerdir. Covid-19 pandemisi gibi bir krizin küçük ve orta ölçekli işletmelerin savunmasızlığını nasıl arttırdığını ortaya koyarak, hükümetten manevi ve ekonomik destek alamama hissini, küçük ve orta ölçekli otel işletmecileri arasında başarısızlığa karşı savunmasızlığı daha da arttırdığını belirtmişlerdir. Lai ve Wong (2020), yapmış oldukları çalışma sonucunda otellerin kriz yönetimi uygulamalarında talebi artırmak için fiyat düşürmeye gittiklerini fakat salgının kısa

sürmeyeceği anlaşıldığında da pandemi aşamasında pazarlama taktiklerini geri çektiği belirtilmektedir. Batman, Bilgiçli ve Yıldız (2020), Covid-19 salgının olduğu zaman diliminde otel işletmelerinde alınan önlemlerin ve uygulanan kuralların çalışanlar ve turistler tarafından nasıl algılandığını araştırmışlardır. Antalya ve Muğla'da salgın sonrası tekrar açılan 5 yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirilen çalışmada iki ilin karşılaştırılması yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda ise; Antalya ve Muğla'daki otel işletmelerinde personelin alınan tedbirler karşısında kurallara uyduğu belirtilmektedir. Ancak Antalya'da otelde konaklayan misafirlerin kurallara uymadığı gözlemlenmektedir. Bu durum Muğla'da farklı olarak misafirlerin kurallara dikkat ettiği saptanmıştır. İncelenen yorumlarda ortaya çıkmaktadır ki genellikle çalışanların dikkat ettiği sonucuna varılmaktadır. Eryılmaz (2020), Türkiye'de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip Covid-19 bilgilendirmeleri, başlıklı çalışmada uluslararası ve yerli zincir otellerin web sitelerinde Covid-19 ile ilgili bilgilendirmeleri incelemiştir. Uluslararası zincir otellerin hepsinin Covid-19 ile ilgili bilgilendirme yaptığı, yerli zincir otellerin ise, az bir kısmının bilgilendirme yaptığı ortaya çıkmıştır. Çalışmada incelenen yorumlarda marka ve zincir otellere karşı misafirlerin ihmaller karşısında daha sert yorumlarda bulunduğu görülmektedir. Aynı zamanda bu hassas dönemde misafirlerin bu uyarıları takip ettiğini belirten geri dönüşlere rastlanmaktadır. Bonfanti vd. (2021), lüks otellerde alınan Covid-19 önlemlerini incelemişlerdir. Alınan tedbirler arasında, hijyen ve koruma, hizmet ortamının yeniden düzenlenmesi, teknoloji ve dijital yeniliklere yapılan yatırımlar, müşteri bekleme süresinin yeniden düzenlenmesi, personel eğitimi ve güncellenmiş iletişimden bahsedilmektedir. Özaltın Türker ve Ertürk (2020), Covid-19 salgının otel işletmelerini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Türkiye genelinde, otel işletmelerinde yönetici pozisyonunda çalışan, 116 yönetici katılımı ile gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda turistlerin turizm işletmelerinden beklentilerinin hijyen, sosyal mesafe, güven gibi kavramlardan oluştuğu ortaya çıkmıştır.

#### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın temel amacı, Covid-19 döneminde Kuşadası'nda faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmeleri hakkında misafirlerin olumsuz görüşlerini belirlemek ve bu görüşlerden yola çıkarak otel işletmelerine öneriler sunmaktır.

#### **Araştırmanın Önemi**

Otel işletmelerinin pek çok faaliyetlerini gerçekleştirmesinde web sitesi ve sosyal medya

etkili bir araç olarak kullanılabilir. Rekabetin giderek arttığı dijital çağda otel işletmeleri varlıklarını devam ettirebilmek için mevcut ve potansiyel müşterilere sundukları hizmeti ve ürünleri etkin ve devamlı bir şekilde tanıtmakta yükümlüdürler. Bu araştırma Covid-19 döneminde Kuşadası destinasyonunda otel işletmelerine yönelik şikayetlerle ilgili yapılmış detaylı bir çalışma olması açısından, ayrıca otel işletmelerine yönelik yapılan şikâyet konularının belirlenerek otel işletmelerinin şikâyetlere yönelik çözüm önerileri geliştirmesine olanak sağlanması açısından ve ilgili literatüre katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır.

#### **Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları**

Araştırma kapsamında www.tripadvisor.com web sitesinde yer alan Kuşadası destinasyonunda Covid-19 sürecinde Mart 2020-Mayıs 2021 faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik tüm dillerde yapılan yorumlardan sadece 3 (ortalama), 2 (zayıf) ve 1 (berbat) puan alanlar dikkate alınmıştır. Kuşadası'nda faaliyette bulunan çok fazla otel olmasına rağmen özellikle Covid-19 döneminde hizmet veren otel sayısı az olduğu için sadece 5 yıldızlı oteller örnekleme dahil edilmiştir.

#### **Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Aydın İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021) web sitesinde yer alan bilgilere göre Kuşadası'nda faaliyet gösteren 5 yıldızlı toplam 15 otel işletmesi bulunmaktadır. Türkiye'de Covid-19 vakalarının görülmeye başladığı Mart 2020 ve Mayıs 2021 dönemi arasında Kuşadası'nda hizmet veren 5 yıldızlı otel sayısı 11'dir. Araştırma örneklemini www.tripadvisor.com web sayfasında yer alan Mart 2020-Mayıs 2021 arasında Kuşadası'nda faaliyet gösteren toplam 11 otel işletmesine ait toplam 306 yorum oluşturmaktadır. Tripadvisor kullanıcılarının değerlendirme kriterleri toplam 5 farklı kategoride yapılmaktadır. Bu değerlendirmeler, mükemmel, çok iyi, ortalama, kötü, berbat olarak yer almaktadır. Araştırmanın özellikle her dilde olumsuz yorum yapan kullanıcılar üzerine odaklanıldığı bu neden ile yorumlardan 3 (ortalama), 2 (zayıf) ve 1 (berbat) puan alan derecelendirmeler ve yorumlar araştırmada veri olarak kullanılmıştır. Ortalama derecesinde bulunan yorumların ele alınmasının nedeni bu derecelendirmede genellikle olumsuz yorumların bulunmasıdır. Yabancı dilde yapılan yorumlar çeviri programları yardımıyla Türkçeye çevrilmiş, sonrasında çevirmen kontrolü de sağlanarak analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar otel işletmeleri için büyük önem arz etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde 2000 yılında

kurulmuş olan Tripadvisor seyahat web sitesi, 49 pazarda ve 28 dilde hizmet vermektedir. Tripadvisor, her ay 500 milyona yakın ziyaretçi sayısı ile seyahat tüketicilerine yardımcı olmaktadır. Tripadvisor sitesi 8,6 milyon konaklama yeri, restoran, deneyim, hava yolu şirketi ve gemi seyahati hakkında 859 milyonu yorum ve görüşe yer vermektedir (Tripadvisor, 2021). Yapılan bir çalışmaya göre, arama motorunda en çok tekrarlanan web sitesinin Tripadvisor.com olduğunu belirtmiştir (Gretzel ve Yoo, 2008).

#### **Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizinden yararlanılmıştır. Bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizi, metindeki farklılıkları ölçme amacı ile tarafsız, sistematik ve sayısal olarak yapılan analiz türüdür (Wimmer ve Dominick, 2000). İlk olarak, içerik analizi ile belirli başlıklar altında kategorilere ayrılan ifadeler tekrarlanma sayılarına göre sıralanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Tablolar oluşturulurken, e-şikâyet unsurları temalara göre ayrımı için Ak ve Kızıllırmak (2019), Efendi (2021) çalışmalarından, kullanıcı yorumlarını belirlemek ve temalara göre sınıflandırmak için de Braun ve Clarke (2006), çalışmasından yararlanılmıştır. İçerik analizi ile elde edilen veriler sayısal verilere dönüştürülmüş ve şikâyetlerin sıklığını belirlemek için frekans analizinden faydalanılmıştır.

#### **Bulgular**

Tablo 1'de e-şikâyette bulunanlara ilişkin demografik bilgiler (cinsiyet) ve şikâyetleri yanıtlayıcılara ilişkin bilgiler (oteldeki pozisyonu) yer almaktadır.

Tablo 1'e göre e-şikâyette bulunanların %47,39'u erkek ve %38,56'sı kadındır. E-şikâyetlerde bulunanlardan cinsiyet belirtmeyenlerin oranı ise %14,05'tir. Yapılan e-şikâyetlere otelde yanıt verenler incelendiğinde en fazla %18,30 ile misafir ilişkileri müdürü ve %17,65 ile misafir ilişkileri sorumlusu olduğu dikkat çekmedir. Anonim (kimin yanıtladığı belirsiz) %10,46 ile üçüncü, ön büro müdürü %2,94 ile dördüncü, genel müdür %1,96 ile beşinci, %0,65 ile son sırada ise halk ve ilişkiler müdürü ve işletme sahipleri bulunmaktadır. Tablo 1'de en dikkat çekici unsurlardan birisi ise, e-şikâyetlerin %47,39 oranında yanıtlanmamış olmasıdır.

E-şikâyete yönelik bilgilerin olduğu Tablo 2'de toplam 306 yorum bulunmaktadır. Toplamda 306 e-şikâyetin %34,64'ü ortalama, %19,93'ü kötü ve %45,43'ü ise berbat şeklinde yorumlanmıştır.

**Tablo 1:** E-Şikâyetle Bulunan ve Cevaplayanlara Ait Bilgiler

	<b>Değişken</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	118	38,56
	Erkek	145	47,39
	Anonim	43	14,05
	<b>Toplam</b>	<b>306</b>	<b>100</b>
<b>Cevaplayan</b>	<b>Mevki/ Pozisyon</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
	Genel Müdür	6	1,96
	Misafir İlişkileri Müdürü	56	18,30
	Ön Büro Müdürü	9	2,94
	Halkla İlişkiler Müdürü	2	0,65
	İşletme Sahibi	2	0,65
	Misafir İlişkileri Sorumlusu	54	17,65
	Yanıtlanmamış	145	47,39
	Anonim	32	10,46
	<b>Toplam</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

Tablo 2’de bir diğer önemli unsurda misafirlerin kullandığı şikâyet dilidir. Şüphesiz Covid-19 süreci birçok ülkeyi etkisine almıştır ve seyahat kısıtlamalarını beraberinde getirmiştir. Söz konusu olan bu kısıtlamalar turizm sektörüne doğrudan bir

etki yapmıştır. Bu bağlamda tablo 2’de görüldüğü gibi Türkçe %53,27’lik bir oranla e-şikâyet dillerinin ilk sırasında yer almaktadır. Bunun dışında %30,72 ile İngilizce ikinci ve %8,82’lik bir oranla Rusça üçüncü sırada yer almaktadır.

**Tablo 2:** Yorumların Puanlara ve Kullanılan Dillere Göre Dağılımı

	<b>Değişken</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Puan</b>	Ortalama	106	34,64
	Kötü	61	19,93
	Berbat	139	45,43
	<b>Toplam</b>	<b>306</b>	<b>100</b>
<b>Şikâyet Dili</b>	Türkçe	163	53,27
	İngilizce	94	30,72
	Rusça	27	8,82
	Fransızca	8	2,62
	Almanca	2	0,65
	Lehçe	2	0,65
	Felemenkçe	2	0,65
	İspanyolca	2	0,65
	Portekizce	4	1,31
	Japonca	1	0,33
	İtalyanca	1	0,33
	<b>Toplam</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

Tablo 3’te e-şikâyetlere verilen toplam 161 yanıt bulunmaktadır. Toplam 161 yanıtın %36,60’sı 1-7 gün içerisinde, %6,86’sı 8-17 gün içerisinde, %3,92’si 18-29 gün içerisinde, %1,63’ü 1 ay içerisinde ve %3,60’ı ise 2 ay ve daha fazla günde cevaplanmıştır. E-şikâyetlerin yanıtlama dilleri incelendiğinde, %91,92’lik büyük bir oranla aynı dil

ile yanıtladığı görülmektedir. E-şikâyet cevapları %8,08’lik bir oranla ise farklı bir dilde yanıtlanmıştır. Yanıt verilmeyen e-şikâyet sayısı ise %47,39’dur. Bu da otel işletmelerinin e-şikâyet konusuna yeteri kadar önem vermediğini göstermektedir.

**Tablo 3:** Yorumların Yanıtlanma Süreleri ve Kullanılan Diller

	<b>Değişken</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Yanıtlama Süresi</b>	1-7 Gün	112	36,60
	8-17 Gün	21	6,86
	18-29 Gün	12	3,92
	1 Ay	5	1,63
	2 Ay ve daha fazla	11	3,60
	Yanıtlanmamış	145	47,39
	<b>Toplam</b>	<b>306</b>	<b>100</b>
<b>Yanıt Dili</b>	Aynı Dilde Yanıtlanmıştır	148	91,92
	Farklı Bir Dilde Yanıtlanmıştır	13	8,08
	<b>Toplam</b>	<b>161</b>	<b>100</b>

Tablo 4'te toplam 306 e-şikâyetten belirlenen unsurlar 8 kategori altında toplanmıştır. En çok şikâyet %33,4 ile otel odalarına gelmiştir. En çok şikâyet edilen odalara ilişkin alt kategoriler ise, oda temizliği (%8,02), banyonun yıpranmış ve eski olması (5,40), eşyaların eski olmasıdır (5,10). Odalarda elektronik ekipmanların bozuk olması, wifi bağlantısının olmaması, sigara kokusunun olması, gürültü gibi e-şikâyetlerde diğer alt kategorileri oluşturmaktadır. Tripadvisor'da aynı otel işletmelerine yönelik Covid-19 öncesi yorumlar incelendiğinde e-şikâyetlerin daha çok yiyecek-içecek kategorisi üzerine yoğunlaştığı belirlenmiştir. Covid-19 öncesi dönemde odalar ile ilgili yapılan şikâyetlerin Covid-19 sürecine göre daha az olduğu ortaya çıkmıştır. Covid-19 öncesinde, odalarda, genellikle havalandırma sistemlerinin çalışmaması misafirler tarafından en çok dile getirilen husustur. E-şikâyetlerden %20,84 oranla yiyeceklerin geç gelmesinden, kahvaltı ürün

çeşit azlığından ve hijyenden dolayı olumsuz değerlendirmeler yapmışlardır. Özellikle Covid-19 döneminde oda ve yiyecek hijyeni ön plana çıkmaktadır, işletmelerin bu konuda daha hassas davranmaları gerekmektedir. Otelin genel özellikleriyle ilgili olan şikâyetler %14,42'lik bir oranla üçüncü sıradadır. Bu kategoride en çok şikâyet genel temizlik (%3,50) alanına yapılmıştır. Genellikle havuz temizliğinin yeterli düzeyde yapılmaması bu alanda olumsuz değerlendirmelere neden olmuştur. Dikkat çeken bir diğer unsur ise asansör durumudur (%3,06). Yoğun dönemlerde asansör sırasının oluşması ve bu zaman diliminde asansörün bozuk olmasına ilişkin birçok şikâyet bulunmaktadır. Otelin genel özellikleri kategorisinde oda servisi, konum, teknik servis, pahalı olması, SPA, restoran, servis hizmetleri ve misafir ilişkileri ise diğer alt kategorileri oluşturmaktadır.

**Tablo 4:** Yorum Kategorileri

Kategori	Sayı	%	Kategori	Sayı	%
<b>Ön Büro</b>	<b>43</b>	<b>6,26</b>	<b>Yiyecek ve İçecek (Toplam)</b>	<b>143</b>	<b>20,84</b>
Check-in İşlemlerinde Aksaklık	12	1,75	Yiyeceklerin Geç Gelmesi	41	5,98
E-hizmet Sorunları	5	0,73	Kahvaltıda Çeşitlilik	24	3,50
Yanlış Bilgilendirme (Tur satışı gibi)	2	0,29	Ürün Kalitesi	71	10,35
Oda Blokajı	7	1,02	Hijyen	6	0,87
Geri Ödeme	4	0,58	Alerjen	1	0,14
Ekstra Ücret (Yatak, adisyon gibi)	6	0,87	<b>Menüyle İlgili Şikâyetler</b>	<b>61</b>	<b>8,89</b>
Sorunların Çözülmemesi	1	0,14	Menü Çeşitliliği	44	6,41
Oda Değişikliği (farklı oda tipi)	3	0,44	Ürünlerin Olmaması	17	2,48
Check-out Süreci	3	0,44	<b>Otelin Genel Özellikleri</b>	<b>99</b>	<b>14,42</b>
<b>Odalar</b>	<b>229</b>	<b>33,4</b>	Pahalı Olması	8	1,17
Eski Eşyalar	35	5,10	Konum	9	1,31
Temizlik	55	8,02	Asansör Durumu	21	3,06
Küçüklük	7	1,02	Genel Temizlik	24	3,50
Koku (parfüm veya sigara)	17	2,48	Misafir İlişkileri	1	0,14
Gürültülü	12	1,75	Restoran	5	0,73
Wi-Fi	22	3,21	Oda Servisi	11	1,60
Manzarasız	5	0,73	Servis Hizmeti (Havaalanı vb.)	5	0,73
Tasarım	5	0,73	Teknik Servis	9	1,31
Ses Yalıtımı	3	0,44	SPA	6	0,87
Banyo (yıpranmış, küçük gibi)	37	5,40	Çamaşırhane	-	-
Elektronik Ekipmanların Bozuk Olması	31	4,52	<b>Algılanan Hizmet Kalitesi</b>	<b>18</b>	<b>2,62</b>
<b>Personel</b>	<b>73</b>	<b>10,65</b>	<b>Uygulanan Şikâyet Politikası</b>	<b>20</b>	<b>2,92</b>
Personel İlgisizliği	29	4,23		<b>686</b>	<b>100</b>
Personel Kabalığı	29	4,23			
Personel Performansı	15	2,19			

Personeller ile ilgili olarak, ilgisizlik (%4,23), kabalık (%4,23) ve performans (%2,19) konusundaki şikâyetlerdir. İşletmelerin Covid-19 sebebiyle az personel çalıştırdığı, bu durumun stres ve yorgunluğu beraberinde getirmesiyle personellerin ilgisiz ve kaba davranışlarda bulunmasından şikâyetler mevcuttur. Ön büro kategorisi %6,26'lık bir oranla beşinci sıradadır. Ön büro kategorisinde yapılan şikâyetlerde check-in işlemlerinde aksaklık (%1,75) ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda check-in saatinin 14:00

olduğu esas alınarak, misafirlerin daha çok bu saatten önce giriş yapmak istemeleri şikâyetlere neden olmuştur. Oda blokajı konusunda, misafirlerin rezervasyon yaptırdığı oda tipinden farklı bir oda tipi sunulması şikâyetlere yol açmıştır. Ekstra ücret (%0,87) ile ilgili şikâyetlerde daha önceden belirtilen rezervasyon tutarından fazla bir tutar istenmesi dikkat çekmektedir. E-hizmet sorunları (%0,73), otelin web sitesinden bulunan fotoğrafların eski olmasından dolayı yanıltıcı olabileceği konusunda şikâyetler dile getirilmiştir.

Uygulanan şikâyet politikası %2,92'lik bir oranla yedinci sıradadır. E-şikâyet içeriklerine yönelik yorumların okunması ve bu şikâyetlere yönelik alınan önlem ve yaptırımları konu almaktadır. Son olarak algılanan hizmet kalitesi (%2,62) söz konusu şikâyetlerde, misafirlerin aldıkları hizmeti yeterli bulmadığı ve bu hizmetlerden memnun olmadığı

konularda ortaya çıkmaktadır. Örneğin; incelenen e-şikâyetlere göre ultra her şey dahil hizmet veren bir otelde Türk kahvesinin ücretli olması misafirler tarafından hizmetin yeterli bulunmadığını ortaya koymaktadır. (Yorum sayısı, konu başlığından fazladır. Bu durum yorum içeriklerinin 1'den fazla kategoride yer alabilmesinden kaynaklanmıştır.

**Tablo 5: Otel İşletmelerinin Yorumlara Cevap Şekilleri**

<b>Kategori</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Teşekkür etme, şükranlık bildirme	97	31,70
Özür dileme	13	4,25
Şikâyet konularını ele alma	28	9,15
Şikâyetten ve şikâyetçiden dert yanma	23	7,51
Şikâyeti Cevaplamama	145	47,39
<b>Toplam</b>	<b>306</b>	<b>100</b>

Tablo 5'te e-şikâyetlere verilen cevapların içeriği hakkında bilgilere yer verilmektedir. E-şikâyetlere verilen yanıtların içeriğine göre, %31,70'lik bir oranla teşekkür etme, şükranlık bildirme ilk sıradadır. İkinci sırada %9,15 ile şikâyet konularını ele alma yer almaktadır. %7,51 ile şikâyet ve şikâyetçiden dert yanma ve %4,25 ile özür dileme gelmektedir. Şikâyet ve şikâyetçiden dert yanma müşteri odaklı pazarlama yaklaşımı açısından çok olumlu bir durum olarak karşımıza çıkmamaktadır. %47,39'lük bir oranda e-şikâyetlere cevap yazılmaması ise, otellerin bu konuya yeteri kadar önem vermediklerini göstermektedir.

### **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Covid-19 salgını çok kısa bir sürede tüm dünyayı etkisine almıştır. Söz konusu salgın birçok tedbir ve uygulamayı beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda birçok sektörü etkileyen Covid-19 salgını turizm sektörünü de olumsuz yönde etkilemiştir. Birçok otel işletmesi faaliyetlerini sürdürürebilmek için salgına yönelik tedbirleri alarak faaliyetlerine devam etmektedirler.

Bu çalışma, Covid-19 sürecinden sonra yapılacak olan benzer çalışmalarla karşılaştırıldığında ortaya farklı sonuçların çıkabileceği düşünülmektedir. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalarda olumlu ve olumsuz yorumların karşılaştırılması ile çalışmalara farklı bir görüş açısı kazandırabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Günümüzde normalleşme sürecine geçilmesiyle birlikte turizm sektöründe canlanmalar başlamaktadır. Kılıç, Aslan ve Gövce (2020) tarafından yapılan çalışmada Covid-19 salgınıyla birlikte şüphesiz turistlerin satın alma kararları, tutum ve davranışlarının etkileneceği sonucuna varılmıştır. Bu etkilenmenin temel nedeni insanlarda Covid-19 salgını ile birlikte oluşan korku ve risk faktörüdür. Bu etkileşimler yukarıda bahsedildiği gibi turistlerin satın alma süreçlerine direkt bir etki yapmaktadır.

Bu araştırmada, Tripadvisor sitesinden 2020 Mart ayından başlayarak Mayıs 2021'e kadar devam eden süreçte Kuşadası'nda bulunan 11 otel işletmesi hakkındaki e-şikâyetler incelenmiştir. Araştırma kapsamında, ortalama, kötü ve berbat puanlamasında toplam 306 e-şikâyet tespit edilmiştir. E-şikâyetlerden %34,64'ü ortalama, %19,93'ü kötü ve son olarak %45,43'ü berbat olarak yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında toplamda 306 e-şikâyetten en fazla olumsuz yorum otel odaları ile ilgilidir. Ortaya çıkan bu sonuç Ak ve Kızırmak (2019), Yazıcı Ayyıldız ve Baykal (2020), Efendi (2021), Doğancili, Karaçar ve Ak (2019) çalışmaları ile paralellik göstermektedir. Misafirler açısından özellikle Covid-19 salgınıyla birlikte temizlik olgusunun daha çok önem kazandığı ortaya koyulmuştur. Oda temizliği ve yemek hijyeni şikâyetlerde oldukça fazla belirtilmiştir. Bunun dışında yapılan şikâyetlerde yiyecek ve içecek kategorisi de oldukça dikkat çekmektedir. Efendi (2021) çalışması ile benzer bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Misafirlerin büyük bir bölümü ürün kalitesi konusunda otel işletmelerinden şikâyetçidir. Bu bağlamda işletmelerin e-şikâyetleri dikkate alarak ürün kalitesi konusunda ürünlerini geliştirmeleri gerektiği tespit edilmiştir. Oda temizliği ve yemek hijyeni şikâyetleri Covid-19 sürecinde dikkat çekmektedir. Bir başka önemli konu ise personel kategorisindedir. Birçok misafir bu süreçte personellerin stres yönetimi konusunda başarısız olduğundan dolayı kaba olduğunu söylemektedir. Ayrıca Covid-19 salgını nedeniyle işletmelerin az sayıda personel çalıştırmalarından ötürü tüm alanlarda çok fazla sıra bekledikleri ve personellerin ilgisiz davrandıklarından yakınmaktadırlar. Bu durumda personel performansının ve yeterliliğinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Au, Buhalis ve Law (2009), çalışmalarında da benzer şekilde personel ile ilgili olumsuz görüşler ortaya çıkmıştır.



Otel işletmelerine yönelik yapılan e-şikâyet yorumlarına %47,39'luk bir oranla Tripadvisor web sitesinde yanıt verilmediği gözlemlenmiştir. Alrawadieh ve Demirkol (2015) çalışmasında da %42 oranında Tripadvisor web sitesinde yapılan şikâyetlere dönüş yapılmadığı belirtilmiştir. Bu durum otel işletmelerinin Tripadvisor'da yapılan e-şikâyetlere gerekli önemi vermediği ve şikâyet yönetimini iyi yapamadığını ortaya koymaktadır. Misafirler e-şikâyetlerine yönelik çözüm sunan ve yapıcı cevaplar veren otel işletmelerini tekrar tercih edebilirler. Bu konuya önem veren otel işletmeleri açısından rekabet avantajı sağlar. İşletmelerde yapılan şikâyetlere genel olarak misafir ilişkileri müdürü ve misafir ilişkileri personeli yanıt vermiştir. Özellikle otelin genel müşteri profilinin kullandıkları dil konusuna hâkim misafir ilişkileri personeli istihdam etmek önem arz etmektedir. Ak ve Kızılırmak (2019), tarafından yapılan çalışmada e-şikâyetlere genellikle yedi gün içerisinde cevap verildiği tespit edilmiştir. Nitekim bu araştırmaya göre %33,66'lık bir oranla 1-7 gün içerisinde cevap verilerek en yüksek yüzdeye ulaşılmıştır. E-şikâyetlere verilen yanıtlar çoğunlukla (91,92) aynı dilde yanıt verildiği tespit edilmiştir.

Araştırmada verilen yanıtlara göre %31,70'lik bir oranla teşekkür etme, şükranlık bildirme öne çıkmaktadır. Bu durumda işletmeler şikâyet yorumlarına karşı minnettar kalıp bu şikâyetler doğrultusunda misafiri tekrardan tesiste konaklaması için bir motivasyon sağlamaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre Covid-19 sürecinde otel işletmelerinin e-şikâyetleri dikkate alarak geliştirilmesi adına sunulabilecek bazı öneriler şunlardır: E-şikâyet olarak en yüksek yüzdeye sahip olan otel odalarına işletmelerin her sezon başında gerekli bakım ve tamirata yapması, eski eşyaları yenilemesi, temizlik konusunda daha hassas davranması gerekmektedir. Özellikle dijital çağda otel işletmelerinin kendilerine ait mobil ve web uygulamaları geliştirerek, misafirleri ile daha etkili iletişim kurması, öneri ve şikâyetleri bu uygulamalar aracılığıyla alarak misafir memnuniyetini artırması sağlanabilir. Otel işletmeleri akıllı sistemlerden faydalanarak teknik sorunlara ve şikâyetlere daha kolay çözüm bulabilir. Yiyecek ve içecek konusunda birçok misafir kendilerine hitap etmeyen yemeklerden şikâyetçi olmaktadır. Bu hususta rezervasyon yoğunluğuna göre menü çıkartılarak veya misafirlerin aşına olduğu mutfaklar için haftanın belli günlerinde özel günler düzenlenerek misafir memnuniyeti artırılabilir. Otel web sayfalarında ve sosyal medya hesaplarında Covid-19 ile ilgili olarak alınan tedbirler ve hijyen konusundaki hassasiyetle ilgili bilgilendirici mesajlar verilerek, otele gelecek misafirlerin güven duyması sağlanabilir. Otel personelinin misafirlere ilgili ve kibar davranması,

bu konuda gelen şikâyetlerin azaltılması için gerekli eğitimlerin verilmesi gerekmektedir. E-şikâyetlere verilen cevaplar değerlendirildiğinde genel olarak tüm şikâyetlere benzer cevapların verildiği gözlemlenmektedir. Bu durum misafir üzerinde olumsuz bir iz bırakmaktadır. Bunun yerine bu görevi tek bir departman üstlenerek e-şikâyet içeriklerine çözümleyici yanıtlar verilmelidir. Bu sayede misafirin memnuniyeti sağlanarak, sadık müşteri olması desteklenebilir.

Sonuç olarak, gerçekleştirilen bu araştırma Covid-19 salgınının devam ettiği zaman diliminde tatil deneyimini yaşayan turistlerin Kuşadası'ndaki 5 yıldızlı otellere ilişkin Tripadvisor sitesindeki olumsuz yorumları ele alınarak hazırlanmıştır. Bundan sonra gerçekleştirilecek araştırmalar farklı otel türlerinde, farklı destinasyonlara yapılabilir. Farklı kültürden gelen turistlerin Covid-19 döneminde otellerden beklentilerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma yapılabilir. Ayrıca farklı araştırmalarla salgın sonrasında turistlerin beklentileri derinlemesine araştırılabilir.

#### KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1):7-21.
- Ak, S. ve Kızılırmak, İ. (2019). Otel İşletmelerinde E-Şikâyetler ve E-Şikâyet Yönetimi Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4):820-832.
- Akçakanat, T., Kılıklı, M. ve Çarıkçı, İ. (2015). Yönetim Geliştirme Aracı Olarak Müşteri Geri Bildirimlerinin Önemi: Turizm İşletme Belgeli 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, (6)13:72-88.
- Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş. (2015). Konaklama İşletmelerinde E-Şikâyet Yönetimi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1):130-148.
- Alrawadieh, Z. ve Law, R. (2019). Determinants of hotel guests' satisfaction from the perspective of online hotel reviewers. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1750-6182.
- Au, N., Buhalis, D. ve Law, R. (2009). Complaints on the online environment—the case of Hong Kong hotels. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 73-85.
- Basnyat, S. ve Sharma, S. (2021). Effects of Covid-19 crisis on small and medium-sized hotel operators: insights from Nepal. *Anatolia*, 32(1):106-120.
- Batman, O., Bilgiçli, İ. ve Yıldırğan, R. (2020). Otel Çalışanı ve Misafirinin Covid-19 Pandemi Kurallarına Uyumu: Antalya ve Muğla Karşılaştırması. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(12):935-955.

- 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*, 25(1):1-24.
- Bonfanti, A., Vigolo, V. ve Yfantidou, G. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 94(April 2021):102871.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2):77-101.
- Çıtak, N. ve Çalış, Y.E. (2020). Covid-19 Salgının Turizm Sektörü Üzerine Olan Finansal Etkileri. *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, 3(2):110-132.
- Doğançılı, O., Karaçar, E ve Ak, S. (2019). Göller Bölgesi'nde Yer Alan Otel İşletmelerinin Tripadvisor'daki Tüketici Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1):96-106.
- 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.
- Eryılmaz, B. (2020). Türkiye'de faaliyet gösteren otel zincirlerinin yeni tip korona virüs (Covid-19) Bilgilendirmeleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1):15-27.
- Gretzel U. ve Yoo K.H. (2008). Use and Impact of Online Travel Reviews. In: O'Connor P., Höpken W., Gretzel U. (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism*, Springer -Vienna, 35-46.
- Gürbüz, E ve Ormankıran, G. (2020). Otel İşletmelerine ilişkin müşteri pozitif yorum ve şikâyetlerinin yoğunlaştığı konulara ilişkin nitel bir değerlendirme. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(1):17-32.
- Kanlı, K. (2019). Turist Rehberlerine Yönelik E-Şikâyetlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(1):10-17.
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyetlerin Değerlendirilmesi, *Journal of Yasar University*, 25(7):4189-4202.
- Lai, I.K.W. ve Wong, J.W.C. (2020). Comparing crisis management practices in the hotel industry between initial and pandemic stages of Covid-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 3135-3156.
- Limberger, P.F., dos Anjos, F.A., de Souza Meira, J. V. ve dos Anjos, S.J.G. (2014). Satisfaction in hospitality on Tripadvisor.com: An analysis of the correlation between evaluation criteria and overall satisfaction. *Tourism & Management Studies*, 10(1):58-64.
- Özaltın Türker G. ve Ertürk, N. (2020). Covid-19'un Konaklama İşletmelerine Etkileri: Yöneticiler Perspektifinden Bir Değerlendirme, *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2):89-101.
- Özdipçiner, N.S. (2016). Turizm Sektöründe Müşteri Şikâyet Eğilimlerinin Farklılıkları: Pamukkale Yöresine Yönelik Bir Uygulama. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1):235-250.
- Sezgin, M., Özdemir Akgül., S. ve Atar, A. (2019). *Turizm 4.0 Dijital Dönüşüm*, (Birinci baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sparks, B.A. ve 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. ve Bradley, G.L. (2014). A "Triple A" typology of responding to negative consumer-generated online reviews. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(6):719-745.
- Şahin, S., Girgin, G.K., Kazoğlu, İ.H. ve Nur, G. (2018). Gastronomi Turistlerinin E-Şikâyet Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Alaçatı, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1):68-82.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). COVID-19 Salgın Döneminde Otellerin Pazarlama Stratejileri: Kuşadası Örneği. *BMIJ*, 8(3):3328-3358.
- Yazıcı Ayyıldız, A. ve Baykal, M. (2020). Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikâyetlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi: Kuşadası 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30):2659-2683.
- Yenişehirlioğlu, E. ve Salha, H. (2020). Covid 19 Pandemisinin Türkiye İç Turizm Bilimler Yansımaları: Değişen Talep Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Dergisi*, 19(37):355-368.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Dokuzuncu Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wimmer, D.D. ve Dominick, J.R. (2000). *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- İnternet Kaynakları**
- Aydın Kültür Turizm Müdürlüğü (2021) <https://aydin.ktb.gov.tr/Eklenti/69244.bakanlik-isletmebelgeli-ilcelere-gore-tesisler>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (2021) <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
- Sağlık Bakanlığı (2021) <https://covid19.saglik.gov.tr/>
- Tripadvisor (2021) <https://www.tripadvisor.com.tr/>
- YAZARLAR**
- Gülşah Keskin:** Lisans eğitimini, Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği bölümünde tamamlamıştır. Adnan Menderes Üniversitesinde Turizm İşletmeciliği

alanında Yüksek Lisans eğitime devam etmekte olup şu an tez aşamasındadır. 'Güncel Turizm Çalışmaları II' isimli kitapta 'Otel İşletmelerinde Mobil Uygulamalar' bölümünü yazmıştır. Ayrıca Turizm sektöründe çeşitli alanlarda faaliyet gösteren işletmelerde çalışma deneyimi bulunmaktadır.

**Mehmet Yılmaz Bilgiç:** Lisans eğitimi Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Seyahat İşletmeciliği bölümünde tamamlamıştır. Adnan Menderes Üniversitesinde Turizm İşletmeciliği alanında Yüksek Lisans eğitime devam etmekte olup şu an tez aşamasındadır. Ayrıca Turizm sektöründe çeşitli alanlarda faaliyet gösteren işletmelerde çalışma deneyimi bulunmaktadır.

**Doç. Dr. Ahu Yazıcı Ayyıldız:** Lisans eğitimi Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünde, yüksek lisans ve doktora eğitimi Adnan Menderes Üniversitesi'nde tamamlamıştır. Adnan Menderes Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır.