**AFYONKARAHİSAR’DA FAALİYET GÖSTEREN BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNE YÖNELİK YAPILAN YORUMLARIN   
VE E-ŞİKÂYETLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR**

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü.

**Dr. Öğr. Üyesi Salim İBİŞ**

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü.

**Dr. Öğr. Üyesi Serdar ÇÖP**

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü.

**ÖZET**

Bu çalışmada Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik internet ortamında yapılan müşteri yorumlarının incelenerek şikâyet unsurlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda en çok yorum ve şikâyet yapılan bir internet sitesinde yapılmış olan yorumlar nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Şikâyet içerikli yorumların hangi ana ve alt temalardan oluştuğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda 2868 adet yorum incelenmiş bunların arasında 1004 adet şikâyet içeren ifadeye rastlanmıştır. Bu şikâyetlerin; yiyecek-içecek, hizmet kalitesi, oda, çalışanlar, fiyat ve temizlik olmak üzere altı ana temadan oluştuğu görülmüştür. En fazla şikâyet otel işletmelerinde sunulan yiyecek-içecek hizmetleri ile genel hizmet kalitesine yönelik yapıldığı anlaşılmıştır. Çalışma sonunda otel işletmelerinin ortaya çıkan şikâyet konuları çerçevesinde sundukları ürün ve hizmetlerde gerekli iyileştirmeleri yapmaları, önlemler almaları, müşteri şikâyetleri dikkate alınarak bu doğrultuda ürün ve hizmet sunumuna gitmeleri gerektiği gibi pek çok öneri sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Turizm, Afyonkarahisar, Otel İşletmeleri, E-Şikâyet.*

**1. GİRİŞ**

21. y.y.’ın ilk çeyreğine geldiğimiz bu günlerde teknolojinin geldiği mevcut durum hizmet endüstrisinde faaliyet gösteren otel işletmelerinin müşteri ile olan iletişiminde fayda sağlayabilmektedir. Bu bağlamda her işletmede olduğu gibi otel işletmelerinin de varlığını sürdürebilmesi için teknolojiden faydalanarak müşteri memnuniyetini sağlaması gerekmektir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması için müşteri şikâyetlerinin minimuma indirilmesi (Aylan, Arpacı ve Celiloğlu, 2016: 51) otel işletmelerinin hizmet kalitesini artırması açısından önem teşkil etmektedir.

Şikâyet, aslında işletmelerin sunduğu hizmetlerin sürekli iyileştirilmesi için bir geri bildirimdir. İşletmeler kusursuz hizmet vermeyi hedeflese de eksikleri ve hataları tamamen ortadan kaldırması mümkün olmayabilir. Bu nedenle işletmeler, eksiklerini ve hatalarını en iyi şekilde analiz ederek çözmesi gereklidir. Bu yüzden işletmelerin, yapılan şikâyetleri lehine ve fırsata dönüştürmeleri, şikâyetlerden ders çıkarmaları ve aynı hatayı tekrar yapmamaları sürdürülebilirlik açısından önemlidir. Şikâyet sürecini iyi yöneten ve müşterilerini memnun eden işletmelerin, müşterilerinin zihinlerinde olumlu imajın oluşması sağlanacaktır. Müşteri şikâyetleri, hizmet kalitesinin artırılması ve sadık müşteriler yaratmada bir fırsat olarak değerlendirilmeli ve aynı zamanda işletmelerin öğrenen örgüt olma yolundaki çalışmalarını yürütebilmeleri açısından iyi bir geri bildirim olduğu unutulmamalıdır (Arpacı, 2016: 204). Bu bağlamda otel işletmelerine yapılan şikâyetlerin internet ve web sitelerinin gelişmesi ile birlikte ağırlıklı olarak elektronik şikâyet (e-şikâyet) olarak yapıldığı bilinmektedir. Bu nedenle otel işletmelerine yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin incelenerek çözüme kavuşturulması önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Afyonkarahisar’da bulunan beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik en çok yorum ve şikâyetlerin yapıldığı bir internet sitesi aracılığıyla yapılan yorumların değerlendirilerek şikâyet unsurlarının belirlenmesini sağlamak ve otel işletmelerine çözüm önerileri sunabilmektedir.

**2. LİTERATÜR**

Şikâyet, karşılanmayan beklentilerin sözle ifade edilme şekli olarak tanımlamak mümkündür. (Barlow ve Moller, 2008: 38). Bu bağlamda şikâyetler otel işletmeleri için memnuniyeti artırma açısından önemli birer geri bildirim şeklidir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan son zamanlardaki gelişmeler, sosyal iletişimde de etkin olan interneti gündeme getirmiştir. İnternet dokunduğu her şeyi değiştirmekte ve neredeyse her alanda da etkili olmaktadır. Neticede müşteri şikâyetleri üzerinde de etkili olduğu görülmektedir (Ünver, 2010: 99-101).

İnternetin gelişmesiyle yeni bir şikâyet alma kanalı ortaya çıkmıştır. İşletmelerin büyük bir kısmı internet ortamında müşteri şikâyetlerine daha basit bir biçimde ulaşabilmektedirler. İşletme ve markalar, internette bulunan sosyal medya ve şikâyet siteleri aracılığı ile müşteri şikâyetlerine ve yorumlarına ulaşarak en kısa sürede yapılan bu şikâyetlere geri dönebilme şansına sahip olmaktadırlar (Argan, 2014: 52). Bu bağlamda elektronik şikâyet; bir mal veya hizmetten faydalanan tüketicinin, bu deneyimde yaşadığı sorunları elektronik ortamlar aracılığıyla dile getirmesi olarak tanımlanabilir (Schall, 2003).

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde çeşitli çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bunlardan bazıları; Ngai vd. (2007), Hong Kong’da Asya ve Asya dışındaki otel misafirleri müşteri şikâyet davranış farklılıklarını incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda Asya’lı olmayan konukların Asyalı konuklardan daha fazla şikâyet eğiliminde olduklarını tespit etmişlerdir. Çulha vd. (2009), ise otel işletmelerine yapılan müşteri şikâyetlerinin hangi kategoriler altında toplandığının belirlenmesi amacıyla üç sanal şikâyet sitesini inceleyerek içerik analizi yöntemiyle incelemiş ve araştırma sonucunda, 8 temel ve 42 alt kategori tanımlayarak en temel şikâyet kategorisinin ise yiyecek- içecek hizmetleri olduğunu tespit etmişlerdir. Ekiz vd. (2012), Malezya’da lüks otellerde konaklayan müşterilerin otel hizmetlerinden şikâyetçi olma durumlarını tespit etmek amacıyla Kasım 2010 ve Ocak 2011 yılları arasında ilgili internet sitesi aracılığıyla yapılan şikâyetleri gruplandırmış ve araştırma sonucunda en çok şikâyetin odaların kalite bakımından değerlendirilmesi hususunda olduğunu tespit etmişlerdir.

İlgili literatürde bu konu ile ilgili yapılan önceki araştırmalardan görüldüğü üzere otellerin müşteri şikâyetlerini değerlendirme ve analiz etme konusunda hala bir eksiklik olduğu görülmektedir. Bu eksiklik göz önünde bulundurulduğunda hem sahip olduğu termal kaynaklar bakımından, hem de termal turizm işletmeleri bakımından zengin bir potansiyele sahip olan Afyonkarahisar’daki otel işletmelerinin ürün ve hizmet kalitesini geliştirmelerine önemli katkısının olacağı düşünülmektedir.

**3. YÖNTEM**

***Araştırmanın Amacı ve Önemi;*** Araştırmanın temel amacı Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan yorumları incelemek, şikâyet unsurlarını belirlemek, ilgili literatüre katkı sağlamak ve otel işletmelerine çözüm önerileri geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda otel işletmeleri için yaygın olarak kullanılan çevrimiçi yorum sitesinde yapılan yorumlar incelenmiş, şikâyet içerikli yorumlar belirlenerek sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Çalışma, otel işletmelerine yönelik yapılan şikâyet konularının belirlenerek işletmelere yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesine olanak sağlanması açısından ve ilgili literatüre katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır.

***Araştırmanın Sınırlılıkları;*** Araştırmanın temel sınırlılığı Afyonkarahisar ilinde faaliyet göstermekte olan turizm işletme belgeli 5 yıldızlı otel işletmelerinin ele alınmış olmasıdır. Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre ilde 10 adet turizm işletme belgeli 5 yıldızlı otel işletmesi bulunmaktadır (www.afyonkultur.gov.tr). Çalışmada yalnızca Türkçe dilinde 20 Temmuz 2018 tarihine kadar yapılan yorumlar dikkate alınmıştır. Bu kapsamda ele alınan işletme sayısı 10, analize tabi tutulan yorum sayısı 2868 olmuştur. Ayrıca araştırmada yalnızca ilgili internet sitesinde yapılan şikâyetler değerlendirilmiş olduğundan tüm müşteri şikâyetlerini yansıtmaması bir sınırlılık oluşturmaktadır.

***Araştırmanın Yöntemi;*** Son yıllarda hızla gelişen internet teknolojisi, sanal ortamlarda müşterilerin satın aldıkları ürün ya da hizmetler hakkında memnuniyet ve şikâyet düşüncelerini paylaşmalarına olanak sağlamaktadır. Sanal ortamlarda müşteriler tarafından yapılan yorumlar hem aynı müşterinin yeniden tercih etme niyetini ortaya koyarken hem de potansiyel müşteri adayları için fikir verme niteliği taşımaktadır. Ayrıca yapılan şikâyetler işletmeler için çeşitli ipuçları vermektedir. Liu ve Park’a (2015) göre çevrimiçi ortamlarda daha fazla olumlu yorumu bulunan işletmeler, tüketicilerin satın alma kararlarında güven oluşturmasına katkı sağlamaktadır. Diğer yandan sanal ortamlarda yapılan şikayetler diğer müşteriler nezdinde işletmelerin imajını olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Zheng vd., 2009: 719; Limberger vd., 2014: 60). Bu çalışmada turizm işletmelerine yönelik en fazla yorum ve şikâyetlerin yapıldığı bir internet sitesi üzerinden Afyon’da faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan olumlu-olumsuz yorumlar incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği ile verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizinde yapılan temel işlem, birbirine benzer verileri belirli kavram ve temalar ışığında bir araya getirmek ve bunları da okuyucunun anlayacağı şekilde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). İçerik analizinde sözel veya yazılı materyaller nesnel ve sistematik bir şekilde anahtar kelimeler kullanılarak ve kelimeler kategorilere ayrıştırılarak çözümlenmektedir. Araştırma kapsamında 10 Temmuz – 20 Temmuz 2018 tarihleri arasında elde edilen veriler bu yöntem ile analiz edilmiştir.

**4. BULGULAR ve TARTIŞMA**

Araştırmaya konu olan Afyonkarahisar’daki 10 adet 5 yıldızlı otel işletmesine yönelik ilgili internet sitesinde toplam 2868 adet yoruma rastlanmıştır. Yapılan müşteri yorumlarından şikâyet içeren unsurlardan altı ana tema ve yirmi alt tema ortaya çıkmıştır. Ana temalar; Oda, yiyecek-içecek, hizmet, çalışanlar, temizlik ve fiyat şeklindedir. Bu 6 ana tema altında 20 alt tema yer almıştır. Müşteri şikâyetleri ile ilgili ana tema ve alt temalara ilişkin oluşturulan model Şekil 1 üzerinde gösterilmiştir.

**Şikâyetler**

**Yiyecek-İçecek**  
Kalite-Çeşit-Servis-Hijyen-Lezzet

**Hizmet Kalitesi**  
Kötü hizmet-İkram-İnternet-Asansör-Etkinlik

**Çalışanlar**  
İlgisizlik-Davranış/Tutum-Personel Eksikliği

**Oda**  
Balkon-Ses/Gürültü-Kirlilik-Isıtma/Soğutma

**Temizlik**  
Havuz Kirliliği-Havlu Kirliliği

**Fiyat**  
Pahalılık

**Şekil 1:** Müşteri Şikâyet Temaları

İlgili internet sitesinde yapılan her yoruma ilişkin ilgili site kendi içinde kullandığı değerlendirme aracında kullanıcıların işletmelere yönelik yaptıkları değerlendirme sonuçları Tablo 1’de verilmiştir. Kullanıcıların %51’i işletmeler için mükemmel, %22’si çok iyi ve %12’si ortalama olarak değerlendirme yapmışlarıdır. Bu değerlendirmeleri yapan kullanıcılar genellikle memnuniyet içerikli mesajlar yazan kullanıcılar olduğu anlaşılmaktadır. Şikâyet içerikli mesajlar daha çok kötü ve berbat şeklinde değerlendirme yapan kullanıcılar tarafından yapılmaktadır. Kullanıcıların %7’si kötü, %8’i berbat şeklinde değerlendirme yapmışlardır.

**Tablo 1:** Kullanıcıların İşletme Değerlendirmeleri

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Sayı** | **Yüzde** |
| Mükemmel | 1451 | 51 |
| Çok iyi | 645 | 22 |
| Ortalama | 356 | 12 |
| Kötü | 187 | 7 |
| Berbat | 229 | 8 |
| **Toplam** | **2868** | **100** |

Araştırmaya dâhil edilen işletmelere yönelik yapılan yorum sayıları Grafik 1’de verilmiştir. Yapılan yorumların işletmelere göre sayılarına yer verilmiştir. En fazla yorum işletme 3’e (771 adet), en az yorum ise işletme 5’e yapılmıştır (48 adet).

**Grafik 1:** İşletmelere Yönelik Toplam Yorum Sayıları

Tablo 2’de müşterilerin her işletme için verdikleri değerlendirme puanlarına yer verilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan işletmelerin isimleri gizlilik açısından belirtilmemiş, numaralandırma yöntemine gidilmiştir.

**Tablo 2:** Kullanıcıların Her İşletme İçin Yaptıkları Değerlendirme Sonuçları

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **İşletme** | **Mükemmel** | **Çok iyi** | **Ortalama** | **Kötü** | **Berbat** |
| İşletme 1 | 288 | 140 | 59 | 24 | 27 |
| İşletme 2 | 73 | 49 | 34 | 12 | 14 |
| İşletme 3 | 447 | 163 | 85 | 36 | 40 |
| İşletme 4 | 66 | 43 | 41 | 21 | 31 |
| İşletme 5 | 5 | 17 | 10 | 12 | 4 |
| İşletme 6 | 149 | 60 | 21 | 17 | 22 |
| İşletme 7 | 74 | 54 | 22 | 11 | 10 |
| İşletme 8 | 60 | 30 | 33 | 27 | 56 |
| İşletme 9 | 42 | 37 | 24 | 11 | 17 |
| İşletme 10 | 247 | 52 | 27 | 16 | 8 |
| **Toplam** | **1451** | **645** | **356** | **187** | **229** |

İçerik analizi yapılan toplam 2868 yorum içerisinde 1004 adet şikâyet unsuru içeren ifadeye rastlanmıştır. Bu şikâyetlere ilişkin oluşturulan ana temalar, alt temalar ile şikâyet sayıları ve yüzdelik oranları Tablo 3’te yer almaktadır. Buna göre en fazla şikâyetin %24 ile yiyecek-içecek konusunda yapıldığı görülmüştür.

***Yiyecek-içecek;*** Yiyecek-içecek teması içerisinde alt temalara bakıldığında ise sırası ile en fazla çeşit, kalite, hijyen, lezzet ve servis konularında şikayetlerin yer aldığı görülmektedir. Müşteriler otel işletmelerinde sunulan yiyecek-içeceklerin çeşit olarak azlığından, kalitesinin düşük olmasından, hijyenik ve lezzetli olmamasından, servis hizmetlerinin kötü olmasından şikayet etmektedirler.

**Tablo 3:** Müşteri Şikayet Sayıları ve Oranları

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tema** | **Sayı** | **Yüzde (%)** | **Sayı** | **Yüzde (%)** |
| **1.Oda** |  | **100** | **193** | **19** |
| 1.1.Balkon eksikliği | 8 | 4 |
| 1.2.Ses gürültü | 51 | 26 |
| 1.3.Kirlilik | 88 | 46 |
| 1.4.Isıtma/Soğutma | 46 | 24 |
| **2.Yiyecek-İçecek** |  | **100** | **235** | **24** |
| 2.1.Kalite | 57 | 24 |
| 2.2.Çeşit | 86 | 37 |
| 2.3.Servis | 17 | 7 |
| 2.4.Hijyen | 38 | 16 |
| 2.5.Lezzet | 37 | 16 |
| **3.Hizmet Kalitesi** |  | **100** | **214** | **21** |
| 3.1.Kötü hizmet | 115 | 54 |
| 3.2.İkram | 16 | 8 |
| 3.3.İnternet | 31 | 14 |
| 3.4.Asansör | 21 | 10 |
| 3.5.Etkinlik eksiği | 31 | 14 |
| **4.Çalışanlar** |  | **100** | **193** | **19** |
| 4.1.İlgisizlik | 68 | 35 |
| 4.2.Davranış, tutum, iletişim | 96 | 50 |
| 4.3.Personel eksikliği | 29 | 15 |
| **5.Temizlik** |  | **100** | **76** | **8** |
| 5.1.Havuz kirliliği | 67 | 88 |
| 5.2.Havlu kirliliği | 9 | 12 |
| **6.Fiyat** |  | **100** | **93** | **9** |
| 6.1.Pahalılık | 93 | 93 |
| **Toplam** | **1004** |  | **1004** | **100** |

***Hizmet kalitesi;*** Otel işletmelerinde yiyecek-içecek hizmetlerinden sonra en fazla şikâyet edilen konu işletmelerin hizmet kalitesine yöneliktir (%21). Bu tema altında en fazla şikâyetler sırası ile kötü hizmet (%54), internet bağlantısı sorunları (%14), işletmede etkinliklerin yapılmaması ya da az yapılıyor olması (%14), asansör sorunları (%10) ve ikram sorunları (%8) yer almaktadır. Müşteriler otele girişinden çıkışına kadar karşılanması, odaya yerleşmesi, otelde bulunduğu süre içerisinde aldığı genel hizmetlere ilişkin yaşadığı sorunları şikâyet olarak ortaya koymaktadır. Otel işletmelerinde müşterilerin ihtiyaç duyduğu internet bağlantısının hiç olmaması ya da zaman zaman kesintiye uğraması müşteriler için şikâyet konusu olduğu görülmüştür. Yine bu tema içinde müşterilerin %14’ü işletme bünyesinde boş zamanları değerlendirmeye yönelik aktivitelerin yetersiz olmasından ya da hiç olmamasından şikâyet etmektedirler. Bir diğer şikâyet konusu asansördür. Müşteriler asansörlerin arızalanmasından, kapasitelerinin yetersizliğinden, gürültülü olmasından şikâyet etmektedirler. Hizmet kalitesi ana teması altında yer alan diğer alt tema ikram olmuştur. Müşteriler beş çayı, çay saati olarak da ifade edilen zamanlarda sunulan ikramların yetersizliğinden ve kalitesizliğinden şikâyet ettikleri görülmüştür.

***Oda;*** Müşteri şikâyetleri ile ilgili bir diğer tema oda olmuştur. Bu tema altında müşteriler en fazla oda kirliliğinden şikâyet etmektedir (%46). Otele yerleşen müşteri odasına ilk çıktığında beklediği şekilde temiz bir oda bulamaması durumunda bunu şikâyet konusu yapmaktadır. Bu tema altında müşterilerin %26’sı odaların çok ses ve gürültü almasından, yalıtımın iyi olmamasından, %24’ü de odanın ısıtma-soğutmasında sorun olduğundan şikâyet etmiştir. En fazla yaz aylarında klima sorunlarına yönelik şikâyetler yer alırken kış aylarında odaların yeterince ısınamaması da şikâyet konusu olmaktadır. Bu tema altında düşük de olsa (%4) odalarda balkonun bulunmamasından dolayı şikâyetlerin oluştuğu görülmüştür.

***Çalışanlar;*** Otel işletmelerine yönelik yapılan şikâyetlerin %19’u çalışanlara yöneliktir. Burada en fazla şikâyet (%50) çalışanların davranış, tutum ve iletişim kusurlarından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Yine müşterilerin %35’i çalışanların ilgisizliğinden şikâyet etmiştir. Bu tema altında şikâyet konusu olan %15 ile personel eksikliğidir.

***Fiyat;*** Fiyat teması altında yalnızca fiyat pahalılığı alt teması yer almıştır. Müşteriler işletmenin genel fiyatlarının rakip işletmelere göre pahalı olduğunu düşündüğü gibi işletme bünyesinde pek çok ürün ve hizmetin ücretli sunulması ve fiyatının yüksek olmasından şikâyet etmektedir.

***Temizlik;*** müşteri şikâyet temalarından sonuncusu temizliktir. Bu tema altında öne çıkan iki alt tema olmuştur. Bunlar havuz kirliliği (%88) ile havlu kirliliğidir (%12). Müşteriler otel işletmelerindeki havuzları hijyen açısından yeterli bulmamaktadır. Yine müşteriler odalarına yerleştiklerinde havluların yeterince temiz olmamasından veya kirlenen havluların zamanında temiz havlularla değiştirilmemesinden şikâyet ettikleri görülmüştür.

**5. SONUÇ VE ÖNERİLER**

Sürekli gelişen turizm endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren otel işletmeleri için artan rekabet ile birlikte yeni müşteriler elde etmek ve mevcut müşterileri elde tutmak zorlaşmaktadır. Gelişen iletişim araçları, müşterilere, aldıkları ürün ve hizmetler hakkında geniş kapsamlı yorum yapma, memnuniyet ve memnuniyetsizliklerini dile getirme fırsatı sunmaktadır. Bu durum aynı zamanda potansiyel müşterileri de etkilemektedir. Bir işletme hakkında yapılan olumlu yorumlar potansiyel müşteriler için tercih etme nedeni olabilirken, olumsuz yorumlar tercih etmemeye neden olabilmektedir. Bu nedenle otel işletmeleri için müşteri memnuniyetinin sağlanması, müşteri şikâyetlerinin en aza indirilmesi oldukça önemlidir.

Artan rekabet ve sektördeki pek çok gelişme otel işletmelerini daha iyi hizmet sunmaya ve müşteri şikâyetleri karşısında tatmin edici önlemler almaya zorlamaktadır. Nitekim dikkate alınmayan müşteri şikâyetleri müşteri kaybına neden olması kaçınılmazdır. Tatmin edilen müşterilerin ise işletmelere olan sadakati artmaktadır. Şikâyet eden bir müşterinin şikâyet konusunun işletme tarafından değerlendirilerek çözüme kavuşturulması o müşteriyi memnun edebileceği gibi aynı zamanda diğer müşterilerin benzer olumsuzluklar ile karşılaşmaması için gerekli önlemlerin alınmasını da sağlamaktadır. Bu açıdan otel işletmelerinin şikâyet eden müşterileri sorunlu bir müşteri gibi görmek yerine tüm müşterilerin birer sözcüsü gibi değerlendirmeleri, işletmelerin bu yönde davranış ve yönetim tarzı geliştirmeleri daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Yapılan bu çalışma otel işletmelerine yönelik yapılan yorumlardan ortaya çıkan şikâyet unsurlarının hangi konularda yoğunlaştığının tespit edilmesi müşteri memnuniyeti ve şikâyet yönetimine önem veren işletmeler için önemli bir kaynak niteliğindedir. Bu bakımdan ortaya çıkan sonuçlar işletme yöneticilerine fikir vermesi açısından son derece önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışma sonucunda otel işletmelerine yönelik en fazla şikâyetin yiyecek-içecek konusunda yapıldığı görülmüştür. Bu sonuçlar Çulha vd., (2009) ile Kılıç (2012) yaptıkları çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Müşteriler otel işletmelerinde başta yiyecek-içeceklerin çeşit olarak azlığından, kalite olarak düşük olmasından, hijyen ve çeşit konularında şikayet etmektedirler. Bu nedenle Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin gerek kahvaltı çeşitliliğini gerekse diğer öğünlerdeki yemek çeşitliliğini artırmaları, yemek kalitesine önem vermeleri ve hijyen koşullarına dikkat etmeleri gerekmektedir. Ayrıca çalışanların niteliği artırılmalıdır.

Bir diğer önemli şikâyet konusu hizmet kalitesi olmuştur. Otel işletmeleri hizmet yoğunluklu faaliyet gösteren işletmelerdir. Müşterilerin otelin genel hizmet kalitesinden, internet hizmetinin sağlanmaması veya eksik sağlanmasından, etkinliklerin olmamasından ya da az olmasından, asansör problemlerinden ve ikram hizmetlerinden şikâyet etmektedirler. İşletme yöneticilerinin tüm bu şikâyetleri göz önünde bulundurarak gerek çalışanların eğitilmesi gerekse teknik problemlerin giderilmesi noktasında önlem almaları gerekmektedir.

Bu araştırma Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik ilgili internet sitesinde 2018 Temmuz ayına kadar yapılmış olan yorumlar ile kısıtlanmıştır. Gelecekteki araştırmacılara farklı yerlerde faaliyet gösteren otel işletmelerini ele almaları ve internet ortamında yer alan farklı yorum ve şikâyet platformlarını dikkate alarak araştırmalar yapmaları önerilebilir.

**KAYNAKÇA**

Argan, M. T. (2014). E-Şikâyetle İlgili Tanımlayıcı Bir Çalışma: Şikâyet Forumu Olarak Bir Web Sitesinin Sosyal Ağ Analizi, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi IUYD*, 5 (1), 49-66.

Arpacı, Ö. (2016). Seyahat Acentalarının Tur Hizmetlerine Yönelik Müşteri E-Şikâyetlerinin Örgütsel Öğrenme Aracı Olarak Değerlendirilmesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Yıl:15 Sayı:29 Bahar 2016/2 s.203-219.

Aylan, S., Apracı, Ö. Ve Celiloğlu, F., K. (2016). Bir İnternet Şikâyet Forumundaki Termal Otellere Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1): 049-068.

Barlow, J. ve Moller, C. (2008). *Her Şikâyet Bir Armağandır. (Çev: Gülden Bilgili)*. İstanbul: Rota Yayınları.

Çulha, O., Hacıoğlu, G., ve Kurt, G. (2009). Otel Müşterilerinin E Şikâyetlerine Yönelik Bir İçerik Çözümlemesi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(4), s. 42-49.

Ekiz, E., Khoo-Lattimore, C. ve Memarzadeh, F. (2012). Air The Anger: Investigating Online Complaints on Luxury Hotels, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3 (2), s. 96-106.

Limberger, F. P., Anjos, A. F., Meira, S. J. ve Anjos G. S. (2014). Satisfaction in hospitality on TripAdvisor.com: An analysis of the correlation between evaluation criteria and overall satisfaction. *Tourism & Management Studies*, 10(1):59-65.

Liu, Z. , Park, S. (2015). What Makes a Useful Online Review? Implication for Travel Pro-duct Websites. *Tourism Management*, 47(2015), 140-151.

Ngai, W.T. E., Heung, C.S. V., Wong, Y.H. ve Chan, K.Y. F. (2007). Consumer Complaint Behaviour of Asians and Non‐Asians About Hotel Services: An Empirical Analysis, *European Journal of Marketing*, 41(11/12), s. 1375 – 1391.

Schall, M., (2003). Best Practices in The Assessment of Hotel-Guest Attitudes, *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 44 (2), 51–65.

Ünver, C. (2010). Müşteri İlişkileri Yönetimi: Müşteri Şikayetleri ve İnternet, Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara

Zheng, T., Youn, H. ve Kincaid, S. C. (2009). An Analysis of Customers’ E-Complaints for Luxury Resort Properties. *Journal of Hospitality Marketing & Management,* (18)7:718-729.