



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 2003-2017.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.463](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.463)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Potansiyel Turizm Destinasyonlarında Bulunan Otellerle İlgili E-Şikâyetlerin Coğrafi Bakışla Değerlendirilmesi: Adıyaman Örneği

Arş. Gör. Dr. Hülya YEŞİLYURT, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman, e-posta: [hysesilyurt@adiyaman.edu.tr](mailto:hysesilyurt@adiyaman.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9991-2557>

Dr. Öğr. Üyesi Caner ÇALIŞKAN, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Adıyaman, e-posta: [ccaliskan@adiyaman.edu.tr](mailto:ccaliskan@adiyaman.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7774-1769>

Dr. Öğr. Üyesi Çinuçen OKAT, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Van, e-posta: [cinucenokat@yyu.edu.tr](mailto:cinucenokat@yyu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1335-0216>

## Öz

Günümüz turizm sektöründe hizmet sunumunu daha eleştirilebilir kılan sanal dünya, bu hizmetleri deneyimlemiş müşterilerin yorumlarını ve şikâyetlerini potansiyel tercih kitlesinin parametresi yapmaktadır. Özellikle sektörün dinamosu olan otel işletmeleri için söz konusu şikâyetler başlıca belirleyiciler arasında yer almaktadır. Diğer yandan bu durum, sektörel gelişme sürecinde olan ve bulunduğu coğrafyanın algılanma düzleminden dolayı nispeten rekabetin gölgesinde kalan bölgelerdeki oteller için farklı bir anlam kazanmaktadır. Buradan hareketle e-şikâyet konusu, turistik gelişme sürecinde bir il olan Adıyaman özelinde ve coğrafi bakış ekseninde ele alınmıştır. Örneklem olarak etkileşimi yüksek seyahat platformlarının başında gelen TripAdvisor sitesi alınmış ve veriler sitede yer alan müşteri yorumlarından elde edilmiştir. Yerli ve yabancı müşteriler tarafından yapılan 13 otel işletmesine ait “ortalama”, “kötü” ve “berbat” sınıflamasındaki 137 yorum; doküman incelemesi, içerik analizi ve betimsel analiz teknikleri ile incelenmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda en fazla şikâyet konusu yiyecek-içecek temasında belirmiştir. En sık tekrarlanan şikâyet içerikleri ise kahvaltı çeşitliliği, yiyecek kalitesi, oda tasarımı, oda temizliği ve bakımı esasında şekillenmiştir. Çalışmada incelenen yorumlara yönelik işletmelerin geri dönüş oranının ise %35 olduğu saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Otel işletmeleri, Adıyaman, E-Şikâyet, TripAdvisor.

**Makale Gönderme Tarihi:** 03.03.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 06.07.2020

## Önerilen Atıf:

Yeşilyurt, H., Çalışkan, C. ve Okat, Ç. (2020). Potansiyel Turizm Destinasyonlarında Bulunan Otellerle İlgili E-Şikâyetlerin Coğrafi Bakışla Değerlendirilmesi: Adıyaman Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2003-2017.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## RESEARCH PAPER

### Evaluation of E-Complaints about Hotels in Potential Tourism Destinations with a Geographical View: The Example of Adıyaman

Dr. Hülya YEŞİLYURT, Adıyaman University, Faculty of Tourism, Adıyaman, e-mail: [hysesilyurt@adiyaman.edu.tr](mailto:hysesilyurt@adiyaman.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9991-2557>

Assistant Prof. Dr. Caner ÇALIŞKAN, Adıyaman University, Faculty of Tourism, Adıyaman, e-mail: [ccaliskan@adiyaman.edu.tr](mailto:ccaliskan@adiyaman.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7774-1769>

Assistant Prof. Dr. Çinuçen OKAT, Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Van, e-mail: [cinucenokat@yyu.edu.tr](mailto:cinucenokat@yyu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1335-0216>

#### Abstract

The virtual world, which makes service delivery more criticized in today's tourism sector, makes the comments and complaints of customers who have experienced these services a parameter of the potential choice group. Especially for hotel businesses, which are the dynamo of the sector, these complaints are among the main determinants. On the other hand, this situation has a different meaning for the hotels in the regions that are in the process of sectoral development and in the shadow of the competition due to the perception level of the geography in which they are located. From this point of view, the subject of e-complaint is handled in Adıyaman, a province in the process of tourist development, and in the geographical point of view. As a sample, TripAdvisor site, which is one of the most interactive travel platforms, was taken and the data was obtained from the customer comments on the site. 137 comments in the "average", "bad" and "terrible" classification of 13 hotel businesses made by domestic and foreign customers; were examined by using document review, content analysis and descriptive analysis techniques. In line with the findings obtained, the most common complaint appeared in the theme of food and beverage. The most frequently recurring complaint contents were shaped on the basis of breakfast variety, food quality, room design, room cleaning and maintenance. The return rate of the enterprises for the comments examined in the study was found to be 35%.

**Keywords:** Hotels, Adıyaman, E-Complaint, TripAdvisor.

**Received:** 03.03.2020

**Accepted:** 06.07.2020

#### Suggested Citation:

Yeşilyurt, H., Çalışkan, C. and Okat, Ç. (2020). Evaluation of E-Complaints about Hotels in Potential Tourism Destinations with a Geographical View: The Example of Adıyaman, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 2003-2017.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

