



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 2945-2959.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.518](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.518)

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



ARAşTIRMA MAKALESİ

Kış Turizmi Kapsamında Destinasyonlara Yönelik E-şikayetlerin Analizi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği*

Doç. Dr. şevki ULEMA, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: ulema@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5874-8797>

İsmail UZUT, Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, e-posta: ismailuzut@maltepe.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6227-7249>

Prof. Dr. Selim İNANÇLI, Sakarya Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Sakarya, e-posta: sinancli@sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7363-6216>

Öz

Müşteri şikayetleri diğer tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de büyük bir öneme sahiptir. Teknolojik gelişmelerle müşteri şikayetlerinin paylaşıldığı alanlar farklılık göstermeye başlamış ve bu durum turizm sektöründe de kendini göstermiştir. Bu çalışmada ülkemiz açısından en önemli kayak merkezlerinde biri olarak gösterilebilecek Uludağ kayak merkezi ile ilgili yapılan şikayetlerin incelenmesi amaçlanmış ve bu amaç doğrultusunda dünyanın en sık ziyaret edilen seyahat yorum sayfalarından biri olan www.tripadvisor.com üzerinden Uludağ kayak merkezi ile ilgili paylaşılan şikayetler analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında kış turizmi ve müşteri şikayetleri ile ilgili literatür taranmıştır. Araştırma aşamasında ise TripAdvisor üzerinden Uludağ kayak merkezi ile ilgili yapılan 47 şikayet içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan içerik analizi sonucunda kış turizm destinasyonu bağlamında incelenen Uludağ kayak merkezi ile ilgili şikayetlerin fiyat, taşıma kapasitesi, alt ve üst yapı, çevre, hizmet kalitesi, turist profili ve diğer temalar altında toplandığı görülmekle birlikte şikayet konularının tamamı içerisinde insan yoğunluğu ile fiyat konularının öne çıktığı ortaya konulmuştur.

*Bu makale, 23-25 Şubat 2018 tarihleri arasında Sivas'ta düzenlenen Uluslararası Sivas Kış Turizmi Kongresi'nde sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

Anahtar Kelimeler: Kış Turizmi, Uludağ Kayak Merkezi, Müşteri şikayetleri, TripAdvisor.

Makale Gönderme Tarihi: 17.05.2020

Makale Kabul Tarihi: 06.07.2020

Önerilen Atıf:

Ulema, ř., Uzut, İ. ve İnançlı, S. (2020). Kış Turizmi Kapsamında Destinasyonlara Yönelik E-şikayetlerin Analizi: Uludağ Kayak Merkezi Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2945-2959.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(3): 2945-2959.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.518](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.518)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Analysis of E-Complaints Within the Scope of Winter Tourism Destinations: The Case of Uludağ Ski Center

Associate Prof. Dr. Şevki ULEMA, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: ulema@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5874-8797>

İsmail UZUT, Ph.D. Student, University of Applied Sciences, Graduate Education Institute, Sakarya, e-mail: ismailuzut@maltepe.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6227-7249>

Prof. Dr. Selim İNANÇLI, Sakarya University, Faculty of Political Sciences, Sakarya, e-mail: sinancli@sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7363-6216>

Abstract

Customer complaints have great importance for tourism sector as well as all the others. Technological improvements differentiated the areas where customer complaints are shared and this situation has also shown itself in the tourism sector. In this study, it is aimed to examine the complaints about Uludağ ski center which can be shown as one of the most important ski centers in Turkey. For this purpose, shared complaints about Uludağ ski resort have been analyzed via www.tripadvisor.com which is one of the most frequently visited travel comment pages of the world. Within the scope of the study, literature related to winter tourism and customer complaints were reviewed. In the research process, 47 complaints about Uludağ ski center which obtained from TripAdvisor were analyzed by content analysis method. As a result of the content analysis, it is seen that the complaints about Uludağ ski center are classified as price, carrying capacity, infra structure and superstructure, environment, service quality, tourist profile and other categories. Also, it has been revealed that the human density and price issues are highlighted in the entire complaint cases.

Keywords: Winter Tourism, Uludağ Ski Center, Customer Complaints, TripAdvisor.

Received: 17.05.2020

Accepted: 06.07.2020

Suggested Citation:

Ulema, Ş., Uzut, İ. and İnançlı, S. (2020). Analysis of E-Complaints Within the Scope of Winter Tourism Destinations: The Case of Uludağ Ski Center, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 2945-2959.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkileriyle artan rekabetin yansımaları turizm sektöründe de kendini net bir şekilde göstermektedir (Çeken ve Ateşoğlu 2008). Rekabetin artması dolayısıyla destinasyonlar ve turizm işletmeleri de bir taraftan diğer tüm sektörlerdeki işletmelere benzer şekilde var olan müşterilerini sadık müşteriler haline getirmeye çalışırken öte yandan yeni müşteriler elde etmeyi de amaçlamaktadır. Bu bağlamda turizm işletmeleri ve destinasyonlar toplam kalite yönetimi (TKY), müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), dış kaynak kullanımı, benchmarking vb. çağdaş yönetim yaklaşımlarından faydalanarak rekabetçiliklerini artırmaya çalışırken memnun ve dolayısıyla sadık müşteriler de elde etmeye çalışmaktadır (Aksu ve Ehtiyar, 2007; Okumuş ve Avcı, 2008). Memnun ve sadık müşteriler aracılığıyla destinasyonlar ve turizm işletmeleri rekabet üstünlüğü elde etme ve bu üstünlüğü sürdürülebilir kılma yolunda temel çalışmalardan birini gerçekleştirebilmiş olacaktırlar.

Destinasyonlar ve turizm işletmelerinin rekabetçiliklerini artırma, tüketicilerin zihinlerinde farklı bir yere konumlanma ve sadık müşteriler yaratılabilmesinde müşteri memnuniyeti kritik bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla müşterilerin şikayetlerinin artması, benzer şikayetlerin tekrarlaması işletmeye veya destinasyona görece düşük seviyeli uyarı sinyalleri gönderirken müşterileri tatmin edebilecek çözümlerin işletme veya destinasyon içerisinde üretilmemesi söz edilen şikayetlerin ağızdan ağıza iletişim (WOM), basılı-görsel kaynaklar ve internet gibi alanlara taşınarak destinasyon ya da işletme için daha şiddetli etkiler yaratabilecek hale gelmesini sağlayacaktır (Kozak, 2007). Bu nedenle müşteri şikayetlerinin işletme ya da destinasyonlar bazında dikkatli bir şekilde ele alınıp incelenmesinin hizmet kalitesi ve rekabetçiliğe önemli katkılar sağlayabileceği söylenebilir. Bu durum destinasyonlarda uygulanan tüm turizm türleri için geçerli olmakla birlikte alternatif turizm türlerinden biri olan kış turizmini de kapsadığı söylenebilir. Bununla birlikte alışlagelmiş turizm sezonu dışında gerçekleştirilen kış turizmi özellikle kırsal bölgelere sürdürülebilirlik açısından ekonomik ve sosyal olarak önemli katkılar sağlamaktadır (Koşan, 1994: 168-172; Çakmak ve Yılmaz, 2018: 272). Kış turizminin sahip olduğu bu önem farklı turizm türleri açısından incelenen müşteri şikayetleri konusunun kış turizmi açısından ele alınması gerekliliğini doğurmaktadır. Bu doğrultuda farklı turizm türleri açısından incelenen müşteri şikayetleri Uludağ kayak merkezi açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ise müşteri şikayetlerine ulaşabilmek için ziyaretçilerin %80'inin tatil kararı öncesinde yoğun bir şekilde inceledikleri (Kutluk ve Avcıkurt, 2014: 616 tüketici yorumlarının nitel araştırma yöntemleriyle incelenmiştir. Söz konusu yorumlara ulaşabilmek için ziyaretçi yorumlarının en yoğun şekilde paylaşıldığı ortam olan www.tripadvisor.com internet sitesinden faydalanılmıştır.

KIŞ TURİZMİ

Turizmin tüm yıla yayılması, mevsimsel dalgalanmaların etkilerinin en aza indirilebilmesi yanında var olan kaynaklar ile istihdam gücünün atıl kalmaması amacıyla turistik ürün çeşitlendirme ve alternatif turizm türleri üzerine yoğunlaşıldığı bilinmektedir (Ülker, 1992: 8). Bu bağlamda ele alınan turizm türlerinden bir tanesi de kış turizmidir.

Kış turizmi; merkezinde kayak sporunun bulunduğu, kış sporlarını yapmaya uygun kar miktarı ve eğimli alanlara sahip bölgelere yapılan gezi, konaklama vb. turistik faaliyetlerin bütününden oluşan bir turizm çeşididir (İncekara, 1998: 3; Ülker, 1992: 12). Bir bölgede kış turizminden bahsedilebilmesi için bölgenin karlı gün sayısı, kar kalınlığı, kayağa uygun nitelikteki karın varlığı, bölgedeki mekanik tesislerin varlığı (İncekara, 1998: 3-4), alt ve üst yapı olanakları ile temel ve destekleyici turizm ürünlerinin yeterliliği gibi konular göz önünde bulundurulmaktadır.

2017 yılına ait kış turizmi potansiyeli incelendiğinde dünyada 67 ülkede en az 4 teleferiğin (ski lift) bulunduğu 2132 kayak merkezi bulunduğu (Vanat, 2017: 11-15) ve 2019 yılı itibariyle kayak merkezlerinin yaklaşık 400.000.000 ziyaretçi tarafından ziyaret edildiği tespit edilmiştir (Vanat, 2020: 16). Ziyaretçi sayısı açısından 1.000.000 ve üzerinde ziyaretçi ağırlayan kayak merkezleri ise "Temel Kayak Merkezi" olarak adlandırılmakla birlikte temel kayak merkezi olarak gösterilen 49 bölgenin % 84'ü Alpler'de yer almaktadır (Vanat, 2017: 13). Alpler ile Himalayalar arasında bir bağlantı noktası olarak görülebilecek ve kış turizmi açısından gerekli doğal kaynaklara sahip olan Türkiye'de kış turizmi bağlamında ele alınan 29 merkez Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Türkiye'de Bulunan Kış Turizmi Destinasyonları

		YATAK KAPASİTESİ		MEVCUT MEKANİK TESİSLER
		Mevcut	Hedef	Adet
1	Erzurum Palandöken Kış Sporları TM	2466	8850	19
2	Bursa Uludağ 2. Gelişim Bölgesi TM	2250	3500	22
3	Bolu Köroğlu Dağı KTKGB	1713	4000	14
4	Kayseri Erciyes Kış Sporları TM	1072	6000	13
5	Kastamonu Çankırı Ilgaz Kış Sporları TM	1217	1300	6
6	Kars Sarıkamış Kış Sporları TM	1013	12000	4
7	Kocaeli Kartepe TM	800	1000	4
8	Isparta Davraz Dağı Kış Sporları TM	467	1600	4
9	Sivas Yıldız Dağı Kış Sporları TM	110	1600	3
10	Çankırı Ilgaz Kadınçayırı Yıldıztepe KTKGB	80	400	1
11	Ardahan Yalnızçam Uğurludağ Kış Sporları TM	74	4250	3
12	Bayburt Kop Dağı TM	60	810	1
13	Gümüşhane Zigana TM	40	470	1
14	Erzincan Ergan Dağı KTKGB	-	8000	3
15	Denizli Tavas Bozdağ KTKGB	-	2250	3
16	Samsun Ladik Akdağ Kış Sporları TM	-	800	1
17	Aksaray Hasan Dağı Kış Sporları TM	97	1235	-
18	Mersin Tarsus Gülek Karboğazı KTKGB	-	8000	-
19	Gümüşhane Çakırgöl Kış Sporları TM	-	5600	-
20	Antalya Alanya Akdağ Kış Sporları TM	-	3000	-
21	Muğla Fethiye Seki Eren Dağı Kış Sporları TM	-	1500	-
22	Gümüşhane Süleymaniye Kış Sporları TM	-	1180	-
23	Artvin Kafkasör KTKGB	-	2000	-
24	Düzce Gölyaka Kardüz Yaylası KTKGB	-	380	-
25	Malatya Hekimhan Yamadağı KTKGB	-	-	-
26	Rize İkizdere Ovit Dağı Kış TM	-	-	-
27	Antalya Akseki TM	-	450	-
28	Bitlis Sapgör Kış Sporları TM	-	-	-
29	Konya Derbent Aladağ KTKGB	-	-	-
	TOPLAM	11.459	80.175	102
	FAAL OLAN TURİZM MERKEZLERİ			
	KISMEN FAAL OLAN TURİZM MERKEZLERİ			
	FAAL OLMAYAN TURİZM MERKEZLERİ			

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019 *TM: Turizm Merkezi ** KTKGB: Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri

Tablo 1 incelendiğinde bu merkezlerin 16'sı tam anlamıyla ya da kısmen aktifken diğer 13 bölgenin planlama aşamasında olduğu görülmektedir. Kış turizmine katılan ziyaretçi sayıları ile ilgili Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) ya da Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sunulan net istatistiklere ulaşamamakla birlikte Vanat (2020: 217) tarafından hazırlanan "*Uluslararası Kar ve Dağ Turizmi Raporu*"na göre 2019 yılında Türkiye'de kış turizmine 1.200.000 yabancı ve 807.000 yerli ziyaretçi katılmıştır.

Dünya genelinde ve Türkiye özelinde kış turizmine katılan ziyaretçilerin sayıları ve bu turizm türüne katılan ziyaretçilerin harcama miktarındaki artış kış turizminin öneminin gün geçtikçe artmasına neden olmaktadır. Kış turizminin sahip olduğu önemin anlaşılmasıyla birlikte konu ile ilgili uluslararası ve ulusal literatürde yapılan çalışmaların sayısında da artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda kış turizmi ile ilgili literatür incelendiğinde yapılan çalışmalarda Zeydan ve Sevim (2008); Dar vd., (2013); Demiroğlu (2016) ve Demiroğlu (2017) küresel ısınmanın kış turizmi destinasyonları üzerindeki etkileri ve sürdürülebilirlik, Alexandris vd., (2009); Konu vd., (2011) ve Albayrak (2013) kış turizmine katılan ziyaretçilerin seyahat motivasyonları, Aydoğdu vd., (2018) kış turizmine katılan ziyaretçilerin tekrar ziyaret niyetleri, Doğaner (1991); Doğanay ve Zaman (2002); Altaş vd., (2015) ve Demir ve Alım (2016) kış turizmi destinasyonları ve kayak merkezlerinin coğrafi özellikleri, Akkuş (2019) kış turizmi destinasyonunun yaşam seyri, Hallmann vd., (2015) kış turizmi destinasyonlarının rekabetçiliği, Sainaghi (2001) ve Flagestad ve Hope (2001) kış turizmi destinasyonlarının rekabet üstünlükleri, Abegg vd., (2019) kış turizmi destinasyonlarındaki dış mekan aktiviteleri, Gül vd., (2016); Acar vd., (2017); Özbay (2018) ve Özçoban (2019) kış turizmi destinasyonlarının durum değerlendirmeleri ve karşılaştırılmaları, Akkuş ve Akkuş (2018) kış turizmi destinasyonlarındaki çevre yönetimi uygulamaları ve Akkuş (2018) kış turizmi destinasyonlarının pazarlama yönetimi gibi konular üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ

Türk Dil Kurumu'na (TDK, 2017) göre şikayet, "*yakınma*", "*hoşnutsuzluk belirten söz*" ve "*sızlanma*" gibi anlamlara gelmektedir. Müşteri şikayeti ise müşterilerin satın aldığı ve kullandığı ürün ve hizmetlerin tamamı ya da bir kısmının beklentilerini karşılamaması dolayısıyla üretici ya da satıcılara hoşnutsuzluklarını belirtmelerini ifade etmektedir. Ancak, şikayet yönetim organizasyon literatürü açısından arz ve talep boyutları açısından farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Müşteriler açısından olumsuz bir durumu ifade eden şikayet, işletmeler açısından ürün ya da hizmetlerinin eksik, hatalı ya da iyileştirilebilir kısımlarını görebilmesi ve kendisini daha iyi tanıyabilmesi açısından bir fırsat olarak düşünülebilmektedir. Bu anlamda Barlow ve Moller'in (2009) de işaret ettiği gibi her şikayet işletme için bir armağan olarak görülebilir; çünkü bazı müşteriler ürün ya da hizmetlerin tamamı ya da bir kısmından memnun kalmamalarına rağmen bu durumu dile getirmeden işletmeyle olan ilişkilerini tamamen kopartabilmektedirler. Şikayet davranışı ile ilgili literatür daha detaylı olarak incelendiğinde Day ve London (1977) ile Hirschman (1970) müşterilerin memnun kalmadıkları ürün ve hizmetler ile ilgili bildirimde bulunma ya da işletmeden ayrılma şeklinde iki tür davranış sergileyeceklerini belirtmişlerdir (Akt. Kılıç ve Ok, 2012).

Müşteri şikayetleri konusu turizm açısından incelendiğinde ulusal ve uluslararası bilimsel çalışmalarda müşteri şikayetleri konusunun farklı açılardan ele alındığı görülmektedir. Örneğin Kozak (2007); Del Chiappa ve Dall'Aglio (2012) destinasyonlar ve destinasyonlar açısından şikayet bildirme eğilimleri, Su ve Bowen, 2001; Özdemir vd., (2013); Dalgıç vd., (2016); Kitapçı (2006) restoranlar, Yavaş vd., (2004); Lee ve Hu (2004); Kılıç ve Ok (2012) oteller ve otel içerisindeki farklı hizmet alanları, Schoefer ve Ennew (2002) ile Unur vd., (2010) seyahat

acentalarının ürün ve hizmetleri gibi konuları kapsayan çok çeşitli boyutlarıyla ele alındığı görülmekle birlikte kış turizminin yapıldığı destinasyonlardaki ziyaretçilerin şikayet ya da memnuniyetleriyle ilgili Zemla (2008); Sağlık ve Kocaman (2014); Çalışkan (2015) ve Yanık (2016) gibi akademisyenlerin gerçekleştirdikleri kısıtlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır.

Bu durum ülkemiz açısından büyük öneme sahip olan kış turizmi ile ilgili durum tespiti ve olası rakip destinasyonlarla kıyaslama yapılması, sunulan mal ve hizmetlerin müşterilerin ihtiyaçlarını ne kadar karşılayabildiği, dolayısıyla güçlü ve zayıf yönlerimizin tespitine olanak sağlamaktadır. Söz konusu tespitlerin sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesi ve yönetim bağlamında tüm paydaşların katılımı doğrultusunda ele alınıp çözüm önerilerinin sunulması ise destinasyonun rekabetçiliğine katkı sağlayabilecektir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı Türkiye'nin en eski kış turizm merkezi olan Uludağ kış turizmi merkezi ile ilgili elektronik ortamda yapılan şikayetlerin incelenmesi ve destinasyonun tüm paydaşlarına sunulacak çözüm önerilerinde fayda sağlamaktır. Bu bağlamda tarafsız kullanıcılar tarafından turizm işletmeleri ilgili 500.000.000'un üzerinde olumlu ya da olumsuz görüş paylaşıldığı www.tripadvisor.com sitesi üzerinden (www.tripadvisor.com.tr) Uludağ kayak merkezi ile ilgili yapılan olumsuz yorumlar nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olan içerik analizi "*bir metnini içeriğini amaçlanan nitelikler doğrultusunda toplamak ve analiz etmek olarak tanımlanırken içerik: kelimeler, anlamlar, resimler, semboller, fikirler, temalar veya olumsuz mesajları da içeren bütün*" olarak ifade edilmektedir (Neumann, 2003, Akt. Okumuş vd., 2007: 255-256). İçerik analizi aracılığıyla turizm alanında yapılan şikayet konusundaki çalışmaların farklı bölgelerde bulunan restoranlar, oteller ve seyahat acentaları bağlamında ele alındığı görülmektedir ancak kış turizmi ve destinasyonları açısından müşteri şikayetleri ile ilgili kısıtlı çalışmalara rastlanmıştır.

Çalışma kapsamında Marmara bölgesinde Uludağ ve Kartepe olmak üzere iki tane kış turizm merkezi olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda 1933 yılından beri sürdürülen turizm faaliyetleri dolayısıyla Türkiye'de bulunan en eski kış turizm merkezi olan Uludağ kış turizmi merkezinin sahip olduğu tecrübe ile güncel turist beklenti ve ihtiyaçlarını ne kadar karşılayabildiğinin anlaşılması hedeflenmiştir. Bu nedenle çalışma alanı olarak Uludağ kış turizm merkezi seçilmiştir. Bu bağlamda Uludağ kış turizm merkezi çalışma alanını oluştururken www.tripadvisor.com üzerinden Uludağ kış turizmi merkezi ile ilgili yapılan yorumlar çalışmanın örneklemini meydana getirmektedir. Bu doğrultuda www.tripadvisor.com üzerinden Uludağ Kayak Merkezi ile ilgili 06.12.2011 – 01.05.2020 tarihleri arasında yapılan yorumlar incelenmiştir. Söz konusu yorumlar incelendiğinde Uludağ kış turizmi merkezi ile ilgili toplam 356 yorum yapıldığı görülmüştür. Bu yorumların içerisinde 210 yorumun "*Mükemmel*", 95 yorumun "*Çok İyi*", 36 yorumun "*Ortalama*", 15 yorumun "*Kötü*" ve 5 yorumun ise "*Berbat*" olarak kategorize edildiği görülmüştür. Çalışma kapsamında, beş kategoriye ayrılan TripAdvisor yorumları "*Mükemmel*", "*Çok İyi*", "*Ortalama*", "*Kötü*" ve "*Berbat*" içerisinde sadece olumsuz olarak nitelendirilebilecek "*Ortalama*", "*Kötü*" ve "*Berbat*" şeklindeki yorumlar incelenmiştir.

Yorumlar incelenirken içerik analizinin yapısı gereği öncelikli olarak www.tripadvisor.com üzerinden elde edilen veriler kodlanma, temaların bulunması, kodların/temaların düzenlenmesi ve bulgular/temaların yorumlanması (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 228-239) şeklinde bir süreç izlenmiştir. Araştırmanın inandırıcılığı ve güvenilirliğini sağlayabilmek için de kodlanma, temaların bulunması, kodların/temaların düzenlenmesi ve bulgular/temaların yorumlanması

süreçleri iki araştırmacı tarafından objektif olarak yapıp sonuçlar karşılaştırılarak ortak olarak elde edilen veriler üzerinden çalışma sürdürülmüştür.

BULGULAR

İçerik analizi yöntemiyle incelenen 51 şikayet içerisinde ortalama olarak işaretlenen 4 şikayet yorumu içerisinde olumsuz bir ifadeye rastlanmamıştır. Bu nedenle analize 47 şikayet üzerinden devam edilmiş ve bu şikayetlerin % 60,79'u ortalama, % 29,41'i kötü ve % 9,80'i berbat şekilde puanlandırılmıştır.

Yapılan içerik analizi sonucunda 39 kod oluşturulmuş ve oluşturulan 39 kod aralarındaki ilişkiler göz önünde bulundurularak 7 ana tema altında toplanmıştır. Oluşturulan kod ve temalar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Kod ve Temalar

Kod ve Tema	n (151)	(%)	Toplam Yüzdesi
Fiyat	53	100	35,10
- Fiyatlar (Genel)	20	37,74	13,25
- Yiyecek-içecek fiyatları	8	15,09	5,30
- Teleferik ve skipass fiyatları	7	13,21	4,64
- Kayak takımı kiralama bedelleri	7	13,21	4,64
- Teleski fiyatları	3	5,66	1,99
- Eğitim ücretleri	2	3,77	1,32
- Milli park giriş ücreti	2	3,77	1,32
- Konaklama fiyatları	2	3,77	1,32
- Lift fiyatları	1	1,89	0,66
- Yıllık fiyat artış oranları	1	1,89	0,66
Taşıma Kapasitesi	31	100	20,53
- İnsan yoğunluğu	24	77,42	15,89
- Trafik yoğunluğu	7	22,58	4,64
Alt ve Üst Yapı	25	100	16,56
- Otopark yetersizliği	5	20,00	3,31
- Olumsuz yol şartları	5	20,00	3,31
- Mekanik tesislerin eski oluşu	4	16,00	2,65
- Kayak yapmayanlar için farklı faaliyet imkânlarının olmayışı	3	12,00	1,99
- Kayak için yetersiz kar miktarı	2	8,00	1,32
- Pist bakım araçlarının kısıtlı sayıda olması ve sık arızalanması	1	4,00	0,66
- Güzergâh belirleyici ve düzenleyici makinelerin çalışmaması	1	4,00	0,66
- Telesiyejlerin belirli bölgelerde çalışmaması	1	4,00	0,66
- Deneyim gerektiren zorlu pistler	1	4,00	0,66
- Pistlerin kullanıcı sayısı için yetersiz olması	1	4,00	0,66
- Dağınık pist yapısı	1	4,00	0,66

Tablo 2. Kod ve Temalar'ın devamı

Kod ve Tema	n (151)	(%)	Toplam Yüzdesi
Diğer	14	100	9,27
- Destinasyon kendisini yenilememesi	5	35,71	3,31
- Uzaklık	3	21,43	1,99
- Ücret iadesinin yapılmaması	2	14,29	1,32
- İlkbahar aylarında daha çekici olması	2	14,29	1,32
- Paydaşların bölgenin gelişimine katkı sağlamaması	1	7,14	0,66
- Yerelliğin (otantikliğin) olmayışı	1	7,14	0,66
Çevre	12	100	7,95
- Görüntü kirliliği (Çarpık yapılaşma)	6	50,00	3,97
- Çevresel bozulma (Betonlaşma)	3	25,00	1,99
- Çevre kirliliği	3	25,00	1,99
Hizmet Kalitesi	12		7,95
- Niteliksiz ve eğitimsiz personel	8	66,67	5,30
- Turisti aldatıcı davranış	2	16,67	1,32
- Yiyecek-içecek kalitesi	1	8,33	0,66
- Pist ve ekipman kalitesi	1	8,33	0,66
Turist Profili	5	100	3,31
- Ortadoğulu ziyaretçilerin yoğunluğu	3	60,00	1,99
- Yabancı turistlere sağlanan öncelikler	1	20,00	0,66
- Günübürlük ziyaretçiler	1	20,00	0,66

Fiyat

Yapılan şikayetler doğrultusunda oluşturulan fiyat teması incelendiğinde Uludağ kayak merkezinin genel olarak pahalı (%37,74) bir destinasyon olarak algılandığı bunun yanında özellikle yiyecek-içecek fiyatlarının (% 15,09) ziyaretçiler tarafından öncelikli şikayet konularından biri olduğu söylenebilir. Yiyecek-içecek fiyatları ve genel fiyatlar dışında fiyat ile ilgili öne çıkan diğer şikayet konuları ise kayak ile bağlantılı mekanik ve teknik ekipmanların kullanım ya da kiralama ücretleri, konaklama fiyatları, eğitmen ücretleri ile yapılan yüklü zam oranlarıdır. Fiyat konusu ile ilgili yapılan şikayet örnekleri şu şekildedir:

"Kar görmek ve gezinmek için güzel bir yer ama oldukça pahalı bir seyahat olacaktır. Şimdiden uyarayım."

"Burası manzarası havası, doğası ve pahalılığı ile nam yapmış bir yerdir."

"Uludağ'a plansız gittik. Yolda giderken otel aramaya başladık ama konaklama fiyatlarını duyunca arabamı daha fazla sevmeye başladım fakat nafile çocuklarım için gidiyordum, çocuklarım vardı arabada. Bir otel 7.000 TL, bir otel 5.000 TL diyordu sonunda 2.100 TL'ye bir otel bulduk"

"Kar görmeyi özlediyseniz ve hiç gelmediyseniz gidin ama çok fazla bir şey beklemeyin. Her şey şehir merkezinden 5 kat pahalı, çok pahalı."

"Gerek kayak merkezindeki dağın pist yapısı gerekse fiyatları kesinlikle Uludağ'ın değerini düşürdü. Fiyatlara gelecek olursak en normal mekânda yarım ekmekek sucuk 25 - 30 TL arası fiyatlarda. Pistlerde ise kayak takımı kiralamak 80 TL den başlayıp 200 TL ye kadar gidiyor."

"Ben açıkçası mecbur kalmadıkça burayı tercih etmiyorum neden mi? Aşırı şişirilmiş fiyatlar (yiyecek/içecek, teleski, kayak kiralaları, eğitmen ücretleri),"

Taşıma Kapasitesi

Uludağ kayak merkezi ile ilgili şikayetler incelendiğinde ziyaretçileri rahatsız eden temalardan bir diğerinin de insan (% 77,42) ve trafik (% 22,58) yoğunluğu olduğu görülmektedir. Taşıma kapasitesi ile ilgili şikayetler incelendiğinde alan ve yol açısından taşıma kapasitesi üzerindeki kullanımın ziyaretçileri olumsuz olarak etkilediği söylenebilir. Kalabalık ile ilgili dile getirilen bazı şikayetler:

"Doğa harika ama çok kalabalık. Bursa'da 1 gecedan fazla kalacaksamız gidilebilir. Kalabalıktan dolayı benim için kötü bir deneyim oldu."

"Çok kalabalık bunu kaldıracak mekaniklerin iyileştirilmesi lazım"

"Teleferiğe binerken tam 1 saat kuyrukta bekledik."

"Festival günü gitmeye niyetlendik 2 buçuk saatte çıktık ve 1 buçuk saatte indik."

"20 Milyon insanın işgaline daha ne kadar dayanır bilinmez ama fiyatlar ne kadar artarsa artsın ziyaretçisi eksik olmaz"

"Pazar günleri dönüş trafiğine dikkat. Erken çıkmakta fayda var."

"Şubat tatilinde okullar kapanınca iğne atsan yerde düşmez."

Alt ve Üst Yapı

Alt ve üst yapı ile ilgili şikayetler incelendiğinde otopark alanlarının şahsi araçlarıyla gelen ziyaretçiler için yetersiz oluşu (%20,00), Uludağ kayak merkezine ulaşmak için kullanılan yolların bakımsız ve dar olması (%20,00) ile mekanik tesislerin eski oluşu (%16,00) konularının ziyaretçiler tarafından daha yoğun bir şekilde dile getirildiği görülmektedir. Alt ve üst yapı ile ilgili bazı şikayetler şu şekildedir:

"Yol uzun ve pek çok alanda maalesef bozuk. Ara ara çok güzel olması yolun yapılabileceğini gösteriyor ama demek ki para yetmemiş."

"Bazı dönemlerde daracak yol trafiği taşıyamıyor."

"Pisti çok güzel ama o elle tutulup kayarak çıkılan teleferik tam bir kabus."

"Liftler çok eski, kayak yapılabilecek pistlerdeki liftler bile birbirine T-bar ile bağlı yani mecburen kullanıyorsunuz."

"Devamlı giden profesyonel düzeyde kayakçı arkadaşlarım dahi mutlu değiller. Pistleri ve kar genelde yetersiz."

Çevre

Ziyaretçileri rahatsız eden diğer bir tema ise ziyaretçilerin çevreye bıraktıkları atıklar ve bunların toplanmamasının (%25,00) yanı sıra doğal yapıyla uyumlu olmayan beton yapıların (% 25,00) plansız bir şekilde (%50,00) artmasıdır. Betonlaşma çevre ve görüntü kirliliği ile ilgili örnek şikayetler ise şu şekildedir:

"Bu arada piknik geleneğimiz pisliğini ortada bırakmak olarak burada en iyi şekilde sergileniyor."

"Mart ayı olmasına rağmen hala kar vardı. Çok eğlendik. Fakat daha temiz olmasını beklerdim. Türkiye'nin her yerinde olduğu gibi burada da çevreye önem verilmemiş. Hayal ettiğimiz Uludağ bu değildi."

"Teleferik hızlanmış ve rahat ama ilave inşaat görüntüleri doğayı tehdit eder durumda. Bilhassa belediyeye ait kafe, tesis gibi yerler bir an evvel bitirilip, düzenlenip yeşillendirilmeli..."

Hizmet Kalitesi

Uludağ kayak merkezine giden ziyaretçileri rahatsız eden bir diğer önemli nokta ise hizmet kalitesi ile ilgili kısımlardır. Bu bağlamda ziyaretçiler, personelin niteliksiz ve eğitimsiz olması (%66,67), ziyaretçileri aldatmaya yönelik davranışların sergilenmesi (% 16,67) ve yiyecek-içecek kalitesi (% 8,33) ile pist ve ekipman kalitesinden (% 8,33) şikayet etmektedir. Hizmet kalitesi ile ilgili örnek şikayetler ise şu şekildedir:

"Personelin neredeyse tamamı Suriyeli bir türlü anlaşamadık, Bir iki Türk personel bulduk çözümleri ürktücü idi, Arapça öğrenmeliymişim."

"T-bar'daki görevliler aşırı saygısız, acele ettirip çok sayıda insanın düşmesine neden oldular."

"Bir pass bileti satıp bunu her alanda kullanabileceğinizi söylüyorlar ancak farklı bir skipass için sizden tekrar ücret istiyorlar."

"Güzel bir yer ama yüksek sezonda turistleri ücret açısından aldatıyorlar."

Turist Profili

Farklı motivasyonlarla Uludağ'ı ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre beklentileri ve algıları farklılık gösterebilmektedir. Turist profili ile ilgili şikayetler incelendiğinde ziyaretçilerin bölgede Ortadoğulu turistlerin (% 60,00) sayısındaki artıştan rahatsız olduklarını belirtirken kayak yapmak amacıyla bölgeyi ziyaret eden turistler ise günübirlik ziyaretçilerden (% 20,00) ve yabancı uyruklu ziyaretçilere sağlanan çeşitli önceliklerden (%20,00) rahatsız olduklarını belirtmiştir. Turist profili bağlamında yapılan örnek şikayetler:

"Burada da Arap turistler var, gelenlerin görünümü çok kötü..."

"Günübirlikçilerin kayakçılardan ayrı, kapalı telesiyelere ihtiyacı var her iki gurubu hafta sonu birbirine karıştırıyorlar tansiyon yükseliyor..."

"Eğer Arap turistsen önceliğin var ve bu kendi ülkemizde acınası bir durum..."

Diğer

Uludağ kayak merkezini ziyaret eden turistlerin şikayetleri incelenirken yukarıda açıklanan altı ana tema dışında kalan bazı kodlar da tespit edilmiş ve birbiriyle yakın ilişkisi olmayan kodlar diğer teması altında toplanmıştır. Tema incelendiğinde destinasyonun kendini yenilememesi (% 35,71), ulaşım mesafesinin uzun olması (% 21,43), tesisler tarafından ücret iadesinin yapılmaması (% 14,29), bölgenin ilkbaharda daha çekici olması (% 14,29), paydaşların bölgenin gelişimine katkıda bulunmaması (% 7,14) ve yerelliğin (otantikliğin) olmayışı (% 7,14) gibi konuların öne çıktığı görülmektedir. Diğer şikayet örnekleri ise şu şekildedir:

"Bu bölgenin sahibi yok ve kendi doğal güzelliği ile bugünlere gelmiş gibi görünüyor."

"Skipass'ı iyi seçin. Ne olursa olsun iade kabul etmiyorlar."

"Yerel halk kültürü yansıtmıyor..."

"Bölgenin ciddi bir potansiyeli var ancak Bulgaristan gibi diğer komşu ülkelerin kayak

merkezlerinden öğrenmeleri gereken çok fazla şey var."

Ziyaretçi yorumları doğrultusunda yapılan içerik analizi sonucunda Uludağ kış turizm merkezi ile ilgili "Fiyat", "Taşıma Kapasitesi", Alt ve Üst Yapı", "Çevre", "Hizmet Kalitesi", "Turist Profili" ve "Diğer" ana temaları altında toplandığı görülürken şikayetlerin önemli bir kısmının (%72,19) destinasyonda uygulanan fiyat politikaları, yüksek sezon olarak adlandırılan dönemlerde taşıma kapasitesinin göz ardı edilmesi ve taşıma kapasitesinin göz ardı edilmesiyle bağlantılı olarak oluşan kalabalığı ya da araç trafiğini sağlıklı bir şekilde yürütebilecek alt-üst yapının olmayışı üzerinde toplandığı söylenebilir.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Şikayetler işletmelerin mal ve hizmetlerini geliştirebilmeleri için önemli bir kaynak görevi görmektedir. Turizm sektörü de benzer bir yapıya sahipken fiziksel mallardan farklı olarak turistik ürün bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla müşteri şikayetleri değerlendirilirken sadece işletme bazlı şikayetleri değerlendirmenin ötesinde ziyaretçilerin otel dışında temas kurduğu destinasyonun bütününe değerlendirilmesi daha büyük bir önem arz etmektedir. Örneğin x otelinin ürün ve hizmetlerinden memnun olan bir kişi otel dışında yaşadığı sorunlardan dolayı kasıtlı ya da kasıtsız olarak destinasyon hakkındaki olumsuz görüşlerini paylaşabilir. Bu görüşler doğrultusunda destinasyon ve destinasyonda yer alan işletmelerin tüketiciler tarafından tercih edilme olasılığı azaltılmış olabilir. Bu bağlamda kış turizmi açısından Türkiye'deki en önemli destinasyonlardan biri olan Uludağ kayak merkezi ile ilgili yapılan yorumlar destinasyonda bulunan diğer işletmelerin tamamını etkileyebilmektedir. Yapısı gereği otel dışında, destinasyonda bulunan faaliyet alanlarını kullanma olasılığı (pist, teleferik, telesiyej vb.) fazla olan kış turizminde bu durum daha da önemli bir boyut kazanmaktadır.

Uludağ kayak merkezi ile ilgili yapılan yorumlar doğrultusunda oluşturulan şikayet temalarının fiyat (% 35,10), taşıma kapasitesi (% 20,53), alt ve üst yapı (% 16,56) ile diğer (% 9,27) üzerinde yoğunlaştığı görülürken şikayet konularının tamamı içerisinde insan yoğunluğu (% 15,89) ve fiyatların genelinden (% 13,25) daha sık şikayet edildiği görülmüştür. Literatür incelendiğinde kış turizminin yapıldığı kayak merkezleri ile ilgili yapılan şikayetlerin Zemla (2008: 52-53) kalabalık, çevresel etkiler, çeşitli hizmet alımlarında uzun kuyrukların varlığı, yüksek fiyatlar, alt ve üst yapı tesisleri; Sağlık ve Kocaman (2014: 83) kar kalitesi, pist nitelikleri ve ekipmanlar; Çalışkan (2015: 109) mekanik tesisler, alt ve üstyapı eksiklikleri; Yanık (2016) ulaşım ve yiyecek-içecek kalitesi gibi konuları kapsadığı görülmekle birlikte söz edilen şikayetlerin Uludağ kayak merkezi ile ilgili yapılan şikayetlerle benzerlik gösterdiği söylenebilir. Öte yandan çalışma sonucunda şikayet konusu olarak karşılaşılan hizmet kalitesi ve alternatif faaliyetlerin olmayışı konuları Hallmann vd., (2015) ve Abegg vd., (2019) tarafından ele alınarak kış turizmi destinasyonlarının rekabetçiliklerine katkı sağlayacağına işaret etmişlerdir.

Konu kapsamında geliştirilen öneriler ise şu şekilde sıralanabilir;

- Bölgede uygulanan fiyat tarifeleri tüm paydaşların katılımı doğrultusunda gözden geçirilmeli ve düzenlenmelidir.
- Alt ve üst yapı ile kış turizmi kapsamında kullanılan mekanik ve teknik ekipmanlar kullanıcı ihtiyaçlarını eksiksiz karşılayabilecek şekilde düzenlenmelidir.
- Sürdürülebilir çevre ve kalkınma çalışmaları bağlamında bölgenin taşıma kapasitesi tespit edilmelidir.
- Bölgede inşa edilen otel vb. tesislerin çevreyle uyumlu olması sağlanmalı, girişimciler bu konularda (yeşil uygulamalar vb.) bilgilendirilmelidir.
- Bölgeyi ziyaret eden turistler arasında çatışmaları önleyici çözümler üzerine

odaklanılmalıdır.

- Hizmet kalitesini artırabilmek için tüm paydaşların katılımı doğrultusunda ihtiyaç analizi yapılmalı ve çözüme yönelik eğitimler verilmelidir.

KAYNAKÇA

Abegg, B., Janicke, L., Peters, M. and Plaikner, A. (2019). Alternative Outdoor Activities in Alpine Winter Tourism, (Editör) Haider, U-P., Richins, H. and Türk, S.: *Winter Tourism: Trends and Challenges* içinde (ss. 236-245) İngiltere: CABI.

Acar, V., Avcı E. ve Erat B. (2017). Birgi'nin Turistik Bir Destinasyon Olarak Swot Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(14): 1335-1372.

Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2018). Kış Turizmi Destinasyonu Paydaşlarının Çevre Yönetimine İlişkin Algılarının Nitel Bir Yöntemle Çözümlemesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1): 117-135.

Akkuş, G. (2019). Ilgaz Dağında Kış Turizm Talebi ve Gelişimi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1): 1-27.

Akkuş, G. (2018). Kış Turizmi Destinasyonu Pazarlama Yönetimi: Erzurum Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(3): 557-575.

Aksu, A. ve Ehtiyar, V. R. (2007). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Albayrak, A. (2013). *Kış Turizmi Turistlerinin Seyahat Motivasyonları*. 14. Ulusal Turizm Kongresi, Erciyes Üniversitesi 05-08 Aralık 2013. Kayseri. ss: 144-164.

Altaş, N. T., Çavuş, A. ve Zaman, N. (2015). Türkiye'nin Kış Turizmi Koridorunda Yeni Bir Kış Turizmi Merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 31(Ocak): 345-365.

Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D. and Giovani, C. (2009). Segmenting Winter Tourists by Motivation: The Case of Recreational Skiers. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 18(5): 480-499.

Aydoğdu, A., Koç, Y., Z. ve Koç, D. (2018). Yerli Ziyaretçilerin Ilgaz Dağı Destinasyonunu Tekrar Ziyaret Etme Niyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1): 207-226.

Barlow, J. and Moller, C. (2009). *Her Şikayet Bir Armağandır*. (Çeviren, Gülden B.), İstanbul: Rota Yayınları.

Çakmak, F. ve Yılmaz, Ö. (2018). Turizmin İktisadi Sürdürülebilirliği Açısından Kış Turizmi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 267-286.

Çalışkan, U. (2015). Sarıkamış Müşteri Memnuniyeti Araştırması ve Kırsal Alana Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2): 103-112.

Çeken, H. ve Ateşoğlu, L. (2008). Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2008(1): 136-151.

Dalgıç, A., Güler, O. ve Birdir, K. (2016). Tripadvisor.com'da Yer Alan Restoran Şikayetlerinin Analizi: Mersin ve Hatay'da Yöresel Yiyecek Sunan Restoranlara Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special Issue(1): 153-173.

- Dar, R. A., Rashid, I., Romshoo, S. A. and Marazi, A. (2013). Sustainability of Winter Tourism in A Changing Climate Over Kashmir Himalaya. *Environmental Monitoring and Assessment*, 185(12): 2549-2562.
- Del Chiappa, G. and Dall'Aglio, S. (2012). Factors Influencing Travelers' E-Ratings and E-Complaints About Hotel Services: Insight from an Italian Tourism Destination. (Editors) Fuchs, M., Ricci F. and Cantoni, L.: *Information and Communication Technologies in Tourism* içinde (ss. 448-459) New York: Springer,
- Demir, M. ve Alım M. (2016). Sarıkamış Bayraktepe (Cıbiltepe) Kış Sporları ve Turizmi Merkezine Ait Coğrafi Bir Değerlendirme. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 33(Ocak): 241-275.
- Demiroğlu, O. C. (2016). Climate Change Vulnerability of Ski Tourism in Germany and Turkey. İstanbul Policy Center.
- Demiroğlu, O. C. (2017). Impact of Climate Change on Winter Tourism: A Case of Turkish Ski Resorts. [Online]https://www.researchgate.net/publication/266486811_Impact_of_Climate_Change_on_Winter_Tourism_A_Case_of_Turkish_Ski_Resorts [Erişim Tarihi: 01.06.2020]
- Doğaner, S. (1991). Dağ Turizmine Coğrafi Bir Yaklaşım: Uludağ'da Turizm. *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Coğrafya Araştırmaları Dergisi*, 3: 137-159.
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2002). Antalya'da Az Tanınan Bir Kış Turizmi Merkezi: Saklıkent. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 7(8): 149-162.
- Flagestad, A. and Hope, C. A. (2001). Strategic Success in Winter Sports Destinations: A Sustainable Value Creation Perspective. *Tourism Management*, 22(5): 445-461.
- Gül, A., Keleş, E., Uzun, Ö. F. ve Türker, H. B. (2016). *Davraz Kayak Merkezi'nin Isparta Kentine Çok Yönlü Etkileri*. International Winter Cities Symposium 10-12 Şubat 2016, Erzurum, Türkiye.
- Hallmann, K., Mueller, S. and Peters, M. (2015). The Assessment of Competitiveness: The Case of Three Alpine Winter Sports Destinations. *Tourism Analysis*, 20(6): 677-687.
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> [Erişim Tarihi: 15.06.2020].
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a2be7de661a86.69155799 [Erişim Tarihi: 23.06.2020].
- İncekara, A. (1998). *Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları*. İstanbul: İTO Yayınları
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikayetleri ve Şikayetlerin Bildirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 25(7): 4189-4202.
- Kitapçı, O. (2006). Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikayet Davranışları: Sivas İl'inde Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2006(31): 111-120.
- Konu, H., Laukkanen, T. and Komppula R. (2011). Using Ski Destination Choice Criteria to Segment Finnish Ski Resort Customers. *Tourism Management*, 32(5): 1096-1105.
- Koşan, A. (1994). *Turizm Faktörünün Bölgelerarası Dengesizliği Gidermede Etkisi ve Erzurum Palandöken – Kış Sporları Turizm Merkezi Projesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Kozak, M. (2007). Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikayetlerini Bildirme Eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1): 137-151.

- Kutluk, A. ve Avcıkurt, C. (2014). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Müşterilerin Satın Alma Karar Süreçlerine Etkisi ve Bir Uygulama: (İstanbul Seyahat Acenteleri Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29): 613-622.
- Lee, C. C. and Hu, C. (2004). Analyzing Hotel Customers' E-Complaints from An Internet Complaint Forum. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(2-3): 167-181.
- Okumuş, F. ve Avcı, U. (2008). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Okumuş, F., Okumuş, B. and McKercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: The Case of Hong Kong and Turkey. *Tourism Management*, 28(1): 253-261.
- Özbay, G. (2018). Alternatif Turizm Politikaları İçerisinde Kış Turizmi: Türkiye'ye Yönelik SWOT Analizi. *The Journal of Lingual, Social and Educational Sciences*, 4(2): 203-213.
- Özçoban, E. (2019). Türkiye'de Kış Turizmi ve Erciyes Kayak Merkezi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3): 1606-1625.
- Özdemir, B., Yılmaz, G. ve Çalışkan O. (2013). Bireysel ve Davranışsal Faktörlerin Restoran Müşterilerinin Şikayet Etme Niyetlerine Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 1-19.
- Sağlık, E. ve Kocaman, G. (2014). Kayak Merkezlerinde Turistlerin Hizmet Kalite Algısının Belirlenmesi: Palandöken Kayak Merkezinde Bir Uygulama. *Atatürk İletişim Dergisi*, 6(Ocak): 67-87.
- Sainaghi, R. (2001). Strategic Positioning and Performance of Winter Destinations. *Tourism Review*, 63(4): 40-57.
- Schoefer, K. and Ennew, C. (2002). Customer Evaluations of Tour Operators' Responses to Their Complaints. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(1): 83-92.
- Su, W. and Bowen, J. T. (2001). Restaurant Customer Complaint Behavior. *Journal of Restaurant and Foodservice Management*, 4(2): 35-65.
- Unur, K., Çakıcı, C. ve Taştan, H. (2010). Paket Turlardaki Müşteri Şikayetleri ve Seyahat Acentalarının Bu Şikayetlerle Karşılaşma Sıklıkları Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3): 391-408.
- Ülker, İ. (1992). *Dağ Turizmi: Planlama Yöntemleri, Yüksek Dağlarımız, Kayak Merkezleri*. Ankara: T. C. Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Vanat, L. (2017). International Report on Snow & Mountain Tourism: Overview of The Key Industry Figures for Ski Resorts.
- Vanat, L. (2020). International Report on Snow & Mountain Tourism: Overview of The Key Industry Figures for Ski Resorts.
- Yanık, A. (2016). Turizmde Şikayet Yönetim Sistemlerinden Müşteri Memnuniyeti Yaratmak: Palandöken Kayak Tesisleri Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(3): 102-116.
- Yavaş, U., Karatepe, O. M., Babakus, E. and Avcı T. (2004). Customer Complaints and Organizational Responses: A study of Hotel Guests in Northern Cyprus. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 2004(2-3): 31-46.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zemla, M. (2008). The Product Quality of Polish Ski-Resorts: A Case Study of Silesian Skiers' Requirements, Satisfaction and Complaints. *Tourism*, 56(1): 41-58.

Zeydan, Ö. ve Sevim, B. (2008). *İklim Değişikliğinin Kış Turizmine Etkileri*. TMMOB İklim Değişikliği Sempozyumu, 13-14 Mart 2008, Ankara. ss. 156-171.

www.tripadvisor.com.tr [Erişim Tarihi: 01.06.2020]