



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(3): 1945-1960.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.828](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.828)

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



ARAşTIRMA MAKALESİ

Pamukkale'de Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Termal Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikayetlerin İncelenmesi

Mine ÇİMENÇİ, Yüksek Lisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Aydın, e-posta: 2024900114@stu.adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4599-7679>

Doç. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, e-posta: ayazici@adu.edu.tr

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

Öz

Günümüzde otel işletmesi tercih etmeden önce müşteriler genellikle çevrimiçi yorumlara bakmaktadırlar. Bu yorumlar içerisinde de olumlu yorumlardan ziyade daha çok olumsuz yorumlara göz gezdirmektedirler. Müşterilerin otel tercihlerinin belirlenmesinde daha önce oteli deneyimleyen ve yorumlarını paylaşanlar yol gösterici olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Pamukkale'de faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı termal otel işletmeleri hakkında, misafirlerin çevrimiçi ortamlarda yapmış olduğu şikâyetlerin kategorize edilmesi ve en çok yoğunlaştığı şikâyet konularının belirlenmesidir. Bu amaçla Pamukkale'de bulunan 12 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesi hakkında Tripadvisor web sitesinde yapılan 474 olumsuz yorum içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Termal otel müşterilerinin yaptıkları e-şikâyetler farklı kategorilere ayrılmıştır. Kategoriler içerisinde şikâyeti en yoğun olanlar, hizmet, yiyecek/içecek, otel mimarisi ve personel kategorileridir. En çok şikâyet alan konular ise; oda/banyo temizliği, yemek lezzeti ve personelin tutumudur. Çalışma sonunda otel işletmelerinin yapılan şikâyetlere göre ürün ve hizmetleriyle ilgili gerekli iyileştirmeleri yapmaları, şikâyet konularında önlemler almaları ve müşteri memnuniyetini sağlamaları hususunda öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Termal Otel, E-şikâyet, Pamukkale.

Makale Gönderme Tarihi: 19.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 04.09.2021

Önerilen Atf:

Çimenci, M. ve Yazıcı Ayyıldız, A. (2021). Pamukkale'de Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Termal Otel İşletmelerine Yönelik E-Şikayetlerin İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3): 1945-1960.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2021, 5(3): 1945-1960.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.828](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.828)

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



RESEARCH PAPER

The Analysis of E-Complaints Directed to Four-Star and Five-Star Thermal Hotels in Pamukkale

Mine ÇİMENÇİ, MSc. Student, Aydın Adnan Menderes University, Health Sciences Institute, Aydın, e-mail: 2024900114@stu.adu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4599-7679>

Associate Prof. Dr. Ahu YAZICI AYYILDIZ, Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Aydın, e-posta: ayazici@adu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1301-2428>

Abstract

Today, before selecting a hotel, in general, the customers take a look at the online comments. checking these comments, the customers mostly glance through negative comments rather than positive ones. The former guests who previously had an experience at the hotel and shared their comments about it serve as a guide in the hotel selection for the prospective customers. This study aims to categorize the complaints made on online platforms by guests about the four-star and five-star thermal hotels in Pamukkale (Cotton Castle) in Denizli province of Turkey and to identify the topics on which these complaints mostly focused. To this end, 474 negative comments posted on the website of Tripadvisor about a total of 12 four-star and five-star hotels located in Pamukkale were evaluated via the content analysis. The e-complaints made by the thermal hotel customers were divided into different categories. Of these categories, the ones with the highest number of complaints are the categories of service, food/beverage, hotel architecture, and hotel staff. The topics with the highest number of complaints are the room/bathroom hygiene, food taste, and the staff's attitude. In the conclusion of the study, the recommendations to urge the hotels to make necessary improvements to their products and services, take precautions aimed at the topics of complaint, and enhance customer satisfaction were proposed.

Keywords: Thermal Hotel, E-complaints, Pamukkale.

Received: 19.06.2021

Accepted: 04.09.2021

Suggested Citation:

Çimenci, M. and Yazıcı Ayyıldız, A. (2021). The Analysis of E-Complaints Directed to Four-Star and Five-Star Thermal Hotels in Pamukkale, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(3): 1945-1960.
© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Globalleşen dünyada, ülkeler arasında ulaşım imkanlarının, seyahat özgürlüklerinin artması, turistlerin farklı yerlere seyahat ederek ikamet ettiği yerin dışında farklı bir yerde konaklayarak, tedavi olmayı hedeflemeleri, sağlık turizmini ortaya çıkarmıştır. Sağlık turizmi; bireylerin tedavi edici, koruyucu, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici hizmetleri almak amacı ile yaptıkları seyahatlerdir. Sağlık turizmi, yalnızca tıp merkezlerinde tıbbi amaçla yapılan planlı bir uygulama değil aynı zamanda termal sağlık işletmelerinde, yaşlı bakım ve rehabilitasyon merkezlerinde kronik hastalık takibini de içine alan kapsamlı bir uygulamadır. Şifalı su kaynakları, kür merkezleri, sıcak su, kaplıca, çamur banyoları gibi şifalı bölgelerde sağlık turizminin içerisinde yer almaktadır. Şifalı su kaynaklarından yararlanan sağlık turizm çeşidine termal turizm denilmektedir (<https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr>).

Dünya da sağlık ve termal turizmdeki gelişmelere paralel olarak çok sayıda işletme açılmakta, mevcut işletmelerde birbirleriyle rekabet ederek pazar paylarını artırmaya çalışmaktadırlar. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve insanların her türlü bilgiye ulaşmada yaşadığı kolaylık ile işletmelerin rekabet edebilmeleri hizmet kalitelerini artırarak, müşteri memnuniyetini sağlamaları ile öne çıkmaktadır. Bu da müşteri istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde anlayarak, şikayetlerine çözüm bularak sağlanmaktadır. Şikayet, genellikle memnuniyetsizliği ifade eden bir kavram gibi gözükmese de, aslında işletmelerin ürün ve hizmetlerinin iyileştirilmesi için iyi bir geri bildirim aracıdır (Kızıldemir vd., 2019:1316). Şikayet sürecini iyi yöneten ve müşterilerinin sorunlarına çözüm bulan işletmeler, müşterilerin gözünde olumlu bir imaj yaratarak, sadık müşteriler elde edebilirler.

We Are Social 2021 Nisan raporuna göre, dünya nüfusunun %60'dan fazlası (4.72 milyar) internet kullanıcısı haline gelmiştir. Sosyal medya kullanıcı sayısı ise 3.81 milyar kişi, dünya nüfusunun %49'udur. Kişilerin gün içerisinde internette geçirdikleri süre yaklaşık 7 saattir. Raporda bu sürenin en çok internette bilgi aramak için kullanıldığı belirtilmiştir (<https://wearesocial.com/digital>). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler otel işletmeleri ve tüketiciler arasında da iletişimi hızlandırmıştır. Müşteriler tatil yeri seçiminde, konaklayacakları otel seçiminde internette araştırma yaparak bilgi toplamakta, oteller hakkında yapılan şikayetleri de elektronik ortamda takip etmektedirler. Bu nedenle otellerle ilgili yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin hızlıca çözüme kavuşturulması hem işletmeler hem de müşteriler için son derece önem arz etmektedir (Kızıldemir vd., 2019: 1318).

Bu çalışmada, Pamukkale'de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı termal otel işletmeleri hakkında Tripadvisor web sitesinde yapılan olumsuz yorumlar incelenmiştir. Çalışmanın amacı termal otel işletmeleri hakkında yapılan olumsuz değerlendirmelerin neler olduğunu ortaya koymak ve bu doğrultuda otel işletmelerine geri bildirim sağlayarak, eksik yönlerini ortaya koymaktır. Pamukkale termal suları, doğal, tarihi ve kültürel özellikleri ile Türkiye turizminde önemli bir yere sahip olmakla birlikte UNESCO'nun 'Dünya Kültür Mirası Listesi'nde bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye turizminde çok önemli bir yere sahip bir turizm destinasyonudur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Termal Turizm Kavramı

Termal turizm, sağlık turizmi kapsamına giren, içeriklerinde insan sağlığına yararlı, erimiş mineral ve maden sularının zindeleşme, tedavi etme gibi birçok amaca yönelik kullanımından kaynaklanan bir turizm türüdür. İnsanlar yıllar boyunca, farklı rahatsızlıklarını tedavi etmek için, termal su kaynaklarından yararlanmaktadırlar. Günümüzde ise, daha modern, teknolojik

olarak daha gelişmiş uygulamalarla tedavi devam etmektedir (<https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr>).

Term sözcüğü, thermos kelimesinden gelmektedir. Termal işletmelerde, suların sıcaklık özelliğini ifade eden kavram "termik", doğal sıcak sular için "termal" ve doğal sıcak su kaynaklarının araştırılıp, sağlık amacıyla kullanılmak üzere düzenlenmesi için de "termalizm" kavramları kullanılmaktadır. (Baştürk ve Sağlık, 2020: 39).

Kavram olarak termalizm; insan sağlığı üzerinde tedavi edici özelliği belirlenmiş olan, sıcak su kaynaklarının içerisinde hiçbir değişiklik yapılmaksızın farklı kürlerle kullanmaktır. Termalizm yalnızca hastalar için kullanılmamaktadır. Sağlıklı olan kişilerde, kişilerin kendilerini dinç, güzel görünmesi, sakinleşmesi içinde uygulanmaktadır. (Tengilimoğlu, 2021:5) Termal turizm; "Termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türüdür" (<http://www.saturk.gov.tr>).

Termal turizmin turizm sektörüne birçok faydası bulunmaktadır; başta turizm faaliyetlerinin bütün yıla yayılması olmak üzere, işletmelerin yıl boyu yüksek doluluk oranları ile çalışması, diğer alternatif turizm türleri ile entegrasyon oluşturarak bölgesel turizmin gelişmesini desteklemesi ve istihdamı artırması başlıca olanlarından (Bucak ve Özkaya, 2013:10). Ayrıca termal turizm Avrupa ve Amerika' da yaklaşık olarak 25-30 milyar dolarlık bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Siner ve Torun, 2020: 525).

Müşteri Şikayeti ve E-Şikayet Kavramı

Şikâyet, malların ve hizmetlerin tüketicilerinin beklentilerini karşılamaması nedeniyle ortaya çıkabilecek veya tüketim esnasında ortaya çıkabilecek istenmeyen durumlara verilen yanittir. (Yüce ve Tosun, 2017:192). Müşteri şikâyeti davranışı genel olarak ifade edecek olursak memnuniyetsizliğin bir fonksiyonudur. (Sujithamrak ve Terry Lam, 2007: 301). Bir problemi olan ve şikâyette bulunan bir müşteri, şikâyetine gereken ilgi gösterilmişse ve problemi çözülmüşse sadık bir müşteriye dönüşebilir (Barutçugil, 2009).

Şikâyet alınması, hizmet süreci içerisinde hizmeti düzgün bir şekilde organize etme fırsatı ve geri bildirim anlamına gelir. Şikâyetlerin olmaması veya müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmemesi hizmet sürecini beklentilere göre düzenleme fırsatının da olmaması anlamına gelmektedir (Kılıç ve Ok, 2012: 4195).

Müşteri şikâyeti davranışı, memnuniyetsiz müşterileri tatmin etmek için iyi bir fırsattır. Bu bağlamda, her türlü şikâyet bir hediye olarak değerlendirilmelidir.

Olumsuz müşteri şikâyetleri ile işletmeler çeşitli faydaları elde edeceklerdir; müşteri memnuniyetsizliklerini dile getirmelerine izin vererek tüketici memnuniyetini, ürün değerlendirmesini ve satın alma olasılığını artırma, müşteriyi elde tutma oranını arttırmak, potansiyel olarak negatif ağızdan ağıza bilgi yayılımını sınırlandırmak, müşterilerin yeniden satın alma olasılığını arttırmak, müşteri sadakatini olumlu yönde değiştirmek gibi (Larivet ve François Brouard, 2010: 542).

Müşteri şikâyetleri doğru şekilde yönetilmediği takdirde, memnuniyetsizlik durumu yaşayan müşteriler o işletmeden vazgeçmekle kalmayacak, aynı zamanda işletme ile ilgili olumsuz değerlendirmelerle işletme imajını sarsacak yanlış mesajlar vereceklerdir. Şikâyetlere çözüm bulma maliyetinin müşteriyi kaybetme maliyetine göre daha düşük olması işletmelerin müşteri

şikayetini anlaması açısından önemlidir (Heung ve Lam, 2003: 284). Her türlü şikâyet, müşteri ile işletme arasında riske giren ilişkiyi kurtarmak için bir fırsattır (Kozak, 2007).

Satın aldıkları mal ve hizmetlerden kendilerinin yararlanmadığını düşünen tüketiciler, memnun olmadıklarını çeşitli şekillerde ifade edebilirler. Bunlar; müşterinin yaşadığı rahatsızlığı sözlü olarak ifade edebilmesi, müşterinin tekrar o işletmeyi ziyaret etmemesi, müşterinin işletmeye şikâyetinde bulunması, tüketiciyi koruma birimlerine başvurmak ya da her zamanki gibi aynı işletmeyi tekrar tercihleri arasında yer alması şeklinde olmaktadır (Akan ve Kaynak, 2008: 5).

Artık günümüzde internetin gelişmesi ve yaygınlaşması sonucu şikayetler elektronik ortama taşınmıştır. Gelişen teknolojik olanaklarla insanların düşüncelerini ve olumsuzluklarını kolayca paylaşım yapabildiği sanal platformlar meydana gelmiştir. Kolaylık ve hız açısından internet, şikâyet etme davranışını çok daha kolay hale getirmektedir. Elektronik şikâyet kanalları, özellikle çok uluslu şirketlere hızlı bir şekilde ulaşmak ve sorunlara çözüm yolu bulmak açısından daha kolay ve işlevseldir (Keleş vd., 2016:216). Otel işletmeleri açısından da müşteriler ile daha etkili iletişim kurup rekabette farklılaşmak, daha hızlı bir şekilde müşteri şikayetlerini takip etmek açısından sanal platformlar önemlidir (Yazıcı Ayyıldız, 2020: 1488).

Elektronik şikâyet kavramı olarak; elektronik ortamda kişinin herhangi bir ürün ya da almış olduğu hizmet sonucunda deneyimlerini yaşamış olduğu sorunları ifade etmesidir. İnternet sunduğu imkânlar sayesinde müşterilerine daha önce eksik kalan fırsatları sunarak farklı bir şikâyet hattı oluşturmuştur. Bu şekilde medya yoluyla gerçekleştirilen şikâyetler kişiler için önemli bir hale dönüşmüştür. İşletmelerin kendileri hakkında yapılmış olan olumlu olumsuz e-şikâyetlere kolay erişim sayesinde hızlı çözüm bulmaları sağlanmaktadır (Şahin vd., 2018: 72)

Tüketicilerin memnuniyet seviyesi ile onlara sunulan hizmet hakkında şikâyet etme eğilimi arasında bir ilişki vardır (Aylan vd., 2016; Kızıldemir vd., 2019; Arkadaş, Ayyıldız, 2020). Memnuniyetsizlik düşük olduğunda tüketicilerinde şikâyet etme eğilimleri zayıftır. Memnuniyetsizlik arttıkça ise müşterilerin şikâyet eğilimleri artış göstermektedir.

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında; Au vd., (2104), Çin'deki otellerle ilgili çevrimiçi şikayetleri analiz etmek ve kültür ile çevrimiçi şikâyet etme niyetini etkileyen diğer faktörler arasındaki ilişkiyi incelemek için yaptıkları çalışmada, TripAdvisor ve Ctrip'ten alınan büyük Çin şehirlerindeki otellerle ilgili 822 şikâyet için içerik analizi yapmışlardır. Çinli ve Çinli olmayan müşteriler tarafından yapılan şikayetler karşılaştırılmış ve 11 ana şikâyet kategorisi belirlenmiştir. Araştırma sonuçları, gezgin yaşının, otel fiyatının ve seyahat partnerinin yapılan çevrimiçi şikâyetleri önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir.

Aylan vd. (2016), termal otel işletmelerine yapılan şikayetleri incelemişler, en fazla şikâyetin fiyat ve reklam kampanyaları ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca termal otellere yönelik yapılan şikâyetlerin %32,48'inin cevaplandığı ortaya çıkmıştır. Silvestri vd. (2017), hizmet kalitesi boyutlarının termal turizm işletmelerini nasıl etkilediğini araştırmışlar, hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu etki yarattığını, fonksiyonel hizmet kalitesinin teknik hizmetten daha olumlu etki yarattığını vurgulamışlardır. Kızıldemir, İbiş ve Çöp (2019), Afyonkarahisar'da 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik e-şikâyetleri değerlendirmiş, en fazla şikâyetin otel işletmelerinde sunulan yiyecek-içecek hizmetleri ile genel hizmet kalitesine yönelik yapıldığı belirlenmiştir. Soruç ve Şengül (2019), Türkiye'ye yer alan kış otellerinin yiyecek-içecek departmanlarına yönelik şikâyetleri incelemiş, 517 şikâyet arasında en çok, yemek kalitesi, lezzeti ve çeşitliliği, servis personelinin memnuniyetsizlik ortaya çıkmıştır. Sangpikul (2019), Tayland'ın önemli turizm şehirlerindeki günlük kaplıcalarda müşterilerin e-şikâyetlerini inceleyerek hizmet kalitesi boyutlarına göre analiz etmiştir. Bulgular, büyük e-şikâyetlerin spa terapistlerinin yetersiz becerileri, yetersiz hizmetler ve spa hizmetlerini kullanma konusunda tavsiye verilmemesi ile ilgili olduğunu göstermektedir. Hizmet kalitesi boyutlarının analizi

yoluyla, başlıca e-şikayetlerin güvenilirlik, güvence ve yanıt verme ile ilişkili olduğu bulunmuştur.

Baştürk ve Sağlık (2020), Sivas Sıcak Çermik'te ve Yozgat Sorgun'da faaliyet gösteren termal otel işletmelerde konaklayan yerli müşterilerin, demografik özelliklerine göre hizmet kalitesini algılamalarında farklılıkları araştırmışlar, hizmet kalitesi arttıkça müşteri memnuniyetinin de arttığı sonucuna ulaşmışlardır.

Tuncer vd. (2020), termal turizm işletmelerinde konaklayan müşterilerin memnuniyetlerinin araştırıldığı çalışmada, hizmet kalitesinin ve otelin özelliğinin önemi belirtilmiştir. Yazıcı Ayyıldız ve Baykal (2020), Kuşadası'nda 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik e-şikayetleri incelemişler, şikâyetlerin en çok yiyecek ve içecek, temizlik ve personel kategorilerinde olduğu belirlenmiştir. Özellikle personelin tutumu, yemek lezzeti ve çeşitliliği, oda temizliği en çok şikâyete sebep olmuştur. Çılgınoğlu ve Aytuğar (2021), Bolu'da bulunan termal turizm işletmelerine gelen müşterilerinin beklenti ve memnuniyetlerini ölçtükleri çalışmalarında, termal turizm tesislerinin müşteri memnuniyeti ortalaması orta düzeyde memnunun şeklinde olduğu belirlenmiştir. Cuma vd., (2021), müşterilerin termal işletmelerden aldıkları memnuniyeti belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, Kahramanmaraş ilindeki termal tesislerde konaklayan müşterilerin işletmelerden aldıkları hizmetten memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Chittiprolu vd., (2021), Hint mirası otelleri hakkında yazılan çevrimiçi incelemeleri araştırmış, müşterilerin memnuniyet ve memnuniyetsizliğinin belirleyicilerindeki kalıpları bulmayı amaçlamıştır. Memnun müşteriler, fiziksel göstergeler, geleneksel hizmetler, personel davranışı ve profesyonellik ve temel ürünler (odalar, yemek) gibi otel konaklamasının somut özelliklerinden bahsederken, memnun olmayan müşteriler, personel tutumu, hizmet başarısızlığı, rezervasyon ve yemekle ilgili sorunlar gibi maddi olmayan hizmet sorunlarından şikâyet etmişlerdir. Sangpikul (2021), e-şikayetleri tatil köylerinin ana hizmet alanları ve SERVQUAL boyutlarında analiz etmiştir. E-şikâyetler beş ana alanda kategorize edilmiştir; misafir odaları, ön büro, yiyecek ve içecek, tatil tesisleri ve sağlıklı yaşam hizmetleri. Her hizmet alanında, örneğin, misafir odaları güvenceyle ilgili en çok şikâyet alırken, ön büro empatiyle ilgili büyük şikâyetler alırken, yiyecek ve içecek hizmetleri güvenceyle ilgili şikâyet almıştır. Ayrıca çalışma, e-şikâyetlerin beş SERVQUAL boyutunun tamamıyla da ilişkili olduğunu ortaya koymuştur.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, otel işletmelerinde misafir memnuniyetinin önemli olduğu, sadık müşteri yaratmak için misafirlerin sorunlarına çözüm odaklı yaklaşmak gerektiği ve uzun vadeli ilişkiler geliştirmek için kişiselleştirilmiş hizmet vermek gerektiği ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, tarihi ve doğal güzellikleri olan, yerli ve yabancı turistler tarafından ilgi odağı olan Pamukkale destinasyonunda bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri hakkında müşterilerin olumsuz görüşlerini belirlemek ve bu görüşlerden yola çıkarak otel işletmelerine ürün ve hizmetlerini geliştirmek adına öneriler sunmaktır.

Araştırmanın Önemi

Pamukkale kültür turizmi yanında termal turizm açısından oldukça önemli bir yerdir. Günümüzde de giderek artan yaşlı nüfus nedeniyle termal turizm sağlık sektöründe de önemli bir yere sahiptir. Pamukkale her mevsim boyunca yerli ve yabancı turistleri ağırlayarak, termal otellerde misafir etmektedir. Bu araştırma termal turizm açısından oldukça iyi bir yere sahip

Pamukkale otelleri ile ilgili yapılmış ayrıntılı bir çalışma olması açısından, otel işletmelerinin müşteri gözüyle eksik yönlerini belirlemek ve hizmet kalitelerini iyileştirmeleri açısından oldukça önemlidir.

Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırma kapsamında www.tripadvisor.com web sitesinde yer alan Pamukkale destinasyonunda müşterilerin otellerde deneyimledikleri tatil yorumları irdelenmiştir. 2019-2020-2021 yıllarında Pamukkale’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı termal otel işletmelerine yönelik tüm dillerde yapılan yorumlardan sadece 3 (ortalama), 2 (zayıf) ve 1 (berbat) puan alanlar dikkate alınmıştır. Yalnızca bir termal otel işletmesinin bile fazlasıyla kullanıcı yorumlarına sahip olması nedeniyle, sadece 4 ve 5 yıldızlı termal oteller örnekleme dâhil edilmiştir.

Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Pamukkale’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı toplam 12 termal otel işletmesi bulunmaktadır. Araştırma örneklemini www.tripadvisor.com web sayfasında yer alan 2019-2020-2021, son üç yıla ait, tüm dilleri kapsayan kötü, berbat ve ortalama olarak yer alan 474 yorum oluşturmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çevrimiçi ortamda yer alan otel misafirlerinin şikâyetlerini kategorize etmek için nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi yoluyla e-şikâyetler kategorize edilmiş ve elde edilen bilgiler kodlanarak sayısal verilere dönüştürülmüştür. İçerik analizi ile elde edilen verilerin sayısal verilere dönüştürülüp, şikâyetlerin sıklığını belirleyebilmek amacıyla frekans analizinden faydalanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde termal otel konuklarının seyahat türüne, milliyetine ve e-şikâyet kategorilerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Termal Otel Konuklarının Yerli ve Yabancı Olarak Seyahat Türüne İlişkin Bulgular

Bu bölümde yerli yabancı termal otel konuklarının seyahat türüne ve milliyetine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 1’ de şikâyet eden termal otel konuklarının seyahat türüne ait bilgiler yer almaktadır. Termal otel işletmelerini şikâyet eden otel konukları içerisinde yerli turistler içerisinde daha çok ailesi (%12,3) ile yabancı turistler ise daha çok çift olarak (%11,4) konaklamışlardır. Termal otel işletmelerinde yerli turistler içinde grup (%0,2) ve tek başına (%0,2), yabancı turistler içinde iş (0,8) olarak konukların sayısı diğer seyahat türlerine göre daha azdır. Termal otel işletmelerini şikâyet eden yabancı otel konukların sayısı (%73), yerli otel konuklarına (%27) göre daha fazladır.

Tablo 1. Turistlerin Seyahat Türüne ve Milliyetine İlişkin Bilgiler

Turist Türü	Seyahat Türü	N	%
Yerli	Aile	57	12,0
	Çift	18	3,8
	Grup	1	0,2
	Tek başına	1	0,2
	Arkadaş	12	2,5
	Belirtilmemiş	31	6,5
	İş	7	1,5
Yabancı	Aile	50	10,6
	Çift	54	11,4
	Grup	18	3,8
	Tek	11	2,3
	Arkadaş	47	9,9
	Belirtilmemiş	163	34,4
	İş	4	0,8
TOPLAM		474	100
Milliyet	Yerli	127	27
	Yabancı	347	73

Termal Otel İşletmelerine İlişkin E-Şikayet Kategorileri

Bu bölümde termal otel işletmelerine yönelik e-şikayet kategorilerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 2. Otel İşletmelerine Yönelik E-şikâyet Türleri

Kategoriler	N	%
Otel Mimarisi	158	14,5
Hizmet	275	25,3
Teknik Sorunlar	101	9,3
Konum	11	1,0
SPA /Termal	70	6,4
Yiyecek/İçecek	172	15,8
İnternet	64	5,9
Personel	137	12,6
Yönetim	75	6,9
Ön Büro Hizmetleri	25	2,3
TOPLAM	1088	100

Tablo 2’de termal otel işletmelerine yönelik e-şikayet kategorileri yer almaktadır. Otel konuklarının şikayetlerinin en çok hizmet (%25,3) kategoride yoğunlaştığı görülmektedir. Yiyecek içecek kategorisi de en çok şikâyetin yer aldığı bir diğer kategoriden birisidir. En az şikâyetin yer aldığı kategori ise konum kategorisidir (%1,0).

Termal Otel işletmelerine Yönelik E-şikâyet Alt Kategorileri

Bu bölüm içerisinde termal otel işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 3. Personel E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
PERSONEL (137)	Personelin Tutumu	84	"...Personel işbirliği yapmıyor. İngilizce konuşmak büyük bir sorundur..."(Y81)
	Personel Eksikliği	22	"...odalara valiz taşıyacak personeli
	Personel Eğitimi Dili	31	yok..."(Y113)

Tablo 3' de personel kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorumlar yer almaktadır. Personel kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok personelin tutumu hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise personel eksikliği olduğu görülmektedir.

Tablo 4. İnternet E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
İNTERNET (64)	İnternet Hızı	20	"...diğer otellerde ücretsiz wifi sinyali alabiliyorsunuz burada wifi için 15TL ödememiz gerekiyor.(Y155)
	Ücretsiz İnternet Yok	64	

Tablo 4' de internet kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorumlar yer almaktadır. İnternet kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok internetin ücretlendirilmesi hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise internetin hızı olduğu görülmektedir.

Tablo 5' de yiyecek/içecek kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorumlar yer almaktadır. Yiyecek/içecek kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok yemek lezzeti hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise yemek saatine yetişme ve vejetaryenlere yönelik yemek seçiminin olmadığı görülmektedir.

Tablo 6' da konum kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorumlar yer almaktadır. Konum kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok ulaşım hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise manzaranın olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Yiyecek-İçecek E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
YİYECEK/ İÇECEK (172)	Yemek Lezzeti	91	
	Yemek/İçecek Kalitesi	27	"...açık büfe çeşidi az, yemeklerin lezzeti vasat
	Yemek Çeşitliliği	29	(Y379).
	İçeceklerin Ücretli Olması	20	"...yemekler vasatında vasatı lezzet sıfır çeşit çok
	Yemek Saatine Yetişme	4	zayıf otel 4 yıldız olsa ey valla su dâhil içeceklerin
	Vejetaryen için seçmek yok	1	tümü ücretli..."(Y369).

Tablo 6. Konum E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
KONUM (11)	Ulaşım	9	"...Otel erişimi zor bir konuma sahiptir (Y35).
	Manzara	2	"... Şehir merkezinden uzakta. 5 yıldız olmaktan uzaktır (76).

Tablo.7 Ön Büro Hizmetleri E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
ÖN BÜRO HİZMETLERİ (25)	Rezervasyon	14	"... Tatilimizden bir ay önce onaylanmış bir rezervasyonumuz vardı. Rezervasyonu günler
	Bilgilendirme	11	öncesinden iptal ettiler. (Y3)

Tablo 7' de ön büro hizmetleri kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorum yer almaktadır. Ön büro hizmetleri kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok rezervasyon hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları kategorinin ise bilgilendirme olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Yönetim E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
YÖNETİM (75)	Geri Ödeme	3	"... İki gece rezervasyonu yaptık ve ilk geceden sonra kaçtık. Sahibi bile ikinci gece için para iade etmeyi reddetti ..." (88)
	Yönetimin Tutumu	12	"...Arkadaşım ile kaldığımız odanın anahtarını (odanın içerisinde) bulamadık ve ...Bulamazsanız 30 TL anahtar ücreti alırsınız dediler. ...turumuz hareket etti. ...arayıp otobüsü durdurup ücreti gelip aldılar.
	Ek Ücret	60	Bir karta 30 TL ceza verdik.(464)

Tablo 8' de yönetim kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorum yer almaktadır. Yönetim kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok ek ücret hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise geri ödeme olduğu görülmektedir.

Tablo 9. SPA/Termal Havuz E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
SPA/TERMAL HAVUZ (70)	Termal havuz kapalı(ulaşılabilirlik)	6	"...Geldik ve SPA' ya koştuk: bizi hayal kırıklığına uğrattı, çok kalabalık, temiz değil, çeşitli alanlar belirtilmemiş..."(Y392)
	Sauna/Hamam/Jakuzi	16	
	Kalabalık	6	"...Termal havuzuna ulaşmanız için açık alanda SPA/masaj 50 METRE yürümeniz lazım. 0 derece havada bu ücretlendirilmesi çok zor oluyor..."(Y212)
	Termal havuz boyutu	7	
	SPA/masaj ücretlendirilmesi	9	
Termal havuz bakımı	26		

Tablo 9' da SPA/Termal havuz kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorumlar yer almaktadır. SPA/Termal havuz kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok termal havuz bakımı hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorileri ise termal havuz ulaşılabilirliği ve havuzların kalabalık olması olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Otel Mimarisi E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
OTEL MİMARİSİ (158)	Bina Yapısı	84	"...Ana sorun, oda ve gürültü seviyesiydi. odalar zayıf bir şekilde yalıtım. Yan taraftaki bebeğin ağladığını ve sabah 6'da üstümüzdeki ünitelerde dolaşan insanların sesini duyabiliyordum."(Y128)
	Ses Yalıtımı	14	
	Oda boyutu/yapısı	56	
	Engellilere uygunluk	4	

Tablo 10' da otel mimarisi kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorum yer almaktadır. Otel mimarisi kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok bina yapısı hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise engellilere uygunluk olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Teknik Sorunlar E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
TEKNİK SORUNLAR (101)	Isınma	6	
	Aydınlatma	16	"...odanın içi ve dışı ve koridor iyi aydınlatılmamış ve çok loş..."(Y424)
	Klima gürültüsü oda ekipman arızası	65	"..Odalar soğuk, dışı 5-6 derece "Nisan oldu diye kaloriferleri kapattık" diyorlar."(Y444)
	Havalandırma	14	

Tablo 11' de teknik sorunlar kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorumlar yer almaktadır. Teknik sorunlar kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok klima gürültüsü oda ekipman arızası hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise ısınma olduğu görülmektedir.

Tablo 12. Hizmet E-Şikâyet Alt Kategorileri

Kategoriler	Şikâyet Konusu	N	Örnek Yorum
HİZMET (276)	Yemek servisi	8	
	Çocuk hizmeti	1	
	Oda servisi (kişisel bakım)	48	" ...Ama oda, balkon ve çarşafı kirliydi. En kötü banyo, iğrenç.(Y247)
	Odadaki eşyalar	47	
	Oda/banyo temizliği	99	"... sağlık açısından yardımcı olabilecek bir eleman maalesef yok bu otelleri healt sağlık oteli adı altında açıyorlar..."(Y277)
	Asansör	43	
	Sağlık Otopark hizmeti	4	" ...Yataklar rahat değil. Çarşafı korkunçtu, yumuşak değildi. Çok gürültülü otel, koridorlarda konuşan insanları duyabilirsiniz." (Y89)
	Otel gürültüsü	22	

Tablo 12' de hizmet kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerine ilişkin bilgiler ve örnek yorum yer almaktadır. Hizmet kategorisi içinde mevcut olan e-şikâyetlerin alt kategorilerinin sıklığına bakıldığında; otel konuklarının daha çok oda/banyo/tuvalet temizliği hakkında şikâyetçi oldukları görülmektedir. Otel konuklarının en az şikâyetçi oldukları alt kategorinin ise çocuk hizmeti ve sonrasında sağlık, otopark hizmeti olduğu görülmektedir.

Elde edilen bulgular sonucunda termal otel işletmelerinde verilen hizmetin iyi olmadığı belirlenmiştir. Özellikle oda, banyo temizliğine daha çok dikkat edilmesi gerektiği, odalarda bulunan eşyaların yenilenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Odalarda bulunan teknik araç ve gerecin rutin kontrollerinin yapılarak, klima vb. araçların çalışır durumda olduğunun belirlenmesi gelecek şikâyetleri azaltacaktır. Ayrıca yiyecek içecek çeşidi ve kalitesinin artırılması

gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu konuda daha özenli davranılması misafir memnuniyeti açısından önem arz etmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Dünya nüfusunun giderek yaşlanması, sağlıklı olma ve sağlıklı yaşama bilincinin toplumda gelişmesi, insanların sağlıklı yaşlanmak için termal turizm işletmelerinden faydalanmalarına sebep olmuştur. Bu alanda hizmet veren termal otel işletmeleri için de artan rekabet ve sektörde yaşanan gelişmelerle birlikte müşteri memnuniyeti daha önemli bir hale gelmiştir. Müşteri şikayetlerini en aza indirmek, şikayetlere çözüm bulmak ve müşteri sadakatini sağlamak özellikle dikkat edilmesi gereken bir husustur. Sosyal medya da şikayet platformlarında paylaşılan şikâyetler otel işletmeleri açısından önemli bir yere sahiptir. Yapılan şikayetler doğrultusunda otel işletmeleri eksik yönlerini, hizmet hatalarını tespit edebilmektedirler. Termal otel misafirlerinin iyi bir deneyim yaşamasını sağlamak, aldıkları hizmetten memnun ayrılmalarını ve tekrar ziyaret etmelerini destekleyebilmek ancak iyi bir hizmet kalitesi ile olabilmektedir.

Yapılan bu çalışmada farklı kategoriler altında Pamukkale termal otellerinin en çok şikayet aldığı başlıklar belirlenmiştir. En çok şikayet, hizmet kategorisi içerisinde ve yiyecek içecek kategorisinde olmuştur. Kızıldemir vd. 2019, Soruç ve Şengül 2019 çalışmalarında da yiyecek içecek kategorisi en çok şikayet alan konuların başında gelmektedir. Alt şikayet kategorilerinde ise, otel misafirlerinin çoğunluğu oda/banyo temizliğinden, yemek lezzetinden, oda servisi ve odadaki eşyaların eskiliğinden şikayetçilerdir. Otel işletmelerinin personel yetersizliğinden dolayı da şikayet belirtilmiştir. Ayrıca Pamukkale bölgesindeki termal otellerin mimari yapılarının çok eski olması, odaların boyutlarının çok küçük olması, otellerin yenilenmemesi özellikle yabancı misafirlerin otelden almış oldukları hizmetten memnun kalmalarını etkileyen konulardır. Ayrıca misafirler otel yönetiminin her şey dahil sistemde ek ücretlendirme çıkarması ve personelin kaba, saygısız, ilgisiz ve yetersiz olması gibi konularda da şikayet belirmişlerdir. Fiyat konusunda Aylan vd. 2016, çalışmasında da benzer sonuçlar tespit edilmiştir. Ayyıldız ve Baykal, 2020 çalışmasında en çok otel şikayetlerinin personel tutumu ve yemek lezzeti ile ilgili olduğunu tespit etmişler, yine aynı şekilde Pamukkale termal otellerinde de benzer konularda çok şikayet mevcuttur. Havuzlar konusunda genellikle şikayetlerin havuzun bakımı konusunda olduğu tespit edilmiştir. Termal havuz konusunda olumlu yanıtların çoğunlukta olması termal otellerin amacına ulaştığının bir göstergesidir. Chittiprolu vd., (2021), yaptığı çalışmada, memnun olmayan müşteriler, personel tutumu, hizmet başarısızlığı ve yemekle ilgili sorunlar gibi sorunlardan şikayet etmişlerdir. Ortaya çıkan bu sonuç Pamukkale termal otellerinde ortaya çıkan şikayet konularıyla örtüşmekte ve personelin misafire karşı yaklaşımının ve hizmet kalitesinin önemini vurgulamaktadır.

Genel olarak yapılan şikâyet konuları değerlendirildiğinde yapılacak öneriler şu şekilde özetlenebilir:

- Termal otel işletmeleri için binalarını restore etmeleri, ses yalıtımı konusunda gerekli hassasiyeti göstermeleri, binanın dış ve iç görünüşüne gereken önemi vermeleri gerekmektedir.
- Eğer asansörü olmayan otellerin mimari şartları da uygun ise asansör yapılması mevcut şikayetleri azaltacaktır.
- Özellikle en çok şikayet edilen konuların başında gelen oda temizliğine daha çok dikkat edilmelidir.

-Otel işletmelerindeki odalarda bulunan eşyalar günümüz şartlarına uygun olarak değiştirilmeli, eksiklikler mevcut ise tekrar gözden geçirilip eksikliklerin giderilmesi gerekmektedir.

-Odadaki ekipmanlar da sorun varsa odaya henüz misafir odaya yerleştirilmeden tespit edilip, arızanın giderilmesi gerekmektedir.

-Klima gürültüsünden kaynaklı şikâyet sayısını azaltmak için, klimaların zamanında bakımlarının yapılması önemli bir husustur.

- Özellikle personele misafir davranış konusunda eğitimler verilmeli, daha nazik, çözüm odaklı tavır sergilemeleri sağlanmalıdır. Ayrıca yabancı dil konusunda da personelin kendilerini geliştirecekleri eğitimler düzenli olarak verilmelidir.

-Özellikle sağlık turizmi açısından çok önemli olan termal havuzların bakımına, su sıcaklıklarına gerekli özenin gösterilmesi çok önemlidir.

Bu çalışma Pamukkale’de faaliyet gösteren termal otel işletmelerine yönelik olumsuz yorumlar ile sınırlandırılmıştır. Gelecekteki araştırmalarda termal otel işletmelerinden hizmet alan misafirlerin memnuniyeti, beklentileri araştırılıp, farklı destinasyonlarda kıyaslama yapılabilir. Ayrıca farklı ülkelerden gelen yabancı turistlerin kültüre göre beklentileri karşılaştırılabilir. Genellikle termal otel işletmelerinden hizmet alanların orta yaş ve üstü olması başka bir araştırma konusu olabilir, yeni neslin, özellikle Z ve Alfa kuşağının termal otel işletmelerinden beklentileri de belirlenerek, misafir profili genişletilebilir.

KAYNAKÇA

Akan, Y., ve Kaynak, S. (2008). Tüketicilerin Şikâyet Düşüncesini Etkileyen Faktörler. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(02), 1-19.

Arkadaş, A., ve Ayyıldız, T. (2020). Uludağ’da Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İncelenmesi: “TripAdvisor.com” Üzerinden İçerik Analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16 (30), 2633-2658.

Aylan, S, Arpacı, Ö ve Celiloğlu, F. (2016). Bir İnternet Şikâyet Forumundaki Termal Otellere Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 49-68

Au, N., Buhalis, D., and Law, R. (2014). Online complaining behavior in mainland China hotels: The perception of Chinese and non-Chinese customers. *International Journal of Hospitality & Tourism*, 15, 248–274.

Baştürk Y.A., ve Sağlık E. (2020). Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Sivas Sıcak Çermik ve Yozgat Sorgun Kaplıcalarında Bir Uygulama, *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44(1), 38-52.

Barutçugil, İ. (2009). *Müşteri İlişkileri ve Satış Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hiz.LTD.Şti.

Bucak, T. ve Özkaya, E. (2013). Çanakkale İlinin Termal Turizm Potansiyeli, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 7-23.

Çılgınoğlu, H. ve Aytuğar, S. (2021). Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti: Bolu Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 1088-1102.

- Cuma, A., Olcay, A. ve İnce, E. (2021). Termal Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmetin, Müşteri Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi: Kahramanmaraş Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 829-850.
- Chittiprolu, V., Samala, N. and Bellamkonda, R.S. (2021), Heritage hotels and customer experience: a text mining analysis of online reviews, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15 (2), 131-156.
- Heung, V. C., and Lam, T. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283- 289.
- Keleş, A., Kılınç, C., ve Ateş, A. (2016). Türkiye Turizmine Yönelik Yabancı Turizm Operatörlerine Yapılan E-şikayet Konularının İçerik Analizi ve Tur Operatörlerinin Müşteri Yönlendirmesi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8 (15), 211-228.
- Kılıç, B., ve Ok, S. (2012). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikayetleri ve Şikayetlerin Değerlendirilmesi, *Journal of Yasar University*, 25(7), 4189-4202.
- Kızıldemir Ö., İbiş S., ve Çöp S. (2019). Afyonkarahisar'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Yorumların ve E-Şikayetlerin Değerlendirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1315-1324.
- Kozak, M. (2007). Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikayetlerini Bildirme Eğilimleri. Yönetim ve Ekonomi, *Celal Bayar Üniversitesi ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 137-151.
- Larivet, S., and François, B. (2010). Complaints are a firm's best friend. *Journal of Strategic Marketing*, 18(7), 537-551.
- Sağlık Bakanlığı, Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (2021). <http://www.satürk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 6.05.2021).
- Sangpikul, A. (2021). Understanding resort service quality through customer complaints, *Anatolia*, <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1925937>.
- Sangpikul, A. (2019). The analysis of customers' e-complaints and service quality at spa services in Thailand. *e-Review of Tourism Research*, 6(6), 45–62.
- Silvestri, C., Aquilani, B. and Ruggieri, A. (2017). Service quality and customer satisfaction in thermal tourism, *The TQM Journal*, 29 (1), 55-81.
- Siner, G., and Torun, N. (2020). Sağlık Turizminde Termal Turizm ve Spa-Wellness turizmin Yeri ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 48, 517-533.
- Sujithamrak, S., and Terry, L. (2007). Relationship between customer complaint behavior and demographic characteristics: A study of hotel restaurants' patrons. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10 (3), 289-307.
- Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H., ve Coşkun, G. N. (2018). Turistlerin E-şikayet Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Alaçatı Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (1), 68-82.
- Soruç, K. ve Şengül, S. (2019). Dört ve Beş Yıldızlı Kış Otellerinin Yiyecek İçecek Departmanlarına Yönelik E-Şikâyetlerin Analiz, 1st International Winter Tourism Congress (December, Faculty of Tourism Atatürk University, 333-344.
- Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi ve Teşvikleri. *Journal of Life Economics*, 8(1), 1-10.
- Tuncer O., Menekay M., and Savaşan A. (2020). Perspectives of Customers Staying in Thermal Tourism Operations for Thermal Tourism Satisfactions, *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 29 (5), 1370-1381.

Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüęü (2021). Sağlık Turizmi Nedir? <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23587/saglik-turizmi-nedir.html> (Erişim Tarihi: 3.05.2021).

We Are Social, (2021), Global Digital Report, <https://wearesocial.com/global-digital-report>. (Erişim Tarihi: 1.05.2021).

Yazıcı Ayyıldız, A. 2020. Sosyal Medyanın Pazarlama Aracı Olarak Otel İşletmelerinde Kullanımı: Afyonkarahisar Termal Otelleri Üzerine Bir Araştırma, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(3), 1486-1503

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.

Yüce, M. Y. ve Tosun, P. (2017). Kargo Hizmetlerine İlişkin Müşteri Şikâyetleri: İçerik Analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9 (3), 177-196.