JOURNAL OF TOURISM AND GASTRONOMY STUDIES

ISSN: 2147 – 8775

Journal homepage: www.jotags.net

Kars'ta Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinin Tripadvısor Yorumlarına Yönelik Nitel Bir Analiz (A Qualitative Analysis of Tripadvisor Reviews of Hotels Operating in Kars)

*** Neşe SALİK ATA** [a]

[a] Kafkas University, Atatürk Vocational School of Health Services, Department of Medical Documentation and Secretarial Studies, Kars/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 08.12.2025

Kabul Tarihi: 04.06.2026

Anahtar Kelimeler

Kars

Konaklama işletmeleri

TripAdvisor

Çevrim içi yorumlar

Müşteri şikâyetleri

Nitel içerik analizi

Hizmet kalitesi

Öz

Bu araştırmada, Kars ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik TripAdvisor platformunda paylaşılan olumsuz yorumlar nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın amacı, konukların çevrim içi deneyimlerinden elde edilen şikâyet türlerini belirlemek, bu şikâyetleri tematik bir yapı altında sınıflandırmak ve bölgedeki konaklama işletmelerine hizmet kalitesinin iyileştirilmesine yönelik bir farkındalık kazandırmaktır. Araştırmanın örneklemini TripAdvisor'da yer alan ve hakkında kullanıcı görüşü bulunan 14 konaklama işletmesi oluşturmaktadır. İncelenen toplam 1372 yorumun 268'inin şikâyet niteliği taşıdığı belirlenmiştir. MAXQDA 2024 programı aracılığıyla gerçekleştirilen kodlama süreci sonucunda 12 ana tema ve 53 alt tema altında toplanan toplam 1011 şikâyet kodu elde edilmiştir. Bulgular, şikâyetlerin özellikle oda özellikleri ve konfor, temizlik ve hijyen, kahvaltı kalitesi ve çeşitliliği, personel tutumu ve hizmet kalitesi ile rezervasyon-yönetim süreçlerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Araştırma sonuçları, konaklama işletmelerinin bu alanlarda yapacağı iyileştirmelerin müşteri memnuniyetini artırmada ve destinasyon imajını güçlendirmede kritik bir role sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Keywords

Kars

Accommodation businesses

TripAdvisor

Online reviews

Customer complaints

Qualitative content analysis

Service quality

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

This study examines the negative reviews shared on the TripAdvisor platform regarding accommodation establishments operating in the province of Kars, Türkiye, using a qualitative content analysis method. The primary aim of the research is to identify the types of complaints derived from guests' online experiences, categorize them within a thematic structure, and raise awareness among local accommodation establishments regarding areas in need of service improvement. The sample of the study consists of 14 accommodation businesses listed on TripAdvisor and reviewed by users. A total of 1,372 comments were analyzed, 268 of which were identified as complaints. Through coding conducted with the MAXQDA 2024 software, 1,011 complaint codes were obtained under 12 main themes and 53 sub-themes. The findings reveal that complaints predominantly focus on room features and comfort, cleanliness and hygiene, breakfast quality and variety, staff attitude and service quality, and reservation-management issues. The results emphasize that improvements in these frequently criticized areas hold critical importance for enhancing customer satisfaction and strengthening the overall image of the destination.

** Sorumlu Yazar*
E-posta: nesesalik@hotmail.com (N. Salik Ata)

DOI: 10.63556/jotags.2026.1853

GİRİŞ

Günümüzde bireyler seyahat planlamalarını yaparken öncelikle gitmeyi planladıkları destinasyonlara ilişkin çevrim içi bilgi kaynaklarına yönelmektedir. Çevirim içi ortamda yer alan bu bilgiler; destinasyonun doğal ve kültürel çekicilikleri, ulaşım ve erişilebilirlik düzeyi, konaklama işletmelerinin nitelikleri, yiyecek-içecek hizmetleri, eğlence olanakları, yerel halkın turistlere yönelik tutumu, alışveriş imkânları ve kamu hizmetleri gibi birçok kategori altında sınıflandırılabilmektedir (Emir, 2007; Jian-Wu vd., 2020).

Bu çalışma kapsamında Kars ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri destinasyonun temel bileşenlerinden biri olarak bütüncül bir yaklaşımla ele alınmıştır. TripAdvisor, günümüzde turistlerin deneyimlerini en yoğun şekilde paylaştıkları platformlardan biri olduğundan, Kars şehir merkezindeki otellere yönelik olumsuz yorumlar bu araştırmanın veri temelini oluşturmuştur. İnceleme sonucunda işletmelerin eksik yönlerini belirleyerek iyileştirmeye yönelik öneriler geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Çevrim içi kullanıcı yorumları, turistlerin yaşadıkları deneyimlerin ardından hissettikleri memnuniyet ya da memnuniyetsizliği doğrudan yansıtmaları nedeniyle turizm araştırmalarında önemli bir veri kaynağıdır (Banerjee ve Chua, 2016). Erişiminin kolay olması sayesinde bu yorumlar, ziyaretçilerin duygu, düşünce ve değerlendirmelerini aracısız bir biçimde ortaya koymakta; bu yönüyle işletmeler açısından değerli bir geri bildirim mekanizması sunmaktadır (Taecharungroj ve Mathayomchan, 2019).

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte destinasyon seçiminde bireysel karar verme süreçleri büyük ölçüde dönüşmüştür. Geleneksel bilgi kaynaklarının etkisi azalırken, kullanıcıların deneyimlerine dayanan çevrim içi yorumlar karar alma sürecinin temel belirleyicilerinden biri hâline gelmiştir. Bu durum, destinasyonların rekabet gücünün yalnızca fiziksel çekiciliklerle değil, aynı zamanda dijital ortamlarda oluşan algı ve itibarla da şekillendiğini göstermektedir. Bu bağlamda turistlerin olumsuz deneyimlerini açık platformlarda paylaşmaları işletmeler için hem risk hem de fırsat niteliği taşımaktadır. Risk, olumsuz imajın hızla yayılma potansiyelinden; fırsat ise bu geri bildirimlerin hizmet kalitesini geliştirecek somut verilere dönüşebilmesinden kaynaklanmaktadır.

Literatürde çevrim içi yorumların özellikle konaklama sektörü bağlamında yoğun biçimde ele alındığı görülmektedir. Schuckert vd. (2015) tarafından yapılan değerlendirmede, 2004–2013 yılları arasında yayımlanan 50 akademik çalışmanın 30'unun otel işletmelerine odaklandığının belirlenmesi, çevrim içi kullanıcı yorumlarının sektör açısından stratejik önemini açıkça ortaya koymaktadır.

TripAdvisor yorumlarının destinasyon ve işletme imajını olumlu veya olumsuz etkileyebilmesi (Banerjee ve Chua, 2016), olumsuz geri bildirimlerin sistematik olarak analiz edilmesini gerekli hâle getirmektedir. Bu nedenle çalışmada yalnızca şikâyet niteliği taşıyan yorumlar incelenmiş; müşteri memnuniyetsizliğine yol açan unsurların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu unsurlar, işletmelerin geliştirmeye açık yönlerinin belirlenmesine olanak sağlayan önemli göstergeler olarak değerlendirilmektedir (Roozen ve Raedts, 2018).

Son yıllarda Kars'ın kış, kültür ve gastronomi turizmi alanlarında öne çıkması, konaklama işletmelerinin sunduğu hizmet kalitesini daha görünür hâle getirmiştir. Artan turist talebi, işletmelerin deneyim yönetimi ve müşteri memnuniyeti konularına daha fazla özen göstermesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle Kars'a yönelik çevrim içi yorumların incelenmesi; destinasyonun marka değerinin sürdürülebilirliği, hizmet kalitesinin artırılması ve bölgedeki otellerin rekabet gücünün güçlendirilmesi açısından stratejik öneme sahiptir.

Kavramsal Çerçeve

Çevrim İçi Yorumlar ve Turizmde Önemi

Çevrim içi yorumlar; ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimleri, duygularını, memnuniyet ya da hoşnutsuzluklarını ifade ettikleri önemli geri bildirim araçlarıdır. Yorumlar, kullanıcıların deneyimlerini diğer turistlerle paylaşmasına olanak tanıdığı gibi işletmelerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri için de önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır (Banerjee ve Chua, 2016; Taecharungroj ve Mathayomchan, 2019).

TripAdvisor bu kapsamda turizm sektöründe en çok kullanılan platformlardan biri olup; destinasyonlar, konaklama işletmeleri, restoranlar, havayolu şirketleri ve diğer turizm bileşenlerine ilişkin kullanıcı deneyimlerinin paylaşıldığı geniş bir bilgi ağı sunmaktadır (TripAdvisor, 2013).

Çevrim içi yorumların etkisini artıran bir diğer unsur, tüketici davranışlarında sosyal kanıt (social proof) mekanizmasının giderek daha belirleyici hâle gelmesidir. Turistler, bir destinasyona ilişkin bilgileri yalnızca tanıtım materyallerinden değil, daha çok kendileriyle benzer deneyimlere sahip kullanıcıların yorumlarından elde etmektedir. Bu durum, profesyonel tanıtım kampanyalarının etkisini nispeten azaltırken, kullanıcı yorumlarının güvenilirliğini artırmaktadır. Dolayısıyla çevrim içi platformlarda oluşan toplu algı, bir destinasyonun tercih edilebilirliğini doğrudan şekillendirmektedir.

Şikâyet Kavramı

Türk Dil Kurumu (TDK) şikâyeti hoşnutsuzluk belirtilen söz veya yazı; sızlanma, yakınma şeklinde tanımlamaktadır (www.tdk.gov.tr). Bu tanımdan hareketle şikâyetin, bireyin içinde bulunduğu durum veya yaşadığı deneyime ilişkin beklentileri ile algıları arasındaki olumsuz farkın sonucu olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Nitekim beklenti–algı uyumsuzluğu, şikâyetin temel belirleyicisidir (Proserpio ve Zervas, 2017).

Her ne kadar şikâyet olumsuz bir durum gibi görünse de otel işletmeleri açısından oldukça değerlidir. Çünkü şikâyetler; hizmet hatalarının tespit edilmesi, hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve müşteri memnuniyetinin artırılması için önemli bir geri bildirim mekanizmasıdır (Kılıç ve Ok, 2012).

Modern hizmet işletmeciliğinde şikâyetler artık bir tehditten çok, iyileştirme ve yenilik geliştirme fırsatı olarak değerlendirilmektedir. Şikâyetlerin sistematik biçimde analiz edilmesi, işletmenin hizmet süreçlerinden personel davranışlarına kadar pek çok alanda fark yaratmasını sağlar. Ayrıca memnuniyetsizliğin zamanında doğru yöntemlerle ele alınması, olumsuz deneyim yaşayan müşterilerin dahi işletmeye bağlılık gösterebilmesine imkân tanır. Bu açıdan şikâyet yönetimi, rekabet üstünlüğü yaratabilen stratejik bir fonksiyon hâline gelmiştir.

Müşteri Beklentileri ve Konaklama Hizmetleri

Konaklama işletmelerine gelen müşteriler belirli beklentilere sahiptir. Bu beklentiler; önceki misafir yorumları, otelin tanıtım faaliyetleri, aracılık eden seyahat acentelerinin sunduğu bilgiler, fiyata ilişkin algılar ve müşterinin zihnindeki marka konumlandırması gibi unsurlardan etkilenmektedir (Ariffin ve Maggzi, 2012; Andres-Martinez vd., 2014).

Müşteri beklentileri karşılanmadığında ya da algılanan hizmet düzeyi beklentilerin gerisinde kaldığında şikâyetler ortaya çıkmaktadır. Otel işletmelerinde sık karşılaşılan şikâyet türleri; ürün hataları, politika hataları, rezervasyon

aksaklıkları, çalışan davranışlarıyla ilgili sorunlar, yavaş veya eksik hizmet sunumu, stok yetersizliği, yanlış fiyatlandırma ve bilgilendirme eksiklikleri şeklinde sıralanmaktadır (Yüksel ve Kılınç, 2003).

Konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sürdürülebilirliği, büyük ölçüde beklentilerin doğru yönetilmesine bağlıdır. Günümüzde beklentileri artıran en önemli unsurlardan biri çevrim içi tanıtım materyalleri ve kullanıcı paylaşımlarıdır. Dolayısıyla otellerin sundukları hizmet ile dijital ortamlarda oluşturdukları imaj arasında tutarlılık bulunması büyük önem taşır. Aksi hâlde yanıltıcı beklenti problemi ortaya çıkmakta ve bu durum olumsuz yorumların yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda işletmelerin hem fiziksel hem dijital hizmet performansını dengede tutmaları gerekmektedir.

Yöntem

Bu araştırmada, Kars ilindeki konaklama işletmelerine yönelik çevrim içi şikâyetlerin belirlenmesi amacıyla nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, geniş hacimli metinleri sistematik biçimde kodlayarak anlamlı temalar altında toplamayı amaçlayan analitik bir tekniktir (Stemler, 2000). Araştırma kapsamında kullanılan veriler, çevrim içi seyahat değerlendirme platformu olan TripAdvisor üzerinden elde edilmiştir.

Çalışmanın amacı; kullanıcı yorumlarından hareketle Kars'taki konaklama işletmelerinde yaşanan şikâyet türlerini tespit etmek ve bu sorunların işletme yöneticilerine yol gösterici bir çerçeve sunmasını sağlamaktır. Araştırmanın evrenini, Kars ilinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor'da kayıtlı konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi ise TripAdvisor platformunda yer alan düşük puanlı (1, 2 ve 3 puan) kullanıcı değerlendirmelerinde şikâyet unsuru içerdiği belirlenen konaklama işletmeleri esas alınarak oluşturulmuştur. Bu doğrultuda şikâyet içerikli kullanıcı yorumuna sahip 14 konaklama işletmesi analiz kapsamına alınmıştır.

TripAdvisor'daki veriler 25–30 Kasım 2025 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma kapsamında işletmelerin TripAdvisor platformunda ilk paylaşılan yorumlarından veri toplama tarihine kadar yer alan 1 (berbat), 2 (kötü) ve 3 (ortalama) puanlı kullanıcı yorumları incelemeye dahil edilmiştir. Bu doğrultuda düşük puanlı değerlendirmeler temel alınarak kullanıcı şikâyetleri analiz edilmiştir. İnceleme sürecinde toplam 1372 kullanıcı yorumu değerlendirilmiş ve şikâyet unsuru içerdiği belirlenen 268 yorum analiz kapsamına alınmıştır. Yorumlar farklı dillerden oluştuğu için tümü özgün hâline sadık kalınarak analiz edilmiştir.

Olumsuz nitelikteki 268 yorum, MAXQDA 2024 yazılımı kullanılarak kodlanmıştır. Tek bir yorumda birden fazla sorun alanı bulunabildiğinden toplam 1011 şikâyet kodu elde edilmiştir. Kodlama süreci, literatürde yer alan tematik sınıflandırmalardan yararlanılarak yürütülmüş; bununla birlikte veri setinin özellikleri doğrultusunda yeni alt temalar da geliştirilmiştir. Bu yönüyle araştırmada hem tümdengelimsel hem de tümevarımsal kodlama yaklaşımı birlikte kullanılmıştır.

Araştırmanın güvenirliğini artırmak amacıyla kodlama süreci belirli zaman aralıklarıyla tekrar gözden geçirilmiş ve kodlamalar arasında tutarlılık sağlanmaya çalışılmıştır. Kodlama sürecinde oluşturulan tema ve alt temalar ilgili literatürde yer alan benzer çalışmalar doğrultusunda yeniden değerlendirilerek analiz sürecinin sistematik biçimde yürütülmesi amaçlanmıştır. Ayrıca analiz sürecinde MAXQDA 2024 yazılımından yararlanılarak kodlama işlemleri düzenli ve sistematik şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın geçerliliğini güçlendirmek amacıyla ise elde edilen bulgular literatürde yer alan benzer çalışmalarla karşılaştırılarak yorumlanmıştır. Kodlama süreci sonunda veriler ana

temalar ve alt temalar hâlinde sınıflandırılarak Kars'taki konaklama işletmelerine yönelik şikâyetler sistematik ve bütüncül biçimde analiz edilmiştir.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma verileri yalnızca TripAdvisor platformunda yer alan kullanıcı yorumları ile sınırlandırılmış olup analiz sürecinde sadece düşük puanlı (1, 2 ve 3 puan) değerlendirmeler dikkate alınmıştır. Bu durum, yüksek puanlı yorumlarda yer alabilecek olası şikâyet unsurlarının araştırma kapsamı dışında kalmasına neden olmuştur. Ayrıca araştırmanın yalnızca Kars ilindeki konaklama işletmelerini kapsaması nedeniyle elde edilen bulguların farklı destinasyonlara genellenmesi sınırlılık taşımaktadır.

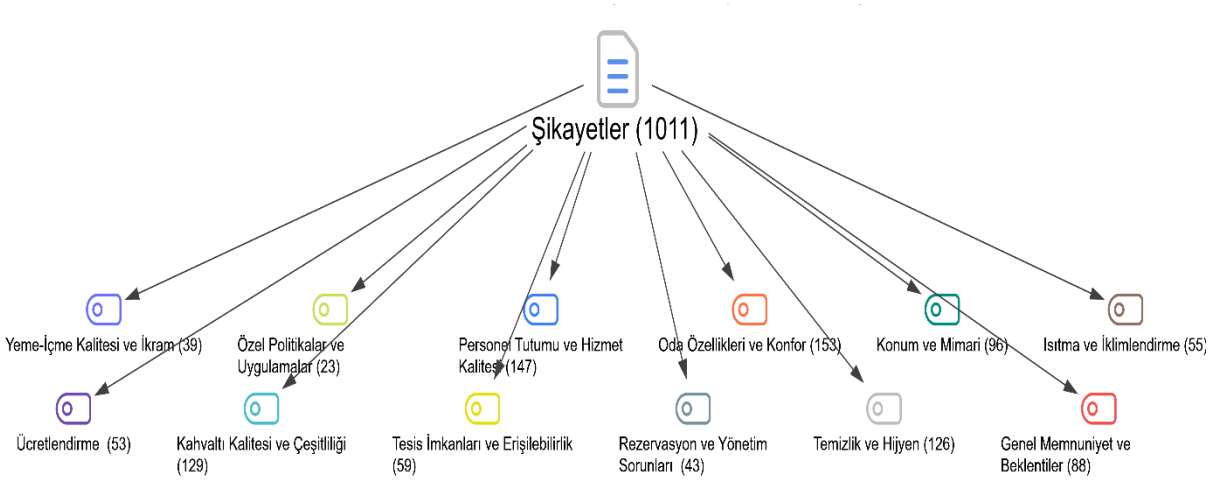
Bulgular

Araştırmada, Kars'ta faaliyet gösteren 14 konaklama işletmesine ilişkin TripAdvisor'da yayımlanmış olumsuz kullanıcı yorumları analiz edilmiştir. İncelemeye alınan 1372 yorumun arasından 268'i şikâyet niteliği taşıdığı için çalışmaya dâhil edilmiştir.

İçerik analizi sonucunda yorumlar anlamlı parçalara ayrılmış, benzer özellikler taşıyan ifadeler bir araya getirilerek 12 ana tema ve 53 alt tema oluşturulmuştur. Bu temalar;

- Isıtma ve iklimlendirme,
- Kahvaltı kalitesi ve çeşitliliği,
- Konum ve mimari,
- Oda özellikleri ve konfor,
- Personel tutumu ve hizmet kalitesi,
- Rezervasyon ve yönetim sorunları,
- Temizlik ve hijyen,
- Tesis imkânları ve erişilebilirlik,
- Yeme-içme kalitesi ve ikram,
- Özel politikalar ve uygulamalar,
- Ücretlendirme,
- Genel memnuniyet ve beklentiler başlıkları altında toplanmıştır.

MAXQDA 2024 ile yürütülen kodlama sürecinde, 268 yorumdan toplam 1011 şikâyet kodu elde edilmiştir. Bu durum, birçok yorumun birden fazla problem alanını aynı anda içermesinden kaynaklanmaktadır. Kodlama sonucunda kullanılan toplam tema sayısı 65'tir (12 ana tema + 53 alt tema). Bu yapı, kullanıcı deneyimlerine ilişkin şikâyetlerin çok yönlü ve detaylı bir yaklaşımla sınıflandırıldığını göstermektedir (Şekil 1).



Şekil 1. Kars İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri Hakkında Yapılan Şikâyetlerin Kod Şeması

Şekil 1'de, Kars İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri hakkında yapılan şikâyet içerikli yorumlara ilişkin kod şeması yer almaktadır. Kod şeması, Tripadvisor sitesinden elde edilen şikâyet içerikli yorumların kodlanması ile oluşturulmuştur. Şema, 12 ana tema ve bu 12 ana tema altında yer alan 53 alt başlıktan oluşmaktadır. Çalışma kapsamında 268 adet yorum incelenmiştir. Ancak kullanıcılar, bir yorumda birden fazla konu hakkında şikâyet ettiklerinden dolayı 1011 adet şikâyet kodu oluşmuştur. Kars İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmeleri hakkında yapılan şikâyet içerikli yorumların sınıflandırılmasına ait bilgiler Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Kars İlinde Yer Alan Oteller Hakkında Yapılan Şikâyet İçerikli Yorumların Sınıflandırılması

Tema / Alt Tema	Ana Tema Frekansı	Ana Tema (%)	Alt Tema Frekansı	Alt Tema Yüzde
1. Isıtma ve İklimlendirme	**55**	**5,44**		
Oda Sıcaklığı			30	2,97
Sıcak Su ve Banyolar			10	0,99
Klima ve Havalandırma			8	0,79
Genel Memnuniyet / Deneyim			7	0,69
2. Kahvaltı Kalitesi ve Çeşitliliği	**129**	**12,76**		
Genel Memnuniyet			14	1,38
Sıcak Ürün Durumu			13	1,29
Sunum ve Servis			14	1,38
Mekânsal Deneyim			8	0,79
Ürün Kalitesi / Tazelik			34	3,36
Ürün Çeşitliliği			46	4,55
3. Konum ve Mimari	**96**	**9,50**		
Merkezi Konum / Ulaşım			40	3,96
Tarihi / Turistik Yakınlık			28	2,77
Doğa / Manzara			20	1,98
Konum Sorunu / Olumsuz İzlenimler			8	0,79

Tablo 1. Kars İlinde Yer Alan Oteller Hakkında Yapılan Şikâyet İçerikli Yorumların Sınıflandırılması (devamı)

4. Oda Özellikleri ve Konfor	**153**	**15,13**		
Oda Büyüklüğü			30	2,97
Banyo Sorunları			44	4,35
Mobilya ve Donanım Eksiklikleri			27	2,67
Isıtma ve Havalandırma Problemleri			16	1,58
Gürültü ve Ses Yalıtımı Eksikliği			20	1,98
Konfor			16	1,58
5. Personel Tutumu ve Hizmet Kalitesi	**147**	**14,54**		
Sağlıklı İletişim			36	3,56
Problem Çözme Becerisi			26	2,57
Karşılama ve İlgi			24	2,37
Profesyonellik ve Yabancı Dil			20	1,98
Personelin Yardımseverliği			21	2,08
Hizmet Kalitesi			20	1,98
6. Rezervasyon ve Yönetim Sorunları	**43**	**4,25**		
Resepsiyon ve Karşılama Sorunları			5	0,49
Rezervasyon Problemleri ve Yanlış Bilgilendirme			16	1,58
Yönetim ve Çalışan Tutumu			17	1,68
Negatif Deneyimler			5	0,49
7. Temizlik ve Hijyen	**126**	**12,46**		
Oda Temizliği			80	7,92
Havuz ve Ortak Alan Temizliği			12	1,19
Hijyen ve Malzeme Kalitesi			20	1,98
Temizlik Personeli ve Hizmet			14	1,38
8. Tesis İmkanları ve Erişilebilirlik	**59**	**5,84**		
İnternet Bağlantısı			9	0,89
Asansör ve Ulaşım			9	0,89
Erişebilirlik			20	1,98
Çevre ve Sosyal İmkanlar			21	2,08
9. Yeme-İçme Kalitesi ve İkram	**39**	**3,86**		
Akşam Yemeği Lezzeti ve Çeşitliliği			17	1,68
İkram ve Servis Hizmeti			10	0,99
Yemek Sunum ve Ortam			12	1,19
10. Özel Politikalar ve Uygulamalar	**23**	**2,27**		
Rezervasyon ve Kabul Politikaları			7	0,69
Yönetim Davranışı ve Misafir Ayrımcılığı			5	0,49
Fiziksel Güvenlik ve Oda Güvenliği			4	0,40
Hijyen ve Covid Uygulamaları			2	0,20
Operasyonel Eksiklikler ve Tesis Yönetimi			5	0,49
11. Ücretlendirme	**53**	**5,24**		
Fiyat-Performans Dengesi			32	3,17
Kampanya ve İndirimler			7	0,69
Ekstra Ücretler			8	0,79
Fiyat Şeffaflığı			6	0,59

Tablo 1. Kars İlinde Yer Alan Oteller Hakkında Yapılan Şikâyet İçerikli Yorumların Sınıflandırılması (devamı)

12. Genel Memnuniyet ve Beklentiler	**88**	**8,70**		
Beklenti Karşılanması / Hayal Kırıklığı			40	3,96
Memnuniyetsizlik / Negatif Deneyim			28	2,77
Tekrar Tercih / Tavsiye Durumu			20	1,98
TOPLAM	**1011**	**100,00**	**1011**	**100,00**

Analiz edilen verilere göre, incelenen otel yorumları 12 ana tema ve 53 alt tema altında sınıflandırılmıştır. Ana temalar, konaklama deneyiminin farklı yönlerini kapsamakta olup şunlardır: Isıtma ve İklimlendirme, Kahvaltı Kalitesi ve Çeşitliliği, Konum ve Mimari, Oda Özellikleri ve Konfor, Personel Tutumu ve Hizmet Kalitesi, Rezervasyon ve Yönetim Sorunları, Temizlik ve Hijyen, Tesis İmkanları ve Erişilebilirlik, Yeme-İçme Kalitesi ve İkram, Özel Politikalar ve Uygulamalar, Ücretlendirme ve Genel Memnuniyet ile Beklentiler.

Bu ana temalar, daha detaylı bir analiz yapılabilmesi için alt temalara ayrılmıştır. Örneğin, Isıtma ve İklimlendirme ana teması 4 alt tema içerirken, Kahvaltı Kalitesi ve Çeşitliliği 6 alt tema ile değerlendirilmiştir. Konum ve Mimari ve Rezervasyon ve Yönetim Sorunları 4'er alt temaya sahipken, Oda Özellikleri ve Konfor ve Personel Tutumu ve Hizmet Kalitesi 6'şar alt temayı kapsamaktadır. Temizlik ve Hijyen ile Tesis İmkanları ve Erişilebilirlik 4'er alt temadan oluşurken, Yeme-İçme Kalitesi ve İkram 3, Özel Politikalar ve Uygulamalar 5, Ücretlendirme 4 ve Genel Memnuniyet ve Beklentiler 3 alt temayı içermektedir. Toplamda, bu sınıflandırmada 12 ana tema ve 53 alt tema yer almaktadır. Isıtma ve iklimlendirme temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Isıtma ve İklimlendirme Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Oda Sıcaklığı (30, %54,5)	7: Kaloriferi akşam yakıyorlar ama çok düşük yandığı için oda buz gibi. 36: Oda da ekstra ısıtıcı olmasına rağmen hiç ısınamadık. 64: Dışarıda hava -14 derece, odalarda merkezi ısıtma var ancak oda ısınmıyor. 98: Oda yeterince sıcak değildi. 143: Kış olmasına rağmen odalar soğuktu. 201: Üç gece kaldık, tam olarak ısınamadık.
Sıcak Su ve Banyolar (10, %18,2)	79: Saat 19:00'da otele girdik, 21:00'de hâlâ sıcak su yoktu. 117: Sıcak su vardı ama yetersizdi. 217: Sabah duş almak istedim fakat sıcak su akmıyordu. 254: Banyoda sıcak su akmıyor, su çok az tazyikle geliyor. 253: Sıcak su bazen aşırı kaynar bazen buz gibi oluyor.
Klima ve Havalandırma (8, %14,5)	97: Odaların klimaları çalışmıyor, üşüyorsunuz. 134: Klimasız odada cam açmak zorunda kaldık ancak cadde gürültüsü çok fazlaydı. 219: Havalandırma yetersiz, yazın bunaltıcı. 266: Odamızda balkon penceresi tam kapanmadığı için içeri soğuk hava giriyordu.
Genel Memnuniyet / Deneyim (7, %12,8)	12: Ortam yeterince sıcak ve konforlu değildi. 75: Otel aşırı sıcak olduğu için rahatsız ediciydi. 205: Odalar ve ortak alanlar yeterince konforlu değildi. 226: Otel, Kars iklimine uygun ısı konforunu sağlayamıyordu. 243: Geceleri odalar soğuk olduğu için uyumakta zorlandık.

Tablo 2 incelendiğinde, konaklama deneyimine ilişkin şikayetlerin büyük ölçüde oda sıcaklığı üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (%54,5). Katılımcılar, özellikle kış koşullarında odaların yeterince ısınmadığını, merkezi ısıtma sisteminin yetersiz kaldığını ve ısı dengesinin sağlanamadığını ifade etmiştir. Bunun yanında bazı kullanıcılar odaların aşırı sıcak olmasından da şikâyet etmiştir.

Diğer şikayetler sıcak su ve banyolar (%18,2), klima ve havalandırma (%14,5) ile genel memnuniyet/deneyim (%12,8) başlıkları altında toplanmıştır. Özellikle sıcak suyun düzensiz olması, düşük tazyik problemi ve havalandırma sistemlerinin yetersizliği kullanıcı konforunu olumsuz etkilemiştir. Bu durumun genel müşteri

memnuniyetini düşürdüğü ve konaklama deneyimini olumsuz yönde etkilediği anlaşılmaktadır. Kahvaltı kalitesi ve çeşitliliği temasına ilişkin müşteri şikayetleri ise Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Kahvaltı Kalitesi ve Çeşitliliği Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Ürün Çeşitliliği (46, %35)	24: Çeşit yetersizdi. 25: Orta seviyenin altındaydı, yöresel ürünler yeterli değildi. 87: Beklenen çeşit yoktu. 108: Çeşit yetersizdi. 128: Vasatın altındaydı. 131: Peynir ve reçel çeşitleri yetersizdi. 144: Çeşitli görünse de kalite düşüktü. 195: Yöresel çeşitler yetersizdi. 197: Peynirler yeterli değildi. Yöresel ürünler yetersizdi.
Ürün Kalitesi / Tazelik (34, %24)	94: Peynirler kalitesizdi. 139: Çeşit olsa da kalite düşüktü. 144: Kalite düşüktü. 177: Yetersiz ve bayattı. 180: Ortalama altındaydı. 186: Çeşit fazla olsa da kalite düşüktü. 196: Kalitesiz ve az çeşitliydi. 207: Çok çeşit olmasına rağmen lezzetsiz ve bayattı. 208: Malzeme kalitesi düşüktü.
Genel Memnuniyet (14, %10)	4: Personel, oda ve kahvaltı beklentinin altındaydı. 26: Kahvaltı beklentiyi karşılamadı. 95: Kahvaltı beklentiyi karşılamadı. 134: Kahvaltı dahil olmasına rağmen yetersizdi. 135: Kahvaltı idare eder seviyenin altındaydı. 136: Konum iyi olsa da kahvaltı yetersizdi. 178: Kahvaltı beklentinin altındaydı.
Sunum ve Servis (14, %10)	31: Sunum standartların altındaydı. 38: Lezzetsiz ve yetersizdi. 47: Açık büfe kötüydü. 48: Kahvaltı yetersizdi, ara sıcak yoktu. 59: Servis yetersizdi. 63: Kahvaltı yok denecek kadar azdı. 182: Görseller ile gerçek arasında fark vardı. 243: Sunum genel olarak yetersizdi. 254: Salonda hizmet yetersizdi.
Sıcak Ürün Durumu (13, %10)	13: Sıcak kahvaltı seçenekleri yoktu. 17: Peynir dışında kahvaltı eksikti. 18: Kahvaltı çok kötüydü. 20: Sıcak seçenekler eksikti. 84: Kahvaltı organizasyonu yetersizdi. 262: Kahvaltı çok kötüydü, hazır tabakta sunuluyordu. 266: Salam ve diğer gıdalar yetersizdi.
Mekânsal Deneyim (8, %6)	81: Tarihi yerler manzarası yeterli değildi. 87: Kars Kalesi karşısında olmasına rağmen ortam beklentinin altındaydı. 89: Kat konumu olmasına rağmen manzara yetersizdi. 102: Odanın manzarası iyi değildi. 192: Merkezi konum avantajına rağmen genel deneyim zayıftı.

Tablo 3'te görüldüğü üzere Tripadvisor'daki müşteri şikayetlerinin büyük ölçüde kahvaltı hizmetine yönelik olduğu görülmektedir. Şikayetler özellikle ürün çeşitliliği (%35) ve ürün kalitesi/tazelik (%24) üzerinde yoğunlaşmıştır. Müşteriler, kahvaltı seçeneklerinin sınırlı olduğunu, yöresel ürünlerin yetersiz kaldığını ve sunulan ürünlerin kalite ile tazelik açısından beklentileri karşılamadığını ifade etmiştir.

Bunun yanında şikayetler; genel memnuniyet (%10), sunum ve servis (%10), sıcak ürün durumu (%10) ve mekânsal deneyim (%6) başlıkları altında toplanmıştır. Servis kalitesi ve sıcak ürün seçeneklerindeki eksikliklerin müşteri deneyimini olumsuz etkilediği görülmektedir. Ayrıca bazı müşteriler, otelin konum avantajına rağmen genel atmosfer ve manzara deneyiminin beklentilerin altında kaldığını belirtmiştir. Konum ve mimari temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Konum ve Mimari Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Merkezi Konum / Ulaşım (40, %41,7)	58: Şehir merkezinde olmasına rağmen ulaşım ve erişim sorunluydu. 59: Ana cadde üzerinde olmasına rağmen konum avantaj sağlamıyordu. 69: Merkezi olmasına rağmen beklentileri karşılamadı. 74: Merkezde bulunmasına rağmen ulaşım kolay değildi. 75: Tam merkezde olmasına rağmen konum yetersizdi.
Tarihi / Turistik Yakınlık (28, %29,2)	8: Kars Kalesi ve çevresine yakın olmasına rağmen konum beklentiyi karşılamadı. 16: Tarihi alanların bakımsız olması ve çevre düzenlemesinin yetersizliği olumsuz etki yarattı. 88: Kale manzarasına rağmen çevredeki tahrip olmuş duvarlar dikkat çekiyordu. 95: Tarihi yapıların bakımsız ve zarar görmüş olması hayal kırıklığı yarattı.

Tablo 4. Konum ve Mimari Temasına İlişkin Şikayetler (devamı)

Doğa / Manzara (20, %20,8)	4: Kars Çayı kenarında olmasına rağmen kötü koku rahatsız ediciydi. 24: Arpaçay kenarındaki manzaraya rağmen çevre düzeni yetersizdi. 30: Konumu güzel olmasına rağmen çevrede yapılan çalışmalar görüntüyü bozuyordu. 101: Terastan kale görünmesi beklenirken iş makineleri nedeniyle manzara kapanmıştı.
Konum Sorunu / Olumsuz İzlenimler (8, %8,3)	9: Kalenin dibinde olmasına rağmen merkezden uzak olması ve dere kokusu rahatsız ediciydi. 15: Konumu iyi olmasına rağmen işletme yetersizdi. 93: Konumu iyi olmasına rağmen beklentiyi karşılamadı. 213: Konumu vasat bulundu. 220: Çok merkezi olmaması nedeniyle ulaşım açısından yeterli görülmedi.

Tablo 4 incelendiğinde, Tripadvisor'daki müşteri şikayetlerinin ağırlıklı olarak merkezi konum ve ulaşım (%41,7) ile tarihi/turistik yakınlık (%29,2) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Müşteriler, otelin şehir merkezinde ve turistik alanlara yakın konumda bulunmasına rağmen ulaşım kolaylığı, erişim ve çevre düzenlemesi açısından beklentilerin karşılanmadığını ifade etmiştir. Özellikle tarihi yapıların bakımsız olması, çevredeki tahribat ve yönlendirme eksiklikleri olumsuz deneyim unsurları olarak öne çıkmıştır.

Şikayetlerin diğer bir kısmı doğa/manzara (%20,8) ve genel konum sorunları (%8,3) ile ilişkilidir. Kars Çayı çevresindeki kötü koku, çevre düzenlemesindeki eksiklikler ve manzarayı olumsuz etkileyen çalışmalar müşteri memnuniyetini düşürmüştür. Ayrıca bazı kullanıcılar, konum avantajına rağmen işletme hizmetlerinin yetersiz kaldığını ve genel deneyimin beklentileri karşılamadığını belirtmiştir. Oda özellikleri ve konfor temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Oda Özellikleri ve Konfor Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Banyo Sorunları (44, %28,8)	14: Banyodan gelen kötü koku rahatsız ediciydi. 38: Banyo çok dar olduğu için duş almak neredeyse imkânsızdı. 50: Odalar soğuk, banyolar ise yetersizdi. 97: Banyoda sıcak su akmıyor ve mahremiyet sorunu yaşanıyordu. 117: Banyoda duş perdesi yoktu. 131: Duş ve banyo ekipmanlarının yenilenmesi gerekiyordu.
Oda Büyüklüğü (30, %19,6)	9: Tarihi yapı olmasına rağmen odalar oldukça küçüktü. 128: Odalar internet sitesindeki görsellerden çok daha küçük çıktı. 129: Yataklar küçük ve rahatsızdı. 163: Odalar eski ve yeterince geniş değildi. 167: İlk gün kaldığımız odanın boyutu tam anlamıyla hayal kırıklığıydı. 181: Odalar küçük ve işlevsizdi. 200: Odalar küçük ve aşırı sıcaktı.
Mobilya ve Donanım Eksiklikleri (27, %17,6)	6: Yatağın kırık ayağı tamir edilmemişti. 15: Odalarda minibar bulunmuyordu. 25: Fön makinesi yoktu. 30: Minibar ve kasa eksikti. 72: Televizyon arızalıydı. 232: Klima olmaması büyük eksiklikti. 237: Tek kişilik yatak çok küçük olduğu için yataklar birleştirildi.
Gürültü ve Ses Yalıtımı Eksikliği (20, %13,1)	50: Ses yalıtımı çok zayıftı. 58: Koridordaki ayak sesleri odanın içine kadar geliyordu. 72: Yan odadaki konuşmalar net şekilde duyuluyordu. 144: Duvar ve kapılardan sürekli ses geçiyordu. 186: Odalardan aşırı derecede ses geliyordu. 232: Klima çok gürültülü çalışıyordu.
Isıtma ve Havalandırma Problemleri (16, %10,5)	31: Oda yeterince ısınmıyordu. 37: Üst kattaki odalar oldukça soğuktu. 97: Banyoda sıcak su problemi vardı. 176: Odanın havasız ve nemsiz olması sağlık sorununa neden oldu. 203: Havalandırma yetersizdi. 239: Çatı katındaki odalar havasızdı. 253: Oda büyük olmasına rağmen ısınmıyordu.
Konfor (16, 10,5%)	4: Odalar yeterince konforlu değildi. 59: Oda rahat olsa da banyo konfor açısından yetersizdi. 73: Yatak rahat değildi. 145: Yatak ve oda konforu beklentiyi karşılamadı. 261: Odalar geniş olmasına rağmen ferah değildi. 268: Oda kirli ve konforsuzdu.

Tablo 5 incelendiğinde, Tripadvisor'daki müşteri şikayetlerinin büyük ölçüde banyo sorunları (%28,8) ve oda büyüklüğü (%19,6) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Kullanıcılar; banyo ekipmanlarının arızalı olması, sıcak su

problemleri, kötü koku, mahremiyet eksikliği ve duş alanlarının yetersizliği gibi sorunları sıklıkla dile getirmiştir. Bunun yanında odaların beklenenden küçük, kullanışsız ve konfor açısından yetersiz olduğu ifade edilmiştir.

Şikayetlerin diğer kısmı mobilya ve donanım eksiklikleri (%17,6), gürültü ve ses yalıtımı eksikliği (%13,1), ısıtma ve havalandırma problemleri (%10,5) ile genel konfor (%10,5) başlıkları altında toplanmıştır. Özellikle minibar, klima ve televizyon gibi temel donanımların eksikliği, ses yalıtımının yetersiz olması ve oda sıcaklığının dengeli sağlanamaması müşteri deneyimini olumsuz etkilemiştir. Ayrıca yatak konforu, ferahlık ve genel oda düzenine ilişkin sorunların da memnuniyet düzeyini düşürdüğü görülmektedir. Personel tutumu ve hizmet kalitesi temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Personel Tutumu ve Hizmet Kalitesi Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Sağlıklı İletişim (36, %24,5)	4: Personelin iletişimi yetersizdi. 6: Çalışanlar güler yüzlü davranmıyordu. 12: Nazik çalışanlarla karşılaşılmadı. 15: Personel ilgili ve samimi değildi. 20: Çalışanlar misafirlerle yeterince ilgilenmiyordu. 24: Personelin tavırları saygılı bulunmadı.
Problem Çözme Becerisi (26, %17,7)	52: Oda ısısıyla ilgili sorun yaşanmasına rağmen yeterli çözüm sunulmadı. 54: Araç lambası problemi sadece özür dilenerek geçiştirildi. 79: Sıcak su sorunu bildirilmesine rağmen çözülmedi. 147: Çift kişilik yatak problemi sonradan çözüldü. 208: Eksiklerle ilgilenilmeye çalışılsa da sorunlar tam olarak giderilmedi.
Karşılama ve İlgi (24, %16,3)	7: Otelin atmosferi iyi olsa da personel ilgisi yetersizdi. 132: Karşılama beklenen seviyede değildi. 134: Çalışanların ilgisi yeterli bulunmadı. 207: Giriş sürecinde ilgi eksikliği hissedildi. 220: Yönetim ve çalışan ilgisi beklentiyi karşılamadı. 224: Personel yardımcı ve güler yüzlü değildi.
Personelin Yardımseverliği (21, %14,3)	17: Yardımcı olması beklenen personel yeterli destek sağlamadı. 26: Personel her zaman yardımsever davranmıyordu. 58: Personel güler yüzlü olsa da yeterince yardımcı değildi. 85: Çalışanlar ilgili görünmesine rağmen sorun çözümünde yetersizdi. 224: Otel personeli yardımcı ve ilgili değildi.
Profesyonellik (20, %13,6)	20: Verilen hizmet fiyatına göre oldukça yetersizdi. 22: Hizmet kalitesi ve çalışan iletişimi profesyonel değildi. 30: Personelin hizmet anlayışı yetersizdi. 73: Resepsiyon ve mutfak personeli ilgisizdi. 108: Personelin yabancı dil konusunda yetersiz olması iletişimi zorlaştırdı.
Hizmet Kalitesi (20, %13,6)	20: Hizmet kalitesi fiyatına göre oldukça düşüktü. 22: Sunulan hizmet kalitesizti. 74: Otelin genel hizmet seviyesi vasattı. 79: Sıcak su sorununun çözülmemesi hizmet kalitesini olumsuz etkiledi. 187: Odaya izinsiz giriş yapılması büyük rahatsızlık yarattı. 202: Otel hem pahalı hem de kalitesizdi.

Tablo 6'da görüldüğü üzere müşteri şikayetleri ağırlıklı olarak sağlıklı iletişim (%24,5) ve problem çözme becerisi (%17,7) üzerinde yoğunlaşmıştır. Müşteriler, personelin yeterince güler yüzlü, ilgili ve samimi davranmadığını belirtirken; yaşanan sorunlara etkili çözümler sunulamaması da önemli bir memnuniyetsizlik unsuru olarak öne çıkmıştır. Özellikle oda sıcaklığı, sıcak su ve teknik eksikliklerle ilgili problemlerin çözüm sürecinin yetersiz kaldığı ifade edilmiştir.

Bunun yanı sıra karşılama ve ilgi (%16,3), personelin yardımseverliği (%14,3), profesyonellik (%13,6) ve hizmet kalitesi (%13,6) diğer dikkat çeken şikâyet alanlarıdır. Çalışanların ilgisiz tavırları, hizmet anlayışındaki eksiklikler ve sunulan hizmetin fiyatına göre yetersiz bulunması müşteri deneyimini olumsuz etkilemiştir. Ayrıca yabancı dil yetersizliği, bakım eksiklikleri ve mahremiyet sorunlarının da hizmet kalitesine yönelik olumsuz algıyı artırdığı görülmektedir. Rezervasyon ve yönetim sorunları temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Rezervasyon ve Yönetim Sorunları Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Yönetim ve Çalışan Tutumu (17, %39,5)	6: Otelde profesyonel bir yönetim anlayışı yoktu. 10: Resepsiyon çalışanının tavırları sorun yarattı. 10: Çalışanların davranışları rahatsızlık oluşturdu. 15: Şikâyetlere karşı yönetimin yaklaşımı yetersizdi. 68: İletişim eksikliği nedeniyle rezervasyon sorunu yaşadık. 97: Misafirlere değer verilmediği hissettim. 123: Yönetim süreci yetersizdi. 138: Yönetici tavırları profesyonel değildi.
Rezervasyon Problemleri ve Yanlış Bilgilendirme (16, %37,2)	33: Rezervasyon yapılmasına rağmen farklı bir odaya yönlendirildik. 34: Uzun yolculuk sonrası rezervasyon doğrulanmadı ve girişte sorun yaşandı. 39: Rezervasyon olmasına rağmen giriş işlemleri problemliydi. 165: İki kişilik oda yerine farklı oda seçenekleri sunuldu. 240: Ön ödeme yapılmasına rağmen farklı bir oda tahsis edildi. 264: Tur şirketi üzerinden yapılan rezervasyonda çıkış problemi yaşandı.
Resepsiyon ve Karşılama Sorunları (5, %11,6)	5: Resepsiyon çalışanlarının misafirperver davranmaması olumsuz izlenim yarattı. 17: Otele giriş sırasında resepsiyonda görevli bulunmuyordu. 23: Resepsiyondan bilgi almakta zorluk yaşandı. 48: Resepsiyondaki çalışanlar arasında koordinasyon eksikliği vardı. 51: Gece resepsiyon hizmeti dışında genel karşılama süreci yetersizdi.
Negatif Deneyimler (5, %11,6)	26: Bazı çalışanların ilgisi olumlu değerlendirilse de genel hizmet yetersiz bulundu. 36: Rezervasyon öncesi iletişim süreci olumlu geçti ancak kayıt süreci için aynı şeyi diyemem. 76: Erken kahvaltı önerisi memnuniyet yaratan nadir deneyimlerden biri oldu ancak kahvaltı berbattı.

Tablo 7 incelendiğinde, müşteri şikayetleri ağırlıklı olarak yönetim ve çalışan tutumu (%39,5) ile rezervasyon problemleri ve yanlış bilgilendirme (%37,2) üzerinde yoğunlaşmıştır. Müşteriler, yönetim anlayışını profesyonellikten uzak bulduklarını, çalışan davranışlarının rahatsızlık yarattığını ve şikayetlere karşı yeterli çözüm üretilmediğini ifade etmiştir. Ayrıca rezervasyon süreçlerinde oda değişikliği, yanlış bilgilendirme, giriş işlemlerinde aksaklık ve önceden yapılan rezervasyonlara rağmen yaşanan sorunlar önemli memnuniyetsizlik unsurları olarak öne çıkmıştır.

Bunun yanı sıra resepsiyon ve karşılama sorunları (%11,6) da dikkat çeken diğer bir tema olmuştur. Özellikle resepsiyon hizmetlerinde koordinasyon eksikliği, bilgiye erişimde yaşanan güçlükler ve karşılama sürecindeki yetersizlikler müşteri deneyimini olumsuz etkilemiştir. Negatif deneyimlere ilişkin yorumlar ise sınırlı düzeyde kalmış (%11,6) ve yalnızca bazı çalışanların ilgisi ile rezervasyon öncesi iletişim sürecine yönelik olumlu değerlendirmeler yapılmıştır. Temizlik ve hijyen temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8. Temizlik ve Hijyen Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Oda Temizliği (80, %63,5)	8: Bahçede sivrisinek sorunu vardı. 14: Banyolar temiz değildi. 35: Oda ve banyolar çok pisti. 37: Yataklar temiz olsa da oda yeterince temiz değildi. 48: Oda temizliği yetersizdi. 135: Odalar küçük ve bakımsızdı. 227: Banyolar yeni görünse de hijyen eksikti. 249: Oda geniş olsa da temizlik yetersizdi. 254: Temizlik çok yüzeyseldi.
Hijyen ve Malzeme Kalitesi (20, %15,9)	38: Banyoda kullanım alanı çok yetersizdi. 108: Havlu ve çarşaf temizliği yeterli değildi. 114: Banyo kirliydi. 129: Havlular lekeli geldi. 132: Yatak temizliği yetersizdi. 204: Havlu ve çarşaflar yeterince temiz değildi. 227: Banyo hijyeni yetersizdi. 232: Oda çok sade ve rahatsızdı. 8: Sivrisinekler rahatsız ediciydi.

Tablo 8. Temizlik ve Hijyen Temasına İlişkin Şikayetler

Temizlik Personeli ve Hizmet (14, %11,1)	166: Oda hiç temizlenmedi. 167: İlk verilen oda çok kötüydü. 168: Havlular kötü kokuyordu. 169: Yataklarda saç ve kıl vardı. 257: Temizlik düzgün yapılmıyordu. 263: Çöpler alınmamıştı. 264: Oda aşırı pisti. 268: Sadece çarşaflar temizdi. 51: Oda temizlenmeden verilmişti. 185: Tuvalet kirliydi.
Havuz ve Ortak Alan Temizliği (12, %9,5)	63: Hijyen yeterli değildi. 70: Klozet çok kirliydi. 71: Halıda çekirdek vardı, temizlik kötüydü. 73: Temizlik personeli yetersizdi. 94: Banyolar beklediğimiz kadar temiz değildi. 95: Otelin genel temizliği kötüydü. 121: Havuz hijyenik değildi. 222: Banyolar temiz görünse de hijyen eksikti. 84: Hizmet düzeni yetersizdi.

Tablo 8' de müşteri şikayetleri büyük ölçüde oda temizliği (%63,5) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Kullanıcılar; oda ve banyoların yeterince temiz olmaması, bakım eksiklikleri, hijyen sorunları ve yüzeysel temizlik uygulamalarından rahatsız olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca sivrisinek problemi, düzensiz oda yapısı ve kirli banyolar müşteri deneyimini olumsuz etkileyen unsurlar arasında yer almıştır.

Hijyen ve malzeme kalitesi (%15,9), temizlik personeli ve hizmet (%11,1) ile havuz ve ortak alan temizliği (%9,5) diğer önemli şikâyet alanlarıdır. Özellikle havlu ve çarşafların lekeli veya değiştirilmemiş olması, çöplerin alınmaması ve ortak alan hijyeninin yetersiz bulunması müşteri memnuniyetini düşürmüştür. Bunun yanında temizlik hizmetlerinin düzensiz yürütülmesi ve personel yetersizliği, genel temizlik algısının olumsuz değerlendirilmesine neden olmuştur. Tesis imkânları ve erişilebilirlik temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Tesis İmkanlar ve Erişebilirlik Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Çevre ve Sosyal İmkanlar (21, %36)	12: Çevrede imkanlar yetersizdi. 14: Akşam ortamı rahatsız ediciydi. 73: Restoran düzeni kötüydü. 86: Sosyal imkanlar çok sınırlıydı. 106: Çevre etkinlikleri yetersizdi. 115: Çevrede yeterli imkân yoktu. 210: Turistik yerlere ulaşım zordu. 257: Çevre çok kalabalıktı. 257: Bölge beklentiyi karşılamadı.
Erişebilirlik (20, %34)	25: Merkeze yakın olsa da eksikler vardı. 35: Konum iyi ama işletme kötüydü. 37: Merkeze uzak geldi. 58: Sadece konumu iyiydi. 213: Çarşıya yürümek yorucuydu. 219: Şehre uzak hissettirdi. 220: Konum tam merkezi değildi. 222: Yürüyüş yolları yetersizdi. 224: Ulaşım beklediğimiz kadar kolay değildi. 232: Kaleye yürümek zorlayıcıydı.
İnternet Bağlantısı (9, %15)	84: Wi-fi sürekli arızalıydı. 133: İnternet çok yavaştı. 145: Wifi odalarda çekmiyordu. 188: İnternet bağlantısı kararsızdı. 221: İnternet bağlantısı çok kötüydü. 226: Restoranda wifi çekmiyordu. 249: Wifi zaman zaman kopuyordu. 262: İnternet yeterli değildi.
Asansör ve Ulaşım (9, %15)	77: Tek asansör yetersizdi. 79: Asansör yoğunlukta sorun çıkarıyordu. 80: Asansör bakımsız görünüyordu. 108: Asansör bozuktu. 261: Otelde asansör yoktu. 262: Asansör olmaması büyük eksikti. 265: Asansör yoktu. 267: Üst katlara çıkmak zordu. 268: Asansör eksikliği rahatsız etti.

Yukarıdaki tablodan görüldüğü üzere müşteri şikayetleri daha çok çevre ve sosyal imkânlar (%36) ile erişebilirlik (%34) konularında yoğunlaşmaktadır. Katılımcılar, çevredeki sosyal olanakların sınırlı olduğunu, restoran ve etkinlik seçeneklerinin yetersiz kaldığını ve turistik alanlara ulaşımın beklenenden daha zor olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca merkezi konuma rağmen ulaşım, park ve yürüyüş yollarına ilişkin sorunların müşteri deneyimini olumsuz etkilediği görülmektedir.

Bunun yanında internet bağlantısı (%15) ve asansör/ulaşım (%15) ile ilgili sorunlar da dikkat çekmektedir. Özellikle wifi bağlantısının yavaş, kararsız veya bazı alanlarda çekmemesi kullanıcı memnuniyetini azaltmıştır. Asansör eksikliği, bakım sorunları ve üst katlara erişimde yaşanan güçlükler de konaklama sürecinde rahatsızlık

yaratan unsurlar arasında değerlendirilmiştir. Yeme içme ve ikram kalitesi temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Yeme İçme ve İkram Kalitesi Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Akşam Yemeği Lezzeti ve Çeşitliliği (17, %43,6)	72: Akşam yemekleri vasattı. 76: Yemek çeşitleri yetersizdi. 77: Set menü beklentiyi karşılamadı. 88: Yemekler diğer hizmetlere göre biraz daha iyiydi. 205: Yemeklerin tadı çok kötüydü. 206: Kahvaltı ve akşam yemekleri kalitesizdi.
Yemek Sunum ve Ortam (12, %30,8)	211: Açık büfe yetersizdi, yemekler hemen bitiyordu. 215: Sandalyeler eski ve rahatsızdı. 215: Yöresel yemekler yetersizdi. 207: Meyveler bayattı. 208: Sıcak yemek çeşidi azdı. 227: Açık büfe yeterli değildi. 76: Sunum genel olarak vasattı.
İkram ve Servis Hizmeti (10, %25,6)	35: İçecek ikramı yapılmadı. 76: Geç kalmamızda yemek verilmedi. 206: İçecekler gereksiz pahalıydı. 233: Minibardaki içecekler eskiydi. 76: Akşam yemeği jest olarak sunuldu.

Tablo 10 incelendiğinde, müşteri değerlendirmelerinin ağırlıklı olarak yemek kalitesi, çeşitlilik ve sunum üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcılar; akşam yemeklerinin vasat olduğunu, açık büfe ve sıcak yemek seçeneklerinin yetersiz kaldığını ve yöresel yemek çeşitlerinin beklentileri karşılamadığını ifade etmiştir. Ayrıca yemeklerin lezzet, tazelik ve sunum açısından da olumsuz değerlendirildiği anlaşılmaktadır.

İçecek hizmetlerine ilişkin yorumlarda ise ikram eksikliği, minibar ürünlerinin eski olması ve içecek fiyatlarının yüksek bulunması dikkat çekmektedir. Bunun yanında bazı müşteriler, geç saatlerde yemek sunulmasını ve jest amaçlı akşam yemeği verilmesini olumlu değerlendirmiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde, yiyecek ve içecek hizmetlerinde kalite, çeşitlilik ve servis standartlarına ilişkin eksikliklerin müşteri memnuniyetini olumsuz etkilediği görülmektedir. Özel politikalar ve uygulamalar temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. Özel Politikalar ve Uygulamalar Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Rezervasyon ve Kabul Politikaları (7, %28)	33: Evlilik cüzdanı yüzünden sorun yaşadık. 34: Rezervasyonumuz son anda iptal edildi. 98: Evlilik şartı önceden söylenmedi. 109: Resepsiyondaki tavır çok rahatsız ediciydi. 112: Telefonda saygısız konuşuldu. 231: Restoran alanı bize kapalıydı. 116: Otel kapalıydı, kimse ilgilenmedi.
Yönetim Davranışı ve Misafir Ayrımcılığı (5, %20)	21: İşletme sahibinin tavrı tehditkârdı. 43: Sauna herkese açık değildi. 97: Hamamda dışarıdan gelenlere öncelik verildi. 220: Otopark olsa da hizmet eşit değildi. 247: Hamam vardı ama kullanışlı değildi.
Operasyonel Eksiklikler ve Tesis Yönetimi (5, %20)	54: Araç güvenliğiyle ilgilenilmedi. 84: Kahvaltı saati uygun değildi. 91: Otopark desteği yoktu. 121: Havuz hijyenik değildi. 220: Otopark hizmeti yetersizdi.
Fiziksel Güvenlik ve Oda Güvenliği (4, %16)	88: Merdivenler tehlikeliydi. 187: Odaya izinsiz girildi. 263: Yangın çıkışı yetersizdi. 123: Unutulan eşyamız geri verilmedi.
Hijyen ve Covid Uygulamaları (2, %8)	128: Covid kurallarına uyulmuyordu. 129: Personel maske takmıyordu.

Tablo 11' e göre müşteri şikayetleri en fazla rezervasyon ve kabul politikaları (%28) üzerinde yoğunlaşmıştır. Katılımcılar; rezervasyon iptalleri, evlilik cüzdanı zorunluluğu, yetersiz bilgilendirme ve resepsiyon sürecindeki olumsuz iletişimden rahatsız olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca bazı müşteriler, işletme yönetiminin ve çalışanların tavırlarını saygısız ve ayrımcı olarak değerlendirmiştir.

Yönetim davranışı ve misafir ayrımcılığı (%20) ile operasyonel eksiklikler ve tesis yönetimi (%20) diğer önemli şikâyet alanları arasında yer almaktadır. Özellikle sauna, hamam ve otopark gibi hizmetlerin kullanımında eşitsizlik algısı oluştuğu, araç güvenliği ve kahvaltı düzeni gibi konularda eksiklikler yaşandığı görülmektedir. Bunun yanında fiziksel güvenlik ve oda güvenliği (%16) kapsamında izinsiz oda girişi, tehlikeli merdiven yapısı ve yangın çıkışı eksikliği dikkat çekerken, hijyen ve Covid uygulamalarına (%8) ilişkin değerlendirmelerde pandemi kurallarına yeterince uyulmadığı belirtilmiştir. Ücretlendirme politikalarına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 12'de sunulmuştur.

Tablo 12. Ücretlendirme Politikası Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Fiyat-Performans Dengesi (32, %64)	9: Fiyat verilen hizmete göre yüksekti. 11: Verdiğimiz parayı hak etmiyordu. 15: Otel fiyatına göre çok kötüydü. 17: Ücretine değmezdi. 20: Hizmet kalitesi düşüktü. 22: Fiyat çok pahalıydı. 48: Aynı fiyata daha iyi otellerde kaldık. 50: Verdiğimiz paraya üzüldük. 63: Bölgeye göre pahalıydı. 82: Ücreti hak etmiyordu.
Kampanya ve İndirimler (7, %14)	88: Tur ayarladığı için mecbur kaldık. 102: Uygun fiyatlıydı ama hizmet zayıftı.106: İndirim olmasına rağmen fazla ücret alındı. 200: Fiyatına göre değmezdi. 232: Tur kapsamında kaldık. 238: Bireysel kalmak gereksiz pahalıydı. 257: Direkt iletişimle daha uygun fiyat aldık.
Ekstra Ücretler (8, %16)	13: Ekstra ücretlere rağmen hizmet yetersizdi. 43: Gala ve sauna için sorun yaşadık. 206: İçecek fiyatları aşırı pahalıydı. 213: Su ve çay için ekstra ücret istendi. 254: Hizmet kötü ama fiyat yüksekti. 264: Paramızla rezil olduk. 266: Verilen ücrete değmezdi. 268: Ödenen ücret çok fazlaydı.
Fiyat Şeffaflığı (6, %12)	19: Fiyat konusunda yanıltıldık. 43: Hizmet herkese eşit sunulmuyordu. 138: Oda fiyatı sonradan değişti. 218: Daha yüksek ücret talep edildi. 237: Aynı fiyata daha iyi oteller vardı. 257: Ödemede sorun yaşadık.

Tablo 12'de yer alan müşteri değerlendirmeleri incelendiğinde, şikayetlerin büyük ölçüde fiyat-performans dengesi (%64) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcılar, ödedikleri ücretin sunulan hizmet kalitesini karşılamadığını, otelin fiyatına göre yetersiz kaldığını ve benzer ücretlerle daha kaliteli otellerde konaklanabileceğini ifade etmiştir. Özellikle hizmet kalitesinin düşük bulunması ve genel deneyimin ücret beklentisini karşılamaması dikkat çekmektedir.

Bunun yanında ekstra ücretler (%16), kampanya ve indirimler (%14) ile fiyat şeffaflığı (%12) diğer önemli şikâyet alanlarıdır. İçecek ve ek hizmet ücretlerinin yüksek bulunması, kampanya ve tur kapsamında yapılan konaklamalarda beklentilerin karşılanmaması ve oda fiyatlarında sonradan değişiklik yapılması müşteri memnuniyetini olumsuz etkilemiştir. Ayrıca bazı müşteriler, fiyatlandırma konusunda yeterli bilgilendirme yapılmadığını ve hizmetlerin eşit şekilde sunulmadığını belirtmiştir. Genel memnuniyet ve değerlendirme temasına ilişkin müşteri şikayetleri Tablo 13'te sunulmuştur.

Tablo 13. Genel Memnuniyet ve Değerlendirme Temasına İlişkin Şikayetler

Alt Tema (Frekans, %)	Örnek Yorumlar
Beklenti Karşılanması / Hayal Kırıklığı (40, %45,5)	6: Beklentimizin çok altında kaldı. 7: Tam bir hayal kırıklığıydı. 21: Hevesle geldik ama pişman olduk. 97: Kaldığım en kötü oteldi. 108: Otelin tamamen yenilenmesi gerekiyor. 129: Bir daha tercih etmem. 139: Beklentiyi düşük tutmak lazım. 151: Tekrar konaklamam.
Memnuniyetsizlik / Negatif Deneyim (28, %31,8)	4: Beklediğimiz kadar iyi değildi. 12: Ortam güzel ama hizmet zayıftı. 24: Tekrar tercih etmeyi düşünmem. 92: Isınma dışında olumlu yanı yoktu. 180: Sadece konumu iyiydi. 226: Karşılama iyi olsa da genel hizmet yetersizdi.
Tekrar Tercih / Tavsiye Durumu (20, %22,7)	24: Tekrar tercih etmem. 96: Beklenti düşük tutulursa kalınabilir. 208: Daha iyi oteller tercih edilebilir. 222: Tavsiye edecek seviyede değildi. 262: Sadece uyumalık bir yerdi. 267: Çok eski tarz bir tesisti. 268: Tam bir hayal kırıklığıydı.

Tablo13'te yer alan değerlendirmeler incelendiğinde, müşteri yorumlarının büyük ölçüde beklentilerin karşılanmaması ve hayal kırıklığı (%45,5) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcılar, otelin sunulan görseller ve yorumlara kıyasla beklentilerin oldukça altında kaldığını, hizmet kalitesi ve genel konaklama deneyiminin memnuniyet yaratmadığını ifade etmiştir. Özellikle otelin tekrar tercih edilmeyeceği ve tavsiye edilmeyeceği yönündeki değerlendirmeler dikkat çekmektedir.

Memnuniyetsizlik / Negatif Deneyim (%31,8) başlığı altında yer alan yorumlarda dahi genel hizmet kalitesine yönelik eleştiriler öne çıkmaktadır. Bazı müşteriler ortam ve karşılama sürecini olumlu değerlendirse de hizmet standardının yetersiz kaldığını belirtmiştir. Tekrar tercih ve tavsiye durumu (%22,7) ile ilgili yorumlarda ise otelin yalnızca düşük beklentiyle değerlendirilebileceği, daha iyi alternatiflerin tercih edilebileceği ve tesisin eski yapısının müşteri memnuniyetini olumsuz etkilediği görülmektedir.

Sonuç

Bu araştırmada, Kars ilinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik TripAdvisor kullanıcı yorumları incelenmiş ve ziyaretçilerin konaklama deneyimleri sırasında karşılaştıkları memnuniyetsizlik unsurları kapsamlı biçimde ortaya konmuştur. Elde edilen bulgular, çevrim içi kullanıcı yorumlarının turizm sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi açısından önemli bir veri kaynağı olduğunu ortaya koyan ulusal ve uluslararası çalışmalarla büyük ölçüde örtüşmektedir (Schuckert vd., 2015; Banerjee ve Chua, 2016; Roozen ve Raedts, 2018; Sparks ve Browning, 2011). Özellikle dijital platformlarda paylaşılan şikâyetlerin yalnızca bireysel memnuniyetsizlik göstergesi olmadığı, aynı zamanda işletmelerin hizmet performansını değerlendirmede stratejik bir geri bildirim mekanizması sunduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında analiz edilen 268 şikâyet yorumu ve bu yorumlardan elde edilen 1011 kod, ziyaretçilerin konaklama deneyimlerini çok boyutlu biçimde değerlendirdiğini göstermektedir. Şikâyetlerin en yoğun biçimde oda özellikleri ve konfor, temizlik ve hijyen, kahvaltı hizmetleri, personel davranışları, rezervasyon süreçleri, teknik altyapı sorunları ve ücretlendirme politikaları üzerinde yoğunlaşması, hizmet kalitesinin yalnızca fiziksel unsurlardan değil aynı zamanda yönetimsel ve davranışsal faktörlerden de etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar Aymankuy vd. (2013) ve Çulha vd. (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardaki bulgularla benzerlik göstermektedir. Söz konusu çalışmalarda da özellikle temizlik, personel davranışları ve hizmet kalitesi konularının müşteri memnuniyetsizliğinin temel belirleyicileri arasında yer aldığı vurgulanmıştır.

Araştırmada dikkat çeken en önemli bulgulardan biri temizlik ve hijyen konusundaki yoğun şikâyetlerdir. Odalarda kötü koku, yetersiz temizlik, kirli banyo ve hijyen eksikliği gibi unsurların sık tekrar edilmesi, pandemi sonrası dönemde ziyaretçilerin hijyen beklentilerinin önemli ölçüde arttığını göstermektedir. Benzer sonuçlar, Jiang ve Wen (2020) ile Shin ve Kang (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda da ortaya konmuş; COVID-19 sonrası süreçte hijyen algısının müşteri memnuniyetinde belirleyici bir unsur hâline geldiği belirtilmiştir. Bu bağlamda Kars'taki bazı konaklama işletmelerinin hijyen standartlarını sürdürülebilir biçimde yönetemediği anlaşılmaktadır.

Bunun yanı sıra ısıtma, sıcak su, ses yalıtımı ve oda donanımı gibi teknik altyapıya ilişkin sorunların yoğun biçimde dile getirilmesi, özellikle sert iklim koşullarına sahip destinasyonlarda fiziksel altyapının hizmet kalitesi üzerindeki kritik etkisini göstermektedir. Kars'ın uzun ve sert kış koşulları dikkate alındığında, ziyaretçilerin temel

konfor beklentilerinin karşılanamaması memnuniyetsizlik düzeyini artırmaktadır. Bu bulgu, Kozak (2001) tarafından turizm deneyiminde fiziksel çevrenin müşteri tatmini üzerindeki etkisini vurgulayan çalışmalarla paralellik göstermektedir.

Personel tutumu ve yönetim anlayışına yönelik olumsuz değerlendirmeler ise hizmet sektöründe insan unsurunun belirleyici rolünü açık biçimde ortaya koymaktadır. İlgisizlik, kaba davranışlar, iletişim eksikliği ve çözüm odaklı yaklaşımın yetersizliği gibi unsurların sık tekrar edilmesi, müşteri ilişkileri yönetiminin (CRM) konaklama işletmeleri açısından stratejik önemini göstermektedir. Benzer biçimde Kandampully vd. (2015), çalışan davranışlarının müşteri sadakati ve memnuniyeti üzerinde doğrudan etkili olduğunu ifade etmektedir. Bu doğrultuda araştırma bulguları, hizmet kalitesinin yalnızca fiziksel yatırımlarla değil insan kaynağı niteliğiyle de doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Kahvaltı hizmetlerine yönelik şikâyetler de araştırmanın önemli bulgularından biridir. Ürün çeşitliliğinin yetersiz olması, yöresel ürünlerin sınırlı kullanımı, sıcak ürün eksikliği ve düşük kalite algısı, Kars'ın gastronomik potansiyelinin yeterince değerlendirilemediğini göstermektedir. Oysa Kars, yöresel peynir çeşitleri, bal, kaz eti ve yerel mutfak kültürü açısından güçlü bir gastronomik çekiciliğe sahiptir. Bu durum, destinasyonun sahip olduğu yerel değerlerin konaklama hizmetlerine yeterince entegre edilemediğini düşündürmektedir. Benzer şekilde Okumus vd. (2007), yerel gastronomik unsurların turistik deneyime dahil edilmesinin destinasyon imajını güçlendirdiğini belirtmektedir.

Araştırmanın özgün yönlerinden biri, Kars destinasyonunda faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik çevrim içi şikâyetleri kapsamlı biçimde inceleyen sınırlı sayıdaki çalışmalardan biri olmasıdır. Literatürde çevrim içi müşteri yorumları üzerine çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen, Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan gelişmekte olan turizm destinasyonlarına yönelik araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu yönüyle çalışma, Kars özelinde hizmet kalitesi sorunlarını ortaya koyarak bölgesel turizm literatürüne katkı sağlamaktadır. Ayrıca araştırmada yalnızca düşük puanlı yorumların analiz edilmesi, müşteri memnuniyetsizliğinin temel nedenlerinin daha ayrıntılı biçimde değerlendirilmesine olanak sağlamıştır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Kars'taki bazı konaklama işletmelerinin son yıllarda artan turistik talebe rağmen hizmet standartlarını aynı ölçüde geliştiremediği anlaşılmaktadır. Özellikle temizlik, teknik altyapı, kahvaltı hizmetleri ve personel yönetimi alanlarında yaşanan sorunlar, ziyaretçi beklentileri ile sunulan hizmet arasındaki farkı artırmaktadır. Bu durum yalnızca işletme düzeyinde değil, destinasyon imajı açısından da önemli riskler oluşturmaktadır. Çünkü çevrim içi platformlarda paylaşılan olumsuz deneyimler, potansiyel ziyaretçilerin destinasyona yönelik algılarını doğrudan etkileyebilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, çevrim içi şikâyetlerin konaklama işletmeleri açısından önemli bir stratejik veri kaynağı olduğunu göstermektedir. İşletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmeleri için çevrim içi yorumları düzenli biçimde analiz etmeleri, müşteri geri bildirimlerini hizmet geliştirme süreçlerine entegre etmeleri ve özellikle temizlik, teknik altyapı, personel eğitimi ve yiyecek-içecek hizmetleri alanlarında somut iyileştirme çalışmaları yürütmeleri gerekmektedir. Bunun yanı sıra yerel yöneticilerin ve destinasyon planlamacılarının da hizmet standartlarının geliştirilmesine yönelik denetim, eğitim ve kalite artırıcı uygulamalara ağırlık vermesi önem taşımaktadır. Bu yönüyle çalışma hem uygulayıcılara hem de akademik literatüre katkı sağlayan bütüncül bir değerlendirme sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Andrés-Martínez, M. E., Gómez-Borja, M. Á., & Mondéjar-Jiménez, J. A. (2014). A model to evaluate the effects of price fairness perception in online hotel booking. *Electronic Commerce Research, 14*(2), 171–187.

Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality: Influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management, 31*, 191–198.

Aymankuy, Y.; Soydaş, M.E. ve Saçlı, Ç. (2013). Sosyal medya kullanımının turistlerin tatil kararları üzerindeki etkisi: Akademik personel üzerine bir çalışma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 10(1), 376-397.

Banerjee, S., & Chua, A. Y. (2016). In search of patterns among travellers' hotel ratings in TripAdvisor. *Tourism management*, *53*, 125-131.

Çulha, O., Hacıoğlu, G. ve Kurt, G. (2009). Konaklama işletmelerine yönelik müşteri e – şikâyetleri üzerine bir içerik analizi. 8. Anadolu İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı: 07 – 09 Mayıs 2009. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Yayınları.

Emir, O. (2007). *Otel işletmelerinde müşterilerin hizmet beklentileri ve memnuniyet (tatmin) düzeylerinin değerlendirilmesi: Antalya'da bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Jiang, Y., & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International journal of contemporary hospitality management*, *32*(8), 2563-2573.

Jian-Wu, B., Yang, L., Zhi-Ping, F., & Jin, Z. (2020). Exploring asymmetric effects of attribute performance on customer satisfaction in the hotel industry. *Tourism Management, 77*, 104-118.

Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: a review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International journal of contemporary hospitality management*, *27*(3), 379-414.

Kılıç, B., & Ok, S. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University, 7*(25), 4189–4202.

Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of tourism research*, *28*(3), 784-807.

Okumus, B., Okumus, F., & McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey. *Tourism management*, *28*(1), 253-261.

Proserpio, D., & Zervas, G. (2017). Online reputation management: Estimating the impact of management responses on consumer reviews. *Marketing Science, 36*(5), 645–665.

Roozen, I., & Raedts, M. (2018). The effects of online customer reviews and managerial responses on travelers' decision-making processes. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *27*(8), 973-996.

Schuckert, M., Liu, X., & Law, R. (2015). Hospitality and tourism online reviews: Recent trends and future directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *32*(5), 608-621.

Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, *91*, 102664.

Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism management*, *32*(6), 1310-1323.

Stemler, S. (2000). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation, 7*(17), 137–146.

Taecharungroj, V., & Mathayomchan, B. (2019). Analysing TripAdvisor reviews of tourist attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management, 75*, 550–568. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.020

TripAdvisor. (2013). *Social media, smartphones and tablets now essential travel tools for U.S. travelers, according to new TripAdvisor survey of mobile and social trends*. Retrieved from http://ir.tripadvisor.com/releasedetail.cfm?releaseid=808058

Türk Dil Kurumu. (n.d.). *Türk Dil Kurumu sözlükleri*. Retrieved from http://www.tdk.gov.tr/.

Yüksel, A., & Kılınç, U. K. (2003). Müşterilerin şikâyet çözümüne yönelik konaklama işletmelerinden beklentileri ve değişik müşteri grupları arasındaki beklenti farkları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 14*(1), 23–32.

A Qualitative Analysis of Tripadvisor Reviews of Hotels Operating in Kars

Neşe SALİK ATA

Kafkas University, Atatürk Vocational School of Health Services, Kars/Türkiye

Extended Summary

In recent years, the rapid expansion of online review platforms has fundamentally transformed the way tourists evaluate destinations and accommodation establishments. Platforms such as TripAdvisor have become powerful spaces where travelers share their personal experiences, expectations, satisfactions, and disappointments in an open and highly visible manner. These user-generated reviews no longer function merely as informal opinions; rather, they shape destination images, influence booking decisions, and increasingly serve as alternative indicators of service quality in the tourism and hospitality industry. Within this evolving digital environment, understanding the content and structure of negative reviews has gained particular importance, as complaints often reveal critical weaknesses in service delivery that may otherwise remain unnoticed by managers.

This study focuses on accommodation establishments operating in the province of Kars, Türkiye, a destination that has recently attracted increasing attention due to its historical heritage, cultural richness, and proximity to natural attractions. Despite its growing tourism potential, Kars remains a relatively under-researched destination in the hospitality literature, especially in terms of systematic analyses of guest complaints based on online reviews. Addressing this gap, the present study aims to examine negative user reviews shared on TripAdvisor regarding hotels operating in Kars through a qualitative content analysis approach. Rather than treating complaints as isolated expressions of dissatisfaction, the study approaches them as meaningful narratives that reflect guests' lived experiences, expectations, and perceptions of service quality.

The primary objective of this research is threefold. First, it seeks to identify the main sources of dissatisfaction expressed by hotel guests in Kars. Second, it aims to classify these complaints within a comprehensive and multidimensional thematic framework. Third, it intends to provide practical and context-sensitive insights that can guide accommodation businesses and destination managers in improving service quality and enhancing the overall competitiveness of Kars as a tourism destination. By adopting a qualitative perspective, the study emphasizes depth, context, and meaning, allowing guest voices to be examined beyond mere numerical ratings.

The dataset of the study consists of 1,372 user-generated reviews published on TripAdvisor for 14 accommodation establishments located in the city center of Kars. These establishments represent a variety of hotel types and service levels, reflecting the general accommodation structure of the destination. Among the total number of reviews, 268 low-rated comments—specifically those rated with 1, 2, or 3 stars—were selected as the main data source. The decision to focus on low-rated reviews is based on the assumption that negative evaluations provide more explicit and detailed information about service failures, unmet expectations, and operational shortcomings compared to highly positive reviews.

The analysis process was conducted using MAXQDA 2024 qualitative data analysis software. All selected reviews were imported into the software and analyzed through a systematic coding procedure. An inductive coding approach was adopted, allowing themes and sub-themes to emerge directly from the data rather than being imposed in advance. As a result of this process, a total of 1,011 complaint codes were identified and categorized under 12

main themes and 53 sub-themes. This detailed coding structure reflects the complex and multifaceted nature of the accommodation experience, capturing both tangible service elements and more subjective, emotional aspects of guest satisfaction.

The findings of the study reveal that guest complaints are primarily concentrated around several key areas. Among these, issues related to room features and comfort emerge as the most frequently mentioned source of dissatisfaction. Guests often report problems concerning room size, outdated or poorly maintained furniture, inadequate equipment, insufficient heating, lack of hot water, and weak sound insulation. Bathrooms, in particular, appear as a recurring focal point of complaints, with guests describing issues such as poor cleanliness, unpleasant odors, broken fixtures, and inadequate water pressure. These problems significantly affect guests' comfort and contribute to negative overall impressions of their stay.

Cleanliness and hygiene constitute another major theme shaping negative guest experiences. Many reviewers emphasize insufficient room cleaning, unhygienic bathrooms, inconsistent housekeeping practices, and a general lack of attention to cleanliness standards. These complaints suggest that hygiene-related issues are not perceived as minor inconveniences but rather as fundamental service failures that undermine guests' sense of comfort, safety, and trust. Especially in the post-pandemic context, cleanliness expectations appear to be particularly high, and any perceived shortcomings are strongly reflected in online reviews.

Food and beverage services, particularly breakfast quality and variety, represent another prominent area of dissatisfaction. Guests frequently criticize the lack of hot breakfast items, limited product variety, inconsistent food quality, and poor presentation. Several reviews indicate that breakfast offerings do not meet expectations in relation to room prices or advertised standards. These findings highlight the symbolic importance of breakfast in the hotel experience, as it often represents guests' final interaction with the establishment before departure and thus strongly influences their overall evaluation.

Staff-related issues also occupy a significant place within the complaint structure. Negative reviews often focus on communication problems, lack of professionalism, insufficient problem-solving skills, and, in some cases, dismissive or indifferent attitudes. Guests frequently express frustration when their concerns are not taken seriously or when staff members fail to provide clear information or timely assistance. These findings underline the central role of human interaction in shaping service perceptions and demonstrate that even well-located or physically appealing hotels may receive negative evaluations if staff behavior does not meet guest expectations.

In addition to these service-related themes, the study identifies reservation and management problems as a critical source of dissatisfaction. Complaints in this category include incorrect room allocations, booking inconsistencies, delayed check-in processes, misleading information provided during the reservation stage, and rigid or unclear accommodation policies. Such issues often create stress and disappointment at the very beginning of the stay, negatively influencing guests' overall perceptions before they even experience the core services of the hotel.

Beyond operational and service-related factors, the study also reveals the influence of infrastructural and environmental conditions on guest satisfaction. Limited elevator access, weak internet connectivity, insufficient accessibility for elderly or disabled guests, and inconsistencies in the quality of common areas are among the issues

mentioned in negative reviews. While these factors may appear secondary compared to room cleanliness or staff behavior, they nevertheless contribute to the cumulative experience of dissatisfaction.

Interestingly, the analysis also shows that many guests acknowledge positive aspects of hotels in Kars, particularly their central location and proximity to historical and natural attractions. However, these advantages are often overshadowed by operational shortcomings that negatively affect the overall experience. This finding suggests that location-based advantages alone are not sufficient to ensure guest satisfaction if basic service expectations are not met.

The results of this study offer several important implications for accommodation businesses and destination managers. First, the comprehensive thematic framework provides a clear, data-driven roadmap for prioritizing improvement efforts. Areas such as hygiene standards, room maintenance, breakfast services, staff training, and reservation process management emerge as critical points requiring immediate attention. Second, the findings emphasize the importance of continuously monitoring online reviews and responding to guest feedback in a transparent and solution-oriented manner. Proactive engagement with user-generated content can help hotels not only address existing problems but also signal care and accountability to potential guests.

From a broader perspective, this study contributes to the tourism and hospitality literature by offering an in-depth qualitative examination of guest complaints in a relatively understudied destination. By focusing on negative reviews, it highlights the value of dissatisfaction as a source of learning and improvement rather than merely a reputational threat. Negative reviews, when systematically analyzed, provide rich insights into guests' expectations and experiences, offering opportunities for meaningful service development.

In conclusion, this research demonstrates that understanding guest complaints through qualitative analysis can play a crucial role in improving service quality, enhancing visitor satisfaction, and supporting the sustainable development of tourism destinations. For Kars, addressing the issues identified in this study has the potential to strengthen the destination's image, increase competitiveness, and ensure that the city's cultural and historical appeal is supported by high-quality accommodation services. Rather than being viewed as failures, negative reviews should be embraced as valuable feedback mechanisms that guide hotels toward more responsive, human-centered, and sustainable service practices.