JOURNAL OF BUSINESS MANAGEMENT AND ECONOMIC RESEARCH

ISSN: 2602-3385

Journal homepage: www.jobmer.org

Çevrim İçi Otel Yorumları Üzerinden Memnuniyet ve Şikayet Unsurlarının İncelenmesi: Trabzon'daki Dört ve Beş Yıldızlı Oteller Örneği (Analysis of Satisfaction and Complaint Factors Through Online Hotel Reviews: The Case of Four- and Five-Star Hotels in Trabzon)

*** Rabia BÖLÜKBAŞ**[a]

[a] Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Sivas, Türkiye.

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 15.06.2025

Kabul Tarihi: 29.11.2025

Anahtar Kelimeler

Çevrim içi yorumlar

TripAdvisor

Trabzon

Öz

Bu araştırmanın amacı, Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellere yönelik çevrim içi kullanıcı yorumlarında öne çıkan memnuniyet ve şikayet temalarını belirlemektir. Araştırma nitel araştırma yaklaşımı kapsamında tasarlanmış ve verilerin analizinde içerik analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada TripAdvisor platformundan faydalanılmıştır. Trabzon ilindeki dört ve beş yıldızlı otelleri ziyaret eden kullanıcıların 2017- 20 Nisan 2025 tarihleri arasındaki yorumları ile sınırlandırılan çalışmada toplam 1626 TripAdvisor kullanıcı yorumu incelenmiştir. Yorumlar olumlu ve olumsuz olmak üzere iki ana başlık altında kodlanmış, benzer ifadeler temalar altında toplanmıştır. Araştırma bulgularına göre olumlu yorumlarda personel ve hizmet kalitesi, temizlik-hijyen, yiyecek-içecek memnuniyeti, tekrar tercih ve tavsiye etme, manzara-atmosfer, otel olanakları, oda konforu, aileye uygunluk, fiyat-performans ve konum temaları öne çıkmıştır. Olumsuz yorumlarda ise yiyecek-içecek sorunları, beklentinin karşılanmaması, gürültü ve misafir profili, fiyat memnuniyetsizliği, personel/hizmet sorunları, rezervasyon süreci aksaklıkları, temizlik sorunları ve oda/donanım problemleri belirlenmiştir. Genel olarak bulgular, Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellerde hem memnuniyetin hem de memnuniyetsizliğin hizmet kalitesi, fiziksel olanaklar, yiyecek-içecek deneyimleri ve ziyaretçi beklentilerinin etkileşimiyle şekillendiğini göstermektedir.

Keywords

Online reviews

TripAdvisor

Trabzon

Makalenin Türü

Derleme

Abstract

The aim of this study is to determine the main satisfaction and complaint themes reflected in online reviews of four- and five-star hotels in Trabzon. Designed within the framework of a qualitative research approach, the study employed content analysis as the data analysis method. TripAdvisor was used as the data source, and the study was limited to reviews posted by visitors who stayed at four- and five-star hotels in Trabzon between 2017 and April 20, 2025. In this context, a total of 1,626 TripAdvisor reviews were analyzed. The reviews were coded under two main categories, positive and negative, and similar expressions were grouped under relevant themes. The findings revealed that positive reviews mainly focused on staff and service quality, cleanliness and hygiene, food and beverage satisfaction, intention to revisit and recommend, view and atmosphere, hotel facilities, room comfort, family-friendliness, value for money, and location. Negative reviews, on the other hand, were grouped under the themes of food and beverage-related problems, unmet expectations, noise and guest profile, price-related dissatisfaction, staff and service-related problems, reservation process problems, cleanliness-related problems, and room and facility-related problems. Overall, the findings indicate that both satisfaction and dissatisfaction in four- and five-star hotels in Trabzon are shaped by the interaction of service quality, physical facilities, food and beverage experiences, and visitors' expectations.

** Sorumlu Yazar*
E-posta: rabiha@cumhuriyet.edu.tr (R.Bölükbaş)

DOI: 10.63556/jotags.2026.1883

GİRİŞ

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler, bireylerin bilgiye erişimini, tüketim kararlarını ve sosyal etkileşim kurma davranışlarını değiştirmiştir. Bu değişim iletişimde coğrafi sınırlar, zaman farklılıkları ve fiziksel mesafelerden bağımsız olarak bireylerin etkileşim kurabilmelerine olanak sağlanmıştır (Cenni, 2024). Bu olanakların yanında tüketicilere sağlanan bilgi erişimi onların satın alma ve karar verme süreçlerinde de dijital teknolojilerin gelişimi önemli bir etkiye sahiptir (O'connor, 2010). Günlük iletişimin büyük bir kısmı çevrim içi gerçekleştiğinden çevrim içi platformların tüketici davranışının temel belirleyicilerinden biri olduğu kabul edilmektedir (Cenni, 2024; Rita, Ramos, Borges-Tiago & Rodrigues, 2022). Tüketiciler birçok ürün ve hizmeti çevrim içi olarak inceleme ve değerlendirme olanağına sahiptirler (Cenni & Goethals, 2017). Bu durum özellikle turizm sektörü açısından önem arz etmektedir çünkü turistler satın alma öncesinde belirsizliği azaltmak, işletmeler hakkında bilgi edinmek ve diğer kullanıcıların deneyimlerinden yararlanmak amacıyla çevrim içi yorumlara başvurmaktadır (Cenni, 2024). Tüketicilerin bu çevrim içi yorumlardan faydalandığı platformlardan biri TipAdvisordur.

Günümüzde TripAdvisor gibi çevrim içi seyahat platformları, turistlerin seyahatleri ile ilgili deneyimlerini sunan önemli kaynaklar haline gelmiştir (Soltani-Nejad vd., 2024). TripAdvisor, kullanıcıların turizm işletmeleri ve destinasyonlara yönelik deneyimlerini paylaşmalarına olanak sağlamaktadır (Bagherzadeh, Shokouhyar, Jahani & Sigala, 2021). TripAdvisor gibi turizm platformları, gezginlere tatil planlamalarında seçimlerini desteklemek için çok sayıda çevrim içi yoruma erişim imkanı sunmaktadır (Giglio, Pantano, Bilotta & Melewar, 2020). Bu platformlarda paylaşılan kullanıcı yorumları, diğer potansiyel ziyaretçiler açısından güvenilir ve etkili bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmekte; seyahat kararlarını, beklentileri ve memnuniyet düzeylerini doğrudan etkilemektedir (Soltani-Nejad vd., 2024).

Turistlerin seyahat öncesi konaklama kararlarında TripAdvisor gibi platformlarda yer alan yorumların analiz edilmesi, otel işletmelerine müşteri beklentilerini anlama, hizmet kalitesini artırma ve rekabet avantajı sağlama açısından önemli veriler sunmaktadır. Bu çalışmanın amacı Trabzon ilinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellere yönelik TripAdvisor platformunda yer alan çevrimiçi misafir yorumlarını inceleyerek, konaklama deneyiminde öne çıkan memnuniyet ve şikayet unsurlarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki 2 araştırma sorusuna cevap aranmaktadır;

AS1. Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellere yönelik çevrim içi yorumlarda hangi memnuniyet temaları öne çıkmaktadır?

AS2. Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellere yönelik çevrim içi yorumlarda hangi şikayet temaları öne çıkmaktadır?

Yöntem

Bu araştırmanın amacı, Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellere yönelik çevrim içi kullanıcı yorumlarında öne çıkan memnuniyet ve şikâyet temalarını belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, çevrim içi kullanıcı yorumlarının analizi için nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği tercih edilmiştir. İçerik analizinin tercih edilme nedeni, turistlerin çevrim içi yorumlarında düşünce ve duygularını ifade etmeleri ile bu yorumlardan anlamlı temalar çıkararak nitel verileri sistematik bir biçimde sınıflandırma olanağı sunmasıdır (Soltani-Nejad vd., 2024). Araştırma evrenini Trabzon ilinde yer alan dört ve beş yıldızlı oteller oluşturmaktadır. TÜROFED, (2005)'e göre Türkiye'de

turizm tesislerinin niteliklerine ilişkin düzenlemeler kapsamında dört ve beş yıldızlı otellerde restoran hizmeti zorunlu tutulmaktadır (Aktaran; Kaya, Enes &Kanca, 2022). Bu doğrultuda çalışma, Trabzon'un merkezi ilçesi olan Ortahisar'da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin restoranlarına ilişkin çevrim içi yorumlarla sınırlandırılmıştır. Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Trabzon ili merkezde (Ortahisar) bulunan dört ve beş yıldızlı toplam 41 otel bulunmaktadır (Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2025). Bahsi geçen verilerde otellerin isim bilgileri yer almamaktadır. Bu sebeple TripAdvisor platformundan Trabzon ilinde yer alan tüm oteller 20.04.2025 tarihinde listelenmiştir. Tarama sonucunda 1473 konaklama kaydına ulaşılmıştır. Ancak aynı otelin birden fazla kez listelenmesi, otel dışı konaklama türlerinin bulunması ve TripAdvisor'da yıldız bilgisinin yer almaması nedeniyle kayıtlar doğrudan kullanılamamıştır. Bu sebeple ilgili platformda listelenen oteller tek tek incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda tekrar eden kayıtlar ayıklanmış ve otellerin dört ya da beş yıldızlı olup olmadığı kendi resmi web sayfaları üzerinden doğrulanmıştır. Bu doğrulama sonucunda TripAdvisor'da yorumu bulunan 17 adet dört ve beş yıldızlı otel araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Araştırma TripAdvisor platformu üzerinden 17 otelin son 10 yıla ait (2017- 20 Nisan 2025) yorumu ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın verilerini ise bu 17 otele son 10 yılda yapılan toplam 1626 kullanıcı yorumu oluşturmaktadır. Çalışmada yalnızca olumsuz yorumlar değil, olumlu yorumlar da dikkate alınmıştır. Olumlu çevrim içi yorumlarının tüketicilerin güvenini artırdığı ve bu sayede satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisi olduğu ifade edilmektedir (Sönmezay &Özdemir, 2020; Öztürk & Gültekin, 2024; Arklan & Yılmaz, 2025).

Veriler önce araştırmacı tarafından manuel olarak içerik analizine tabi tutulmuş ve bu süreçte yorumlar araştırmacı tarafından ayrıntılı biçimde okunmuş, otel deneyimine ilişkin tekrar eden ifadeler kodlanmış ve benzer kodlar kategoriler altında toplanmıştır. Ardından yapay zekaya veri dosyası yüklenmiş ve benzer şekilde tema oluşturulması istenmiştir. Hem araştırmacı hem de yapay zeka tarafından oluşturulan temalar, Miles ve Huberman (1994) (Aktaran: Baltacı, 2017)'ın önerdiği ölçüt doğrultusunda, kodlayıcılar arası uyum oranının en az %80 olması koşulunu sağlamıştır. Araştırmada yalnızca TripAdvisor yorumları kullanılmış, otel ve kullanıcı (ziyaretçi) adları çalışma kapsamına dahil edilmemiştir.

Bulgular

Araştırmada ziyaretçilerin yorumlarında en sık tekrar eden kavramlar görsel olarak Şekil'de ifade edilmektedir. Bu sayede bulguların daha anlaşılır şekilde sunulması hedeflenmiştir.

Şekil 1. Kelime Bulutu

Kaynakça: Görsel (Şekil 1) yapay zeka ile oluşturulmuştur. (Veriler araştırmacı tarafından girilmiştir.)

Kelime bulutu analizi sonuçlarına göre, güzel, iyi, güler yüzlü, memnun, personel, oda, tavsiye, harika, hizmet ve kahvaltı kelimelerinin en sık kullanıldığı görülmektedir. Bu durum ziyaretçilerin genel olarak konakladıkları otellere ilişkin olumlu izlenimleri olduğunu göstermektedir.

Trabzon'da yer alan dört ve beş yıldızlı oteller için çevrim içi ziyaretçi yorumları olumlu ve olumsuz değerlendirmeler şeklinde 2 ayrı grupta incelenmiştir. Tablo 1'de ziyaretçilerin otel deneyimlerine ilişkin olumlu algıları yer alırken Tablo 2'de olumsuz algıları sunulmaktadır.

Tablo 1. Ziyaretçilerin otel deneyimlerine ilişkin olumlu değerlendirmeleri

Tema	f	%
Personel ve hizmet kalitesi	927	23,18
Temizlik ve hijyen	610	15,25
Yiyecek-içecek memnuniyeti	590	14,75
Tekrar tercih ve tavsiye etme	482	12,05
Manzara ve atmosfer	391	9,78
Otel olanakları	353	8,83
Oda konforu ve donanımı	305	7,63
Aileye uygunluk	227	5,68
Fiyat-performans memnuniyeti	59	1,48
Konum ve ulaşılabilirlik	55	1,38
Toplam	3999*	100,00

*Bir yorum birden fazla temaya kodlanabildiğinden, frekans toplamı incelenen yorum sayısından fazladır.

Tablo 1'de de Trabzon ilinde yer alan dört ve beş yıldızlı otelleri ziyaret edenlerin deneyimlerine ilişkin olumlu değerlendirmeleri sunulmuştur. Bu kapsamda ziyaretçilerin yorumları 10 tema altında toplanmıştır. Araştırma sorusu 1 (AS1)" Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellere yönelik çevrim içi yorumlarda hangi memnuniyet temaları öne çıkmaktadır?" şeklindedir. Bu kapsamda ortaya çıkan olumlu temalar; personel ve hizmet kalitesi, temizlik ve hijyen, yiyecek-içecek memnuniyeti, tekrar tercih ve tavsiye etme, manzara ve atmosfer, otel olanakları, oda konforu ve donanımı, aileye uygunluk, fiyat-performans memnuniyeti, konum ve ulaşılabilirlik şeklindedir. Temalar arasında en çok personel temizliği ve hizmet kalitesi öne çıkmaktadır. Bu durum personel ilgisinin ve hizmet kalitesinin ziyaretçi memnuniyetini artıran en önemli unsurlardan biri olduğunu göstermektedir. Öne çıkan bir diğer önemli tema temizlik ve hijyendir. Bu durum ziyaretçilerin konaklama deneyimlerinde hijyen unsurunu temel bir kalite göstergesi olarak gördüğünü göstermektedir. Yiyecek içecek memnuniyetine ilişkin temaya bakıldığında yöresel ürünlerin kahvaltıda sunulması otel deneyiminin yalnızca konaklama ile değil, destinasyonun yerel mutfak kültürüyle de ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır (Yöresel ürün memnuniyeti alt temalar arasında yer almaktadır fakat Tablo 1'de sunulmamıştır). Tekrar tercih ve tavsiye etme temasında ziyaretçilerin olumlu deneyimlerinin sadakat davranışı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Manzara ve atmosfer temasında yorumlar özellikle Trabzon'un deniz, sahil ve Karadeniz manzarası kapsamında ön plana çıkmaktadır. Ziyaretçiler deniz manzarası, huzurlu ve sakin ortamı da olumlu deneyim olarak değerlendirmektedir. Otel olanakları temasında otellerin havuz, spa, sauna, otoparki plaj ve vale olanaklarına sahip olması da olumlu deneyim olarak ifade edilmiştir. Oda konforu ve donanımı temasında geniş ve ferah odalar, rahat yataklar, yeterli oda donanımı gibi unsurlar yer almaktadır. Bu durum ziyaretçilerin konaklamalarda odanın konforunun olumlu deneyimi güçlendiren bir etkisi olduğunu göstermektedir. Aileye uygunluk teması özellikle çocuklu aileler için rahat kullanımı olması ve ev ortamı gibi ifadelerle ilişkilendirilmiştir. Fiyat ve performans memnuniyeti temasında "Verilen ücrete değer", "fiyatı uygun", "ekonomik bir deneyim", "fiyatı çok uçuk değil" gibi ifadeler kullanılmıştır. Bu durum, ziyaretçilerin otel deneyimini fiyat-performans açısından olumlu değerlendirdiğini göstermektedir. Konum ve ulaşılabilirlik temasında otellerin merkezi konumda yer alması, havalimanına ve sahile yakınlık, şehir merkezine ulaşım kolaylığı ile ziyaretçiler için avantaj olarak değerlendirilmiştir.

Genel olarak olumlu yorumlar, Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellerde ziyaretçi memnuniyetinin yalnızca fiziksel kaliteye değil, aynı zamanda hizmet etkileşimine, hijyen algısına, yiyecek-içecek deneyimine, manzara ve atmosfer gibi duygusal unsurlara, aileye uygunluğa ve fiyat-performans dengesine bağlı olarak şekillendiğini göstermektedir.

Tablo 2. Ziyaretçilerin otel deneyimlerine ilişkin olumsuz değerlendirmeleri

Tema	**f**	**%**
Yiyecek-içecek sorunları	352	41,36
Beklentinin karşılanmaması	221	25,97
Gürültü, yoğunluk ve misafir profili	81	9,52
Fiyat ve ücret memnuniyetsizliği	51	5,99
Personel ve hizmet sorunları	50	5,88

Tema	**f**	**%**
Rezervasyon ve süreç aksaklıkları	49	5,76
Temizlik ve hijyen sorunları	35	4,11
Oda ve donanım sorunları	10	1,18
Ortak alan/tesis sorunları	2	0,24
Toplam	851	100,00

Tablo 2'de de Trabzon ilinde yer alan dört ve beş yıldızlı otelleri ziyaret edenlerin deneyimlerine ilişkin olumsuz değerlendirmeleri sunulmuştur. Bu kapsamda ziyaretçilerin olumsuz yorumları 9 tema altında toplanmıştır. Araştırma sorusu 2 (AS2)" Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellere yönelik çevrim içi yorumlarda hangi şikayet temaları öne çıkmaktadır?" şeklindedir. Bu kapsamda ortaya çıkan olumsuz temalar; yiyecek-içecek sorunları, beklentinin karşılanmaması, gürültü, yoğunluk ve misafir profile, fiyat ve ücret memnuniyetsizliği, personel ve hizmet sorunları, rezervasyon ve süreç aksaklıkları, temizlik ve hijyen sorunları, oda ve donanım sorunları, ortak alan/tesis sorunları şeklindedir. Temalar arasında en yüksek frekansa sahip olumsuz tema yiyecek içecek sorunlarıdır. Bu tema kapsamında kahvaltı kalitesi, çeşit azlığı, servis aksaklıkları ve restoran hizmetlerine ilişkin memnuniyetsizlik yer almaktadır. Yiyecek içecek unsuru aynı zamanda olumlu temalar arasında da yer almaktadır. Bu durumda ziyaretçilerin restoran hizmetleri kapsamında beklentileri karşılandığında güçlü bir memnuniyet oluştuğu, herhangi bir aksaklık yaşandığında ise en belirgin şikayet alanlarından birine dönüştüğü görülmektedir. Beklentinin karşılanmaması temasına bakıldığında ziyaretçilerin otelin sahip olduğu yıldızı, marka algısı ve ödedikleri ücret sebebiyle yüksek beklentide olduklarını fakat yaşadıkları bazı deneyimlerin bu bekletileri ile örtüşmediği ortaya konmuştur. Bu kapsamda bazı ziyaretçiler bu deneyimlerini "hayal kırıklığı", "beklediğim gibi değildi", "beş yıldızlı otele yakışmadı" ve "bir daha tercih etmem" şeklinde ifade etmişlerdir. Gürültü, yoğunluk ve misafir profile temasında bazı ziyaretçiler; gece gürültüsü, yüksek ses, ortak alanlardaki kalabalık, misafir yoğunluğu ve belirli turist gruplarının davranışları gibi yorumlarda bulunmuştur. Bu durum ziyaretçilerin konaklama deneyimlerinde yalnızca otel işletmesinin sunduğu hizmetlerin değil, aynı zamanda diğer misafirlerin davranışlarının da etkili olduğunu göstermektedir. Fiyat ve ücret memnuniyetsizliği temasındaki eleştiriler minibar, oda servisi ve restoran fiyatları şeklindedir. Ziyaretçiler genellikle yorumlarında ödedikleri ücret ile aldıkları hizmet arasında uyumsuzluk olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum, dört ve beş yıldızlı otellerde fiyatın tek başına bir değerlendirme unusu olarak görülmediği aynı zamanda algılanan hizmet kalitesiyle birlikte değerlendirildiğini göstermektedir. Personel ve hizmet sorunları temasında ziyaretçiler kaba davranış, ilgisizlik, soğuk karşılama, yetersiz bilgilendirme, azarlayıcı tutum ve profesyonellik eksikliği sebebiyle olumsuz deneyim yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Olumlu yorumlarda personel davranışının en güçlü memnuniyet unsuru olması, olumsuz yorumlarda da personel kaynaklı sorunların önemli bir şikayet alanı olmasını anlamlı kılmaktadır. Rezervasyon ve süreç aksaklıkları temasında yanlış oda verilmesi, check-in sürecinde yaşanan problemler ve odaya yönlendirme eksikliği gibi durumlar yer almaktadır. Temizlik ve hijyen sorunları olumsuz yorumlarda daha düşük frekansta yer almaktadır. Bu temada yer alan ifadeler kirli masa, tozlu alanlar, lekeli çatal-bıçak ve yıkanmamış ürünler şeklindedir. Temizlik, konaklama işletmelerinde temel bir beklenti olduğu için bu alandaki aksaklıklar ziyaretçiler tarafından daha hassas biçimde algılanmaktadır. Oda ve donanım sorunları temasında sigara kokusu, rahatsız yatak, duş kabininden su sızması, TV eksikliği ve oda

konforunun beklentiyi karşılamaması gibi memnuniyetsizlikler yer almaktadır. Bu durum oda deneyiminin konaklama deneyiminde belirleyici olduğunu göstermektedir. Ortak alan ve tesis sorunları temasıdaki memnuniyetsizlikler havuz, plaj, soyunma kabini, WC ve ortak kullanım alanlarına ilişkindir.

Genel olarak olumsuz yorumlar, Trabzon'daki dört ve beş yıldızlı otellerde ziyaretçilerin yüksek hizmet standardı beklentisiyle hareket ettiğini ortaya koymaktadır. Memnuniyetsizlikler daha çok kahvaltı ve restoran hizmetleri, beklenti-deneyim uyumsuzluğu, fiyat algısı, personel davranışı, rezervasyon süreçleri, temizlik ve oda donanımı gibi hizmetin hem fiziksel hem de etkileşimsel boyutlarında yoğunlaşmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada Trabzon ilinde yer alan dört ve beş yıldızlı otellerdeki ziyaretçi deneyimleri, çevrim içi ziyaretçi yorumlarının nitel içerik analizi yoluyla incelenmiştir. TripAdvisorda yer alan toplam 1626 yorumun incelenmesi sonucundaki bulgular hem olumlu hem de olumsuz deneyimlerine göre kategorilendirilmiştir. Olumlu yorumlara ilişkin bulgularda hizmet kalitesi ve personel deneyimi, fiziksel konfor ve oda deneyimi, temizlik ve hijyen, yiyecek içecek deneyimi, konum ve erişilebilirlik, manzara ve atmosfer, otel olanakları temaları ortaya çıkmıştır. Konu ile ilgili benzer çalışmalara bakıldığında genellikle Trabzon ilinde yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak olumsuz yorumlara odaklanıldığı görülmüştür. Kaya, Enes ve Kanca (2022) tarafından Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin yiyecek-içecek bölümlerine yönelik çevrim içi yorumların incelendiği çalışmada, olumlu yorumların yiyecek-içecek, hizmet kalitesi-sunum, tasarım-atmosfer, fiyat ile temizlik ve hijyen temaları altında toplandığı görülmektedir. Söz konusu temaların bu araştırmada elde edilen olumlu yorum temalarıyla büyük ölçüde uyum gösterdiği söylenebilir. Bu durum karadeniz destinasyonlarında konaklama işletmelerine yönelik memnuniyet algısının belirli temel hizmet unsurları etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Ercan (2019) yapmış olduğu çalışmada Marmaris'te bulunan 5 yıldızlı otel işletmelerinin kurumsal Facebook sayfalarına yapılan 460 adet müşteri yorumu incelemiştir. Çalışmasında müşteri memnuniyetine ilişkin unsurlar; personel, yiyecekler, misafir odaları, otel olanakları, hizmet kalitesi, konum ve içecekler şeklindedir. Bu temalar araştırmadan elde edilen olumlu temalar ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca, Özoğul'un (2023) Marmaris'te çevreye duyarlı 5 yıldızlı işletmelere yönelik çevrim içi yorumları incelediği çalışmada ortaya çıkan olumlu temalar; insan kaynakları, otelin geneli, otel imkanları, yiyecek içecek, atmosfer, odalar, fiyat, fiziksel özellikler e hizmet ile ilgili genel durumlar şeklindedir. Trabzon doğa, kültür, yayla, iş ve şehir turizmi ile öne çıkan bir destinasyonken Marmaris daha çok deniz-kum-güneş ve tatil destinasyonu olarak önce çıkmaktadır. Bu duruma rağmen bu araştırmadan elde edilen temaların Ercan (2019) ve Özoğul'nun (2023) çalışmalarından elde edilen temalarla benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bu durum ziyaretçilerin otel deneyimlerinde bazı temel beklentilerinin destinasyondan bağımsız olduğunu göstermektedir.

Trabzon ilinde yer alan dört ve beş yıldızlı otellerdeki olumsuz ziyaretçi deneyimlerindeki temalar; yiyecek-içecek sorunları, beklentinin karşılanmaması, gürültü, yoğunluk ve misafir profile, fiyat ve ücret memnuniyetsizliği, personel ve hizmet sorunları, rezervasyon ve süreç aksaklıkları, temizlik ve hijyen sorunları, oda ve donanım sorunları, ortak alan/tesis sorunları şeklindedir. Öksüz ve Erkılıç'ın (2022) Trabzon'daki konaklama işletmelerine yönelik elektronik müşteri şikayetlerini inceledikleri çalışmada ortaya çıkan temaların otelin özellikleri ve imkanlar, odalar, yiyecek ve içecek, ön büro, personelle ilgili şikayetler, yönetim politikaları ile ilgili şikayetler ve müşteri hizmetleri olduğu görülmektedir. Aynı destinasyonda farklı zaman dilimlerinde yapılmış olan bu çalışmanın olumsuz

temalarının büyük ölçüde uyumludur. Bu durum Trabzon'daki konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetsizliğinin benzer alanlarda yoğunlaştığını düşündürmektedir. Uçar ve Kırhasanoğlu'nun (2021) Doğu Karadeniz'deki 5 yıldızlı konaklama işletmelerindeki çevrim içi şikayetleri incelediği çalışmada ortaya çıkan temalar; otel tesis imkanları ve özellikleri ile ilgili şikayetler, odalar ile ilgili şikayetler, yiyecek - içecek ve restoran ile ilgili şikayetler, yönetim ileilgili şikayetler ve personel ileilgili şikayetler şeklindedir. Söz konusu temaların bu araştırmada elde edilen olumsuz temalarla büyük ölçüde uyum gösterdiği söylenebilir.

Bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda hem karar alıcı ve uygulayıcılara pratik hem de gelecekte yapılabilecek çalışmalara yönelik teorik çıkarımlar sunmak mümkündür. Karar alıcı ve uygulayıcılara yönelik olarak, otel işletmelerinin özellikle personel eğitimi, hizmet standardizasyonu, kahvaltı ve restoran kalitesi, hijyen denetimleri, fiyat-performans dengesi ve rezervasyon/karşılama süreçlerine daha fazla önem vermeleri önerilmektedir. Ayrıca çevrim içi yorumların düzenli olarak izlenmesi, müşteri şikayetlerinin hizmet iyileştirme süreçlerine dahil edilmesi ve olumlu deneyim yaratan unsurların işletme stratejilerinde güçlendirilmesi konuk memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayabilir.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda, farklı çevrim içi platformlardaki yorumlar karşılaştırmalı olarak incelenebilir ve Trabzon'daki oteller farklı yıldız sınıfları, otel türleri veya ilçeler bazında değerlendirilebilir. Ayrıca ziyaretçi yorumları dönemsel olarak analiz edilerek sezon, turist profili ve hizmet kalitesi algısındaki değişimler ortaya konulabilir.

KAYNAKÇA

Arklan, Ü., & Yılmaz, M. (2025). Çevrim İçi Pazar Yerlerinde Firma Tarafından Üretilen İçerikler ile Tüketici Yorumlarına Ait Tutumun Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi,* (14), 23-48.

Bagherzadeh, S., Shokouhyar, S., Jahani, H., & Sigala, M. (2021). A generalizable sentiment analysis method for creating a hotel dictionary: using big data on TripAdvisor hotel reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, *12*(2), 210-238.

Baltacı, A. (2017). Nitel veri analizinde Miles-Huberman modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *3*(1), 1-14.

Cenni, I. (2024). Sharing travel experiences on TripAdvisor: A genre analysis of negative hotel reviews written in French, Spanish and Italian. *Journal of Pragmatics,* 221, 76-88.

Cenni, I., & Goethals, P. (2017). Negative hotel reviews on TripAdvisor: A cross-linguistic analysis. D*iscourse, Context & Media,* 16, 22-30.

Ercan, F. (2019). Sosyal medyada otel işletmelerine yönelik yorumların müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği açısından analizi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22(2), 552-571.

Giglio, S., Pantano, E., Bilotta, E., & Melewar, T. C. (2020). Branding luxury hotels: Evidence from the analysis of consumers'"big" visual data on TripAdvisor. *Journal of business research,* 119, 495-501.

Kaya, B., Enes, K., & Kanca, B. (2022). Türkiye'nin Doğu Karadeniz bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek içecek bölümlerine yönelik Tripadvisor yorumlarının değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13*(3), 1239-1252.

O'connor, P. (2010). Managing a hotel's image on TripAdvisor. Journal of hospitality marketing & management, 19(7), 754-772.

Öksüz, S., & Erkılıç, E. (2022). Elektronik müşteri şikayeti: Trabzon'daki konaklama işletmeleri üzerine bir inceleme. *Journal of Global Tourism and Technology Research, 3*(1), 15-29.

Özoğul, G. (2023). Çevreye duyarlı 5 yıldızlı otel işletmelerine yönelik TripAdvisor çevrim içi yorumlarının incelenmesi: Marmaris örneği. *Journal of gastronomy, hospitality and travel (Online), 6*(3).

Öztürk, S. & Gültekin, Y. (2024). Online tüketici yorumlarının satın alma niyeti üzerine etkisi ve tutumun aracılık rolünün incelenmesi. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal* (SMART JOURNAL), 7(40), 29-41.

Rita, P., Ramos, R., Borges-Tiago, M. T., & Rodrigues, D. (2022). Impact of the rating system on sentiment and tone of voice: A Booking. com and TripAdvisor comparison study. *International Journal of Hospitality Management*, 104, 103245.

Soltani-Nejad, N., Rastegar, R., Shahriari-Mehr, G., & Taheri-Azad, F. (2024). Conceptualizing tourist journey: Qualitative analysis of tourist experiences on TripAdvisor. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 25*(2), 343-364.

Sönmezay, M., & Özdemir, E. (2020). E-ticarette tüketici güvenini etkileyen faktörler ve tüketicilerin çevrim içi satın alma niyeti üzerinde güvenin etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 12*(4), 4252-4268.

Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Erişim adresi: https://trabzon.ktb.gov.tr/ Erişim Tarihi: 10.02.2025

Uçar, Ö., & Kırhasanoğlu, M. (2021). Doğu Karadeniz'deki 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri şikayetlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5*(3), 2149-2165.

Etik Onay

Bu çalışma, katılımcılardan birebir veri toplamayı gerektiren araştırma kapsamına girmediği ve veriler ikincil veri olarak elde edildiği için etik kurul onayı gerektirmeyen çalışmalar arasında yer almaktadır.

Çıkar Çatışması

Bu çalışmada potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.