



**NETNOGRAFİK BAKIŞ AÇISI İLE OTELLERİN HİZMET KALİTESİNİN İNCELENMESİ:
DİYARBAKIR ÖRNEĞİ (AN ANALYSIS OF HOTEL SERVICE QUALITY FROM A
NETNOGRAPHIC PERSPECTIVE: THE CASE OF DIYARBAKIR)**

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK ^{1*} (orcid.org/ 0000-0001-6552-4559)

¹Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Mardin, Türkiye

Özet

Hizmet kalitesinin ölçülmesi, işletmelerin veya destinasyonların mevcut durumlarını görmeleri ve eksikliklerini gidermeleri açısından önem arz etmektedir. İşletmeler misafirlerin hizmet kalitesi algılarını belirleyerek onları dikkate almakta ve sorunların çözümü ile müşteri memnuniyeti sağlamaktadırlar. Müşteri memnuniyeti ile işletmeler müşteri sadakati, tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme davranışı sergilemektedirler. Araştırmanın amacı, Tripadvisor ortamında Diyarbakır destinasyonunda yer alan oteller ile ilgili yorumlardan hizmet kalitesi düzeyini SERVPERF modeline uygun olarak netnografik yöntemle belirlemektir. 2025 yılı Eylül ayında araştırma kapsamına alınan 6 otel işletmesi ile ilgili 1705 yorum bulunmaktadır. Yorumlardan Türkçe olan 1559 yorum araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Yapılan değerlendirmelerde bir işletmede aynı yorumların tekrarlandığı belirlenmiş olup çıkarılmış ve 1548 yorum değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirmeler sonucunda misafirlerin yorumları SERVPERF modeline uygun olarak fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati alt boyutları altında toplanmıştır. Araştırmada tüketici yorumları incelendiğinde, en fazla yorumu otel işletmelerinin fiziksel özellikleri ile ilgili olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla empati, heveslilik, güvenilirlik ve en son güven boyutu takip etmiştir. Güven boyutu ile ilgili yorumlar diğer boyutlara göre çok düşük düzeyde kalmıştır. Her ne kadar fiziksel özellikler ile ilgili olumlu yorum sayısı daha fazla olsa da empati ve heveslilik boyutlarında yapılan olumsuz yorumlar fiziksel özellikler boyutuna yapılan olumsuz yorumlardan daha azdır. Araştırmada yorumların incelenmesi sonucunda bazı eksikliklerin olduğu belirlenmiştir. Genel olarak personellerin ilgili, yardım etmeleri ve misafirperver oldukları belirlense de bazı personellerin profesyonellikten uzak, kaba, saygısız davrandığı belirlenmiştir. İşletmelerin fiziki olanakları ile ilgili olumlu yorumlar yanında elektrik kesintilerinin olması, sonrasında kapalı olan televizyonların kendiliğinden açılması, internet bağlantısının olmaması, klima sistemlerinin yeterli olmaması gibi konularda sorunlar yaşandığı belirlenmiştir. Bazı hizmetlerin işletmelerin konseptlerinde olmamaları (bellboy, traş takımı vb.) misafirler tarafından olumsuz algılanmaktadır. Ayrıca işletmelerde verilen yemek hizmetlerinin kısıtlı olduğu ve çeşitliliğin artması gerektiği de bir diğer husus olarak belirlenmiştir. İşletmelerin bu eksiklikleri gidermeleri için misafirlere daha iyi hizmet sunmaları, yatırım yapmaları ve personeli sürekli eğitmeleri önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, SERVPERF, Netnografik, Tripadvisor

Abstract

Measuring service quality is important for businesses or destinations to see their current status and address their deficiencies. Businesses determine guests' perceptions of service quality, take them into account, and ensure customer satisfaction by resolving issues. Customer satisfaction leads to customer loyalty, repeat visits and recommendations. The aim of the study is to determine the level of service quality based on reviews of hotels in the Diyarbakır destination on Tripadvisor using a netnographic method in line with the SERVPERF model. There are 1,705 reviews related to the 6 hotel businesses included in the research scope in September 2025. The 1,559 Turkish-language reviews formed the sample for the study. During the evaluation, duplicate reviews for the same business were identified and removed, leaving 1,548 reviews for analysis. As a result of the evaluations, the guests' reviews were grouped under the sub-dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy, in line with the SERVPERF model. When consumer reviews were examined in the study, it was observed that the most reviews were related to the tangibles of hotel businesses. This was followed by empathy, responsiveness, reliability, and finally assurance. Comments related to the assurance dimension remained at a very low level compared to other dimensions. Although there were more positive comments about tangibles, negative comments about empathy and responsiveness were fewer than negative comments about tangibles. The analysis of the comments in the study revealed some deficiencies. In general, it was determined that the staff were attentive, helpful, and hospitable, but some staff members were found to be unprofessional, rude and disrespectful. Alongside positive comments about the tangibles of the businesses, it was determined that there were problems such as power outages, televisions turning on by themselves after being turned off, lack of internet connection and inadequate air conditioning systems. The absence of certain services in the concepts of businesses (bellboy, shaving kit, etc.) is perceived negatively by guests. It was also noted that the food

*Sorumlu yazar: gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2025.571

services provided at the establishments were limited and that more variety was needed. It is recommended that businesses address these shortcomings by providing better service to guests, making investments, and continuously training their staff.

Keywords: Service Quality, SERVPERF, Netnographic, Tripadvisor

Giriş

Destinasyonlara ziyaretler sırasında en çok hizmet alınan alanlar yiyecek içecek, konaklama ve alışveriş işletmeleri yer almaktadır. Turizmin temel alanı olan konaklama hizmeti en çok oteller aracılığıyla sağlanmaktadır. Bu kapsamda turistlerin otellerden memnun ayrılması destinasyon hakkında olumlu izlenimler oluşmasını sağlamaktadır. Memnuniyeti artıran en önemli unsur da hizmet kalitesinin yüksek olmasıdır.

Tüketiciler gün geçtikçe kalite konusuna daha fazla önem vermekte ve bu da işletmelerin hizmet kalitesi konusunda daha hassas davranmalarını sağlamaktadır (Sevgi ve Paksoy, 2018, s.56). Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve şirket kârlılığı birbiriyle yakından bağlantılıdır (Kotler and Keller, 2016). Misafirlerin yüksek hizmet kalitesi algısı, işletme ile güven misafir arasında güven oluşturarak aralarında uzun dönemli ilişkiler kurulmasına ve sürdürülmesine yardımcı olmaktadır (Koçoğlu, 2012, s.287).

Hizmet, fiziksel bir varlığı olmayan ve tüketildiğinde sona eren faaliyetlerdir. Bu nedenle de standart bir hizmetin verilmesi zordur. Bunu sağlamak içinde öncelikle hizmet kalitesinin ölçülmesi ile tüketicilerin yorumları incelenmeli ve müşteri memnuniyeti için eksik kalan kısımlar tamamlanmalıdır. Bu kapsamda çalışmada Diyarbakır'da bulunan otel işletmelerinin Tripadvisor'da en fazla yorumu alan dört yıldızlı üç işletme ile dört yıldızlı üç işletme hakkında yapılan yorumların netnografik yöntemle hizmet kalitesi algısı belirlenmeye çalışılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesi

Otel işletmeleri sürekli değişen müşteri istek ile ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kaliteli hizmet sunmak zorundadır. Otel işletmelerindeki hizmetin kaliteli olması ve sürekli iyileştirilmesi için hizmeti üreten departmanların ve hizmet personelinin nitelikli olmaları gerekebilmektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması için misafir beklentilerinin karşılanması gerekmektedir. Bu nedenle hizmet kalitesinin tespitinde otel içi kriterlerin iyi analiz edilmesi ve sonuçlarının iyi değerlendirilmesi gerekmektedir (Uğur, 2018, s. 78).

Hizmet işletmelerinin varlıklarını devam ettirebilmesi, karlılıklarını arttırabilmesi ve rakiplerine karşı fırsat avantajı elde edebilmesi, müşteri memnuniyeti sağlayarak hizmet kalitelerini arttırabilmesi veya geliştirebilmesi için hizmet kalitesinin ölçülmesi elzemdir (Manav, 2017, s.5). Hizmet kalitesinin yüksek olması için, müşterilerin isteklerinin bilinmesi ve bunu karşılayacak işletmelerin hizmetleri arasında uyum olmalıdır (Öztürk ve Kenzhebayeva, 2013, s. 37).

Termal otel işletmeleri tarafından sunulan hizmet kalitesinin belirlendiği çalışmada, hizmet kalitesinin misafirlerin beklentilerini karşılaması, personellerin olumlu davranış sergilemeleri misafirlerin memnun olması ve tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme davranışları sergilemesini sağlamaktadır (Baştürk ve Sağlık, 2020, s. 51).

Çanakkale merkezinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerin hizmet kalitesiyle misafir memnuniyeti arasındaki ilişki incelendiğinde hizmet kalitesiyle, misafir memnuniyeti arasında istatistiksel olarak ilişki tespit edilmiştir. Misafir memnuniyetini etkileyen en önemli unsurun hizmet kalitesi olduğu belirlenmiştir (Bucak ve Özarslan, 2016, s. 25).

Hizmet kalitesi, Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından; ulaşılabilirlik, iletişim, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik, güvenilirlik, heveslilik, emniyet, somut varlıklar ve müşteriye anlama olarak incelenmiştir. Daha sonra yapılan çalışmada bu on boyut fiziksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, güven verme ve empati olarak beş boyutta incelenmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988).

Hizmet kalitesini belirleme yöntemlerinden SERVQUAL yönteminde fiziksel özellikler, fiziksel tesisler, ekipman ve personelin görünümünü; güvenilirlik, söz verilen hizmeti güvenilir ve doğru bir şekilde yerine getirme becerisi; heveslilik, müşterilere yardımcı olma ve hızlı hizmet sunma isteği; güven, çalışanların bilgi ve nezaketi ve güven uyandırma becerileri; empati, işletmenin müşterilere sağladığı özenli ve bireysel ilgiyi ifade etmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Cronin ve Taylor (1992) SERVQUAL modelini oluşturan 22 maddeyi kullanarak sadece performansın sonucunun hizmet kalitesini ifade ettiğini belirtmiştir. Bu modeli de SERVPERF olarak adlandırmışlardır.

Bülbül ve Demirer (2008) tarafından SERPERF ve SERVQUAL modellerinin karşılaştırıldığı çalışmada ölçeklerin geçerliliği açısından SERVQUAL modelinin daha iyi bir uyum gösterdiği, SERPERF modelinin alt boyutlarının, algılanan hizmet kalitesi yapısındaki değişimleri açıklamada daha güçlü olduğu sonucuna varılmıştır.

İkiz (2010) tarafından hizmet kalitesi modellerinin karşılaştırılması üzerine yapılan çalışmasında SERPERF modelini, empati, elle tutulabilirlik, güvence, güvenilirlik, yanıt verebilirlik, genel hizmet kalitesi, tüketici tatmini ve satın alma niyeti gibi örtük değişkenlerinden oluştuğunu ifade etmiştir. Empati, elle tutulabilirlik, güvence, güvenilirlik, yanıt verebilirlik değişkenleri genel hizmet kalitesini etkilemekte, genel hizmet kalitesi ve tüketici tatmini de satın alma niyetini etkilemektedir. Tüketici tatmini ile genel hizmet kalitesinin karşılıklı etkileşimi olduğu belirtilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Tripadvisor ortamında Diyarbakır destinasyonunda yer alan oteller ile ilgili yorumlardan hizmet kalitesi düzeyini SERPERF modeline uygun olarak netnografik yöntemle belirlemektir. Hizmet kalitesi ile ilgili farklı modeller kullanılarak yapılan çalışmalarda daha çok müşteriler ile yüz yüze veya online olarak anket tekniği ile kalite algısı belirlenmektedir. Ancak Netnografik yöntemde çevrimiçi yorumlar alındığından müşterilerin kendi cümleleri ile otelleri değerlendirdikleri ve bağımsız olarak yorum yazdıkları varsayılmaktadır. Bu da müşterilerin daha rahat ve istedikleri yorumları yapmaları anlamına gelmektedir.

Yöntem

Hizmet kalitesinin belirlenmesinde farklı yöntemler kullanılmakla birlikte araştırmada SERPERF modeline uygun olarak çevrimiçi yorumlar netnografik yöntemle gruplandırılmaktadır. Cronin ve Taylor (1992) tarafından geliştirilen SERPERF ölçeğinin maddeleri incelenerek yorumlar ilgili modelin alt boyutlarına göre sınıflandırılmıştır. Umur (2015) tarafından yapılan çalışmada Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL modelinde alt boyutların özellikleri incelenmiştir. Ayrıca Şirin (2016) tarafından yapılan tez çalışmasında kullanılan SERPERF ölçeğinin ifadeleri de incelenmiştir. Yorumlar bu çalışmaların ışığında sınıflandırılmıştır.

Etnografik araştırma, sosyal bilimlerde kullanılan bir araştırma desendir. Etnografik araştırmanın amacı, katılımcıların bakış açısından bulundukları sosyal ortamlar hakkında bilgi toplamak olarak ifade edilebilir. Toplulukların ve grupların kültürleri, yaşam tarzları ve davranış biçimleri gibi pratiklerini anlamaya çalışan ve insan ilişkileri ile oluşan bu pratikleri kendi bağlamı içinde inceleyen bir araştırma geleneğidir (Demircioğlu ve Dereli, 2023, s.108). Teknolojinin insan hayatında önemli bir yer edinmesi sonucunda sosyal medya, web siteleri gibi platformlarda çevrimiçi yorumların aktarımı ile netnografik yöntem gelişmeye başlamıştır (Demircioğlu ve Dereli, 2023, s.118).

Tüketici araştırmalarında son yıllarda ortaya çıkan bir yöntem olan netnografi, özellikle internetteki kültürlerin ve toplulukların tüketici davranışlarını araştırmak için geliştirilmiş bir yorumlama yöntemidir (Kozinets, 1998, s. 366). Netnografi yöntemini doğal, göze batmayan ve objektif olduğu için tüketici deneyiminin analizinde çok önemlidir. Ayrıca, bu yöntem araştırmacıların çok zengin ve serbestçe erişilebilir bir veri kümesini kullanmalarına olanak tanımaktadır (Thanh ve Kirova, 2018, s. 37). Netnografi yaklaşımının kullanımı coğrafya, sosyoloji, medya çalışmaları, seyahat ve turizm, cinsellik ve cinsiyet araştırmaları, hemşirelik, bağımlılık araştırmaları, oyun çalışmaları ve eğitim gibi çeşitli alanlarda hızla yaygınlaşmaktadır (Kozinets, 2015).

Araştırmada kullanılacak çevrimiçi yorumlar Tripadvisor platformundan alınmıştır. Tripadvisor, seyahat edenlerin otel kalitesiyle ilgili kişisel görüşlerini paylaşırken, diğer gezginlerin önerilerini de okuyabilecekleri bir forum görevi görmektedir. Bu, bir otelin kalite ve hizmet düzeyini anında gösteren açık bir numaralandırma sistemidir. Bağımsız gezginler bu sisteme giderek daha fazla güven duyabilmektedirler (Jeacle ve Carter, 2011, s. 294). Doğan, Sert ve Tutan (2016) tarafından konaklama işletmeleriyle ilgili internet sitelerinde yer alan yorumların tüketici karar sürecine etkisinin araştırıldığı çalışmada, tüketicilerin genel olarak internet sitelerindeki yorumlardan etkilendikleri, şikâyet sitelerinin konaklama işletmesi seçimi ve yaşanan deneyimlerin paylaşılmasında çok önemli bir bilgi kaynağı olarak görüldüğü sonucuna varılmıştır.

Çalışmada Tripadvisor’da yer alan yorumlar hizmet kalitesinin fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati alt boyutlarına uygun olarak sınıflandırılmıştır. Kırıcı Tekeli ve Tekeli (2021) tarafından yapılan çalışmada “TripAdvisor” daki misafir yorumları değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler sonucunda misafirlerin yorumları fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati alt boyutları altında toplanmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü verilerinde Diyarbakır destinasyonunda yer alan turizm işletme belgeli oteller incelendiğinde 3 adet beş yıldızlı otel, 13 adet de dört yıldızlı otel olduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında araştırmacının incelemesi sonucunda çok fazla yorum olduğu görülüp araştırmanın örnekleminde 3 adet beş yıldızlı otel ve üç adet en fazla yorum alan dört yıldızlı oteller incelenmiştir. Beş yıldızlı bir otelin adı değiştiğinden her iki isim altında yapılan yorumlar dahil edilmiştir. 2025 yılı Eylül ayında toplamda 16 turizm işletme belgeli oteller ile ilgili 2264 yorum bulunmaktadır. Araştırma kapsamına alınan otel işletmeleri ile ilgili 1705 yorum bulunmaktadır. Yorumlardan Türkçe olan 1559 yorum araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Verilerde zaman açısından herhangi bir sınırlılık yapılmamış ve tüm yorumlar analizine dâhil edilmiştir. Yapılan değerlendirmelerde bir işletmede aynı yorumların tekrarlandığı belirlenmiş olup çıkarılmış ve 1548 yorum değerlendirmeye alınmıştır. Verilerin değerlendirilmesi amacıyla yorumlar Excel formatına aktarılmış ve SERVPERF modelindeki alt boyutlara uygun olarak veri analizinden önce farklı çalışmalarda maddeler ve açıklamalar dikkate alınarak tema ve kodların belirlenmesinde uzman görüşü alınmıştır. Yorumlar hizmet kalitesine göre yüksek, orta ve düşük olarak sınıflandırmıştır. Bazı alt boyutlarda hem olumlu hem de olumsuz yorumların olması nedeniyle orta derece olarak sınıflandırılmıştır. *Araştırmada çevrimiçi yorumlar incelendiğinden ve paylaşımlar kamuya açık olduğundan etik kurul raporu gerekmemektedir.*

Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen veriler incelenmiş ve SERVPERF hizmet kalitesi modeline uygun olarak kodlamalar yapılmış ve araştırmacı tarafından yorumlar sınıflandırılmıştır. SERVPERF modeline uygun olarak fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarına uygun olarak analiz yapılmıştır. Elde edilen yorumlar sıklık derecesine göre verilmiştir (Tablo 1). Araştırmada tüketici yorumları incelendiğinde en fazla yorumu otel işletmelerinin fiziksel özellikleri ile ilgili olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla empati, heveslilik, güvenilirlik ve en son güven boyutu takip etmiştir. Güven boyutu ile ilgili yorumlar diğer boyutlara göre çok düşük düzeyde kalmıştır.

Tablo 1. SERVPERF Modelinin Alt Boyutlarına İlişkin Frekanslar

SERVPERF alt boyutlar	Yüksek	Düşük	Orta	Toplam
Fiziksel özellikler	889	103	64	1056
Güvenirlik	801	118	58	977
Empati	882	43	8	933
Heveslilik	812	43	6	861
Güven	53	20	1	74
Genel kalite düzeyi	1328	131	89	1548

Aşağıda araştırmada hizmet kalitesini oluşturan alt boyutlar detaylı incelenmiş ve yorumlardan doğrudan alıntılar yapılarak değerlendirilmiştir.

Fiziksel özellikler

Fiziksel özellikler boyutu altında otelin görünüşü, kullanılan aletlerin özellikleri, personelin görüntüsü, hizmet verilen alanların fiziksel olanakları gibi konular ele alınmaktadır. Araştırmada incelenen yorumların çoğunluğunun otel işletmelerinin fiziksel özellikleri ile ilgili yapıldığı belirlenmiştir (1056 yorum). Yapılan yorumların büyük bir bölümü olumlu olmakla birlikte (889), düşük (103) ve orta düzeyde (64) de yorumlar yapılmıştır. Aynı alt boyutta hem olumlu hem de olumsuz görüşler orta düzey olarak ifade edilmiştir. Fiziksel alt boyutu destekleyen olumlu yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

...Otelin konumu ve manzarası çok güzel. ... Terasında manzaraya karşı çayınızı kahvenizi keyifle içebilirsiniz...Otel temiz ve hem ekipman hem hijyen ürünleri yüksek kalitede.

... Otel çok hoş dizayn edilmiş. ... Odaları gayet konforlu ve kaliteli. Wireless hizmeti kesintisiz ve hızlı. ..Otelden ulaşım kolay ve Markasına yakışır bir otel. Memnun kadım.

... (otel adı) Diyarbakır'da konaklama deneyimim olağanüstüydü... Otelin modern tasarımı, temizliği ve konforu, misafirperverliğin en güzel örneklerinden biri olarak hafızamda yer edindi.

... Hayatımda gördüğüm en güzel oteldi kendimi evimde gibi hissettim. ...Odalar çok ferah ve konforluydu hizmet çok iyiydi...

... Şimdiye kadar gördüğüm en güzel en temiz otel konum olarak da şahane bir yer...

... Diyarbakır'ın en güzel oteli...

... Umumi yerler daha estetik olabilirdi. Odalar sessiz ve rahattı. Ben dışlarını beğendim...

... Mefruşat özenli ve zevkli döşenmiş...

... Masalar çok şık hazırlanmıştı ve bizler için çok konforlu bir alan planlanmıştı....

... Odaları çağdaş tasarımlı ve rahat. Yatak ve yastıkları da rahattı. Odada ihtiyacınız olan hemen hemen her şey mevcuttu. Otopark sorunu yok, yol üstü olması ile de rahat giriş çıkış yapabiliyorsunuz....

... Otel odaları geniş ve temiz. Kahvaltı salonu güzel kahvaltı yeterli...

... Banyosunda hem modern denilen aletler var hem de Diyarbakır hamamı şeklinde bir dizayn yapılmış. Bence harikaydı....

... odalar şık, temiz, konforlu...

... sanırım yeni bir otel, standartları yüksek ve iyi hissettiren bir teması var. Odalar iyi dizayn edilmiş...

Fiziksel alt boyutu destekleyen olumsuz yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Otel çok güzel karşılaması ağırlaması kahvaltısı beklenen ...kalitesinde fakat tek eksik ve bana göre büyük bir eksik yataklar çok küçük çift kişilik yatakları 1.60 tek kişilik yatakları 90 cm likartık en kötü pansiyon bile bu kadar küçük yatak kullanmıyor. Odalarda daha büyük yatakları kaldıracak büyüklükte. Yeni yapılmasına rağmen böylesi önemli bir ayrıntıyı gözden kaçırmamalıydı.

... Otel eski(otel adı)..... aslında, kalan malzemelere el koyup hiç bir şeyi yenilemeden giren ...markasının bir çok otelinde kaldım burası resmen şaşırttı beni bölgede bir çok eski ve bakımsız otel var onlar gibi bir halde.

... Öncelikle 5 yıldızlı otellerde daha kaliteli yastık olur! Kullandığınız yastıklar içi boş fazlasıyla rahatsız ediciydi yani "5 yıldızlı" otellerde hiç rastlamadığım bir durum...

... Beş yıldız hak etmiyor. Akşam yemeği gerçekten çok kötüydü. Lobi ile bağlantılı küçük bir restoranda, yaklaşık 30 dakika sıra bekledikten sonra bizi bekleyen büfe hayal kırıklığı sebebiydi, okul kantini gibiydi, bir tabldotumuz eksikti...

... Spor salonu, hamam/sauna, havuz yok.

... Otele gelince eksiklikleri çok, oda büyüklüğü güzel, tamiri tamamlanmamış bir odam vardı. resimlerde görüldüğü gibi. banyoda klozet fırçası, sabun vs konulmamıştı. bir 5* otel için bu tip eksiklikler olmamalı.

... Odanın küçüklüğü, odada küvetin olmaması, bornoz olmaması...

Yorumlarda fiziksel özelliklerde görüşler genel olarak odaların boyutu, kullanılan malzemeler ekipman, dizaynı ile ilgilidir.

Güvenirlilik

Güvenirlilik, verilen sözü yerine getirme, kusursuz hizmet, doğru hizmet verme gibi konular ile ilgilidir. Yorumların değerlendirilmesinde bu konulara dikkat edilmiştir. Güvenirlilik ile ilgili yapılan yorumların büyük bir bölümü olumlu olmakla birlikte (801), düşük (118) ve orta düzeyde (58) yorumlar yapılmıştır. Güvenirlilik alt boyutu destekleyen olumlu yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

...Enfes tatildi herşey çok güzeldi bence otel personeli ve genel hizmet kalitesi gayet başarılıydı teşekkürler...ailesi ayrıca oda temizliği ve otelin genel temizliğinde hassas olduğunu gördük herşey için teşekkürler.

... Mükemmel konaklama olanakları ve ilgili personeller, herşey mükemmeldi. Otellerin sunduğu her hizmet kusursuzdu. Daha önceki tüm iş seyahatlerimizde kullandığımız bir mekândı. Harikaydı. Teşekkürler ...otel. Bu harika deneyim için.

... ilk girişte bize farklı olduklarını hissettirdiler otele giriş saatinden önce gelmiştik bekletmeden odamızı verdiler odalar temiz güzel bakımlı...

... (otel adı) Diyarbakır kesinlikle tebrike layık takdire şayan bir otel. Çalışanlardan temizliğe, kahvaltıdan hizmete her şeyiyle iyi.

... Güzel bir otel ve kaliteli bir hizmet var çok beğendim...

... Otel çok kaliteli idi. Yemek, coffee break, temizlik konusunda süper...

... Her şeyiyle mükemmel, alışık olduğumuz ... (otel adı) kalitesinin yanı sıra Diyarbakır'ın misafirperverliği ve yardımseverliği... Kahvaltı da oldukça zengin ve kaliteliydi.

... konakladığımız otelin kalitesinden ve personelin alakasından ziyadesiyle memnun kaldık...

... Temizlik ve kahvaltı konusunda hiç sorun yaşatmadı ve hep güvenilir oldu...

Güvenirlilik alt boyutu destekleyen olumsuz yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Böyle olması beni hayal kırıklığına uğrattı. banyoda batarya bozuk, suyun tazyiki az, sandviç ekmeği bayat, oda tozlu, çarşaf lar pis. belki en kötü tercihleri yapmışımdır diye düşünmeye başladım. çünkü alıştığım kalite standartlarının çok altında.

... Otelle iletişime geçmeye çalıştık ama çok zor ulaştığımızda isteğimizin yerine getirileceği söylendi ama hiç birşey yapılmadı.

... . Doğum günü için rezerve yaptım bir gün öncesi fakat ötele gittik gayet sorumsuz bir şekilde rezervasyonumun kaydını dahi almayıp istenilen ve vaat edilen yer ile alakasız bir şekilde farklı bir mekan da 5 dakika da alelacele hazırlamaya çalıştıkları masaya almaya çalıştılar kesinlikle berbat idi gecemiz rezil oldu...

... Bebek yatağı istemiştin, park yatağın içine yatak koymadan getirip bırakıp gittiler...

... İlk girişte otelin resepsiyonlarının müşteriye yönlendirmesi hiç hoş değil. Bir personel ilgilenirken yarıda kesip diğer personele yönlendirmesi ve sabah uyandırma için ve taksi çağırılması için not bıraktım fakat uyandırmadılar, uçağımı kaçırdım. Üstüne üstlük havaalanında beni arayıp oda durumunu soruyorlar...

... Gecenin geç saatlerinde Teknik Servis kapıya gelerek "içerde bir şey unutmuş olabiliriz" demesi, sabah saatlerinde bir otel görevlisinin yanında yeni bir müşteri ile "odanın rahatsız etmeyin ışığı yanarken" içeri girmeleri, global bir markanın otelinde yaşanmaması gereken durumlardı. Bu durumları anlattığım otel müdürünün "ilgileneceğim ve size dönüş sağlayacağım" demesinden sonra çıkışta dahi kimsenin bir şey söylememesi gerçekten üzüntü verici.

... kalitede düşüş var bir dahaki seyahatimde tercih etmeyebilirim.

... Bu kadar para verdiğimiz halde konforlu bir gece geçirmediğimiz yetmedi, üzerine su parasını istediler.

Heveslilik

Heveslilik alt boyutunda çalışanların yardımsever olması, güler yüzlü hizmet vermesi, misafirlere yardımda istekli olması, zamanında hizmet vermesi gibi konular yer almaktadır. Heveslilik ile ilgili yapılan yorumların büyük bir bölümü olumlu olmakla birlikte (812), düşük (43) ve orta düzeyde (6) yorumlar yapılmıştır. Heveslilik alt boyutu destekleyen olumlu yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Mükemmel ötesi her şey çok güzel. Lobinin kombinasyonu, otel içerisinde bulunan personeller ve müdürler gayet güler yüzlü, yardımsever. Lavabonun yerini sormamıza gerek duymadan resepsiyonda çalışan arkadaşlar hemen nasıl yardımcı olabilirim diye direkt sormaları çok şaşırttı ve çok mutlu etti. Mutluluk verici bir olaydı. Çok memnun kaldık, her şey harika.

... . Kaliteli işletme kaliteli personel ile mümkün. ... Güler yüzlü yardımsever personel. Ayrıca resepsiyonda görevli ... hanımefendiye ilgi alakası, yardımseverliği, güler yüzü nezaketi için teşekkürler. Otel yönetimini de böyle kaliteli, yetkin ve çözüm odaklı personellere sahip olduğu için kutlarım.

... Personel hizmeti, karşılama, uğurlama, ilgi, samimiyet, kalite çok iyi seviyede...

... Personeli son derece güler yüzlü ve yardımsever... İşlerinde gayet temiz ve tertipli çalıştıklarını da söylemem gerekiyor. Her konuda size yardımcı olmaya çalışıyorlar.

... en önemlisi de personelin ilgili ve güler yüzlü olması (reception çalışanları) otelin tercih edilmesinin en büyük etkenlerinden biri...

... Güler yüzlü karşılama ve hizmet...

... Göstermiş oldukları samimiyet güler yüzlülük günün yorgununu sıfırlamaya yetiyor.

... personelin, özellikle Baran Bey'in, misafirperverliğinden çok memnun kaldık. Hamam ve saunayı ziyaret etme fırsatımız olmadı ama resepsiyon ekibi bize tüm gerekli bilgiyi verip yardımcı oldu.

... güler yüzlü ve nazik personelleri bizleri fazlasıyla memnun etmiştir.

... Çalışanlarından ...hanım güler yüzlü, sevecen ve misafirperverdi, teşekkür ediyorum kendisine. Resepsiyonist ...hanımın ise check-in esnasında biraz daha açıklayıcı bilgiler veriyor olmasını tercih ederdim.

... Otel çalışanları Diyarbakır'ın misafirperverliğini pek yansıtmıyor, sadece valedede karşılayan arkadaş çok güler yüzlüydü (siz de ona sahip çıkın). Yani çok iyi çalışanlar hariç...

... Resepsiyonda bulunan personellerden bazıları ilgili ve güler yüzlü iken bazıları değil...

Heveslilik alt boyutu destekleyen olumsuz yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Rezervasyon şirketi üzerinden ..rezervasyon yaptım ancak bana gelen rezervasyon mesajında ... görünce şok oldum. Hemen şirketin Türkiye ofisini aradım ama hafta sonu olduğu için kapalıydı. Ben de koskoca ... hotelidir bana yardımcı olurlar rezervasyonumu 1 gün ileri alırlar diye oteli aradım ama telefonu açan arkadaş hiç orali olmadı yardım etmek bir tarafa telefonu kapat kapat der gibiydi. Ben ... hoteli imajına yakıştıramadım. Ve rezervasyon yaptırdığım halde gidemedim. ... hotel bence bana bir gece borçlusunuz. Telefona bakan arkadaş anlayışlı biri olsa ya da bir yetkiliye bağlasa belki dinlerlerdi ama hiç takmadı beni. Dediğim gibi bana bir gece borçlusunuz.

... Odamla ilgili yaşadığım sorunlar için bana yoldan gelmiş olduğum halde makul ve hızlı bir çözüm bulunamadı. Resepsiyondaki görevli çok yavaş ve aynı zamanda otel yönetimi fazlasıyla ilgisiz. Konaklamamda tek memnun olduğum şey yaşadığım minibar problemini buz kovası takviyesi ile çözüm bulmaya çalışan ismini hatırlamadığım nazik ve kibar oda servisi görevlisiydi.

... Check-in alan ... Hanım o kadar bezmiş ki işinden, karşıdaki hissediyor...

... Gel gelelim resepsiyon görevlileri tam bir faciaydı. İsmi bilmediğim hanımefendi okul müdürü edasında önüne geleni azarlıyordu ve görüntü hiç hoş değildi, genel tutumu da son derece gergin ve sabırsızdı. 3 gece konaklamamızın 2. Gününde gezinmek için otelden tam çıkaracağımız sırada resepsiyondan bir beyefendinin 'hey sizin bugün çıkış mıydı' diye arkamızdan bağırarak seslenmesi de unutulmaz bir andı...

Güven

Güvence de dinelen güven alt boyutu çalışanların misafirlere güven duygusu vermesi verilen hizmetin risk ve tehlike yaratmaması, yapılan işlemlerde misafirlerin kendilerini güvende hissetmeleri gibi konuları içermektedir. Güven ile ilgili yapılan yorumların büyük bir bölümü olumlu olmakla birlikte (53), düşük (20) ve orta düzeyde (1) yorumlar yapılmıştır. Güven alt boyutu destekleyen olumlu yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Şehir merkezinde değil, gece çıkıp dolaşabileceğiniz bir konumu yok. İş için gidip kalınabilecek, güvenli ve temiz bir otel...

... İlk konaklamamdı. ... Hijyen, kahvaltı zenginliği, güvenlik ve ilgi dahil her yönüyle gerçekten mükemmel bir mekan.

... otel sessiz ve güvenlik açısından oldukça iyi kartla asansörle çıkılması çok güzel bir durum.

... Diyarbakır'da gönül rahatlığıyla kalabileceğiniz rahat, temiz ve güvenli bir otel...

... Çalışanların ilgisi, tek başına bir bayanın en üst seviyede rahat hissetmesi, modern ve şık detayları ve hepsinden önemlisi çalışanların donanımlı ve eğitilmiş oluşları ile Diyarbakır'ın en iyisi olduğuna karar verdiğim oteldir.

... Otel son derece güvenli....

... Kesinlikle güvenli bir yer. Diyarbakır'da gözünüz kapalı seçebileceğiniz bir yer.

... kendimi güvende hissettim... gece 3'te bile otele ulaşımında sorun ya da endişe yaşamadım.

... en önemlisi güvenilir kesinle ailenizle kalabilirsiniz:)

... Diyarbakır'da kalmak isteyenler için hem güvenli hem konforlu.

Güven alt boyutu destekleyen olumsuz yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Daha otele girerken göstermelik bir manyetik güvenlik kapısı sizi karşılıyor. Başında kimse yok...

... Fakat komşusu olduğu yapılar — — gergin bir atmosfer oluşturmuş...

... Otelin konumu şehir merkezinde fakat alışveriş merkezinin içerisinde olması güvenlik açığı oluşturmaktadır.

... Otel önünde daha çok güvenlik ve güvenirlilik açısından bir taksi durağı olabilir. Genelde otelden çıkınca yakınında bir taksi durağına ya da yoldan geçen bir taksiye binebiliyorsunuz. Otelin denetiminde ve güveninde bir taksi durağı olsa daha olumlu olacaktır.

... eleştireceğim nokta kahvaltı salonunda konukların ve personelin açık büfe ortamında maskesiz olarak dolaşması ve yemek alması. Bu konu şu günlerde en dikkat edilmesi gereken şey diye düşünüyorum. (pandemi dönemi)

Güven boyutu ile ilgili yorumların çok az olduğu ancak yorumların oranlarına bakıldığında olumlu yorumlara kıyasla olumsuz yorumların da çok olduğu belirlenmiştir. Bu yorumların çoğunun işletmelerin konumundan kaynaklandığı ve bazı hizmetlerin kısıtlılığından kaynaklandığı belirlenmiştir. Ancak bu çalışmada yorumlar üzerinden bir analiz yapıldığından misafirlerin çevrimiçi platformda güven ile ilgili az sayıda yorum yapıldığı unutulmamalıdır. Bu güven ile ilgili bir problem yaşadıkları veya yaşamadıklarını anlamak için yeterli değildir. Ancak oldukça önemli konulardan biri olan güven ile ilgili yorum yapmamaları bu konu ile ilgili bir sorun yaşamadıkları anlamına geldiği söylenebilir.

Empati

Empati boyutu çalışanların kendilerini misafirlerin yerine koyarak hizmet vermesi, çalışanların misafirlere özel ilgi göstermeleri, işletmenin misafirlere ilgi göstermesi konularını içermektedir. Empati ile ilgili yapılan yorumların büyük bir bölümü olumlu olmakla birlikte (882), düşük (43) ve orta düzeyde (8) yorumlar yapılmıştır. Empati alt boyutu destekleyen olumlu yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... Personel kalitesi ve hizmeti çok iyi seviyede. Oteli tercih etme sebebimizsiniz. (personel isimleri) yardımları ve ilgililerinden dolayı teşekkür ederim. Sizlerin sayesinde kendimizi evimizde hissediyoruz.

... Karşılama... uğurlama... hizmet kalitesi... çalışanların ilgisi, samimiyeti... tüm olanaklarını seferber etmeleri takdire şayan. her Diyarbakır ziyaretimde ...tercih ediyorum. ön büro, kat görevlileri, restoran... kendimi evimde hissediyorum. her şey için teşekkürler.

..... Bey ve personel arkadaşların ilgileri için teşekkür ederiz. Çok keyif aldık, gayet nazik, anlayışlı ve ilgiliydiler. İşletme olarak gittik ve çok memnun kaldık.

... (personel isimleri) bu kişilerin şahsımıza yapmış oldukları ilgi özen ve alakaları için teşekkür ederiz normal konak süremiz otelinizde 2 gün idi ilgilerinden dolayı 2 haftaya çıkardık. Her başarılı kurumun başarılı ekibi vardır. Ekibiniz harika.

... Otelde geçirdiğimiz süre boyunca gösterilen ilgi ve güler yüzlü hizmet için çok teşekkür ederiz. Odalar son derece temiz, personel ise her konuda yardımcı olup ev konforu tadında.... Bu kadar ilgili ve istekli bir ekiple karşılaşmak bizi çok mutlu etti. Özellikle resepsiyon, restoran ve dışarıdaki karşılama personeline ayrı bir teşekkür etmek istiyoruz...

... Çok ilgili ve samimi personel...

... Harika bir otel ve harika bir ekip var. İlgi alaka saygı süper...

... resepsiyondaki arkadaşlar ilgili ve yardımcı olmaya istekliler...

... herşey çok güzeldi, çalışanlar güler yüzlü oldukça ilgili...

... Kapıdan girdiğiniz andan itibaren sizi özel hissettirmeye başlıyorlar sonra gitmek istemiyorsun...

... konaklamamım 2.gününde ise otel yatırımcısı ... Bey ile de tanıştık ve birebir işlerinin başında her misafir ile tek tek ilgilenmeleri..çok teşekkür ederim...

... Herkes etrafınızda dönüyor resmen. İlgi sınırsız.

... Daha önce hiçbir otelde bu kadar ilgi ve alaka görmemiştim.

... Odalarda bizim düşünmemiz gereken her şeyi bizden önce düşünüp odaya koymuşlar.

Empati alt boyutu destekleyen olumsuz yorumlardan alıntılar aşağıda yer almaktadır:

... İş için gittim, personel ilgisizdi, spor salonu çok havasızdı ve plastik kokuyordu fazla kalamadım.. Öte yandan, (otel ismi) kahvaltısının yerini tutmuyor hiçbir otelinki..

... Personel ilgisiz.....

... Dikkat dikkat... ... Havuz mikrop yuvası ilgilenen personel yok sauna ve buhar hiç çalışmıyor sorulunca ilgisiz tavırlarla lakaytça cevaplar veriliyor patron görmeyene kadar iş yapılamıyor.

... Kimsede düzgün bir üslup yok. Telefonda kiminle konuştuysam herkes geçiştirmeye çalışıyor...Para kazanmamaya yemin etmiş, misafir ilişkileri sıfır olan rezalet bir kurum.

... Rezervasyon ve ödememi online olarak yaptım. Otele vardığımda ödemenin görülmediğini söylediler... Resepsiyondaki bayanın size ilk defa otele rezervasyon yapıyormuşum gibi tuhaf tavrı ayrı bir sinir bozucuydu.

... resepsiyondaki görevlilerin ilgisizliği ve umursamaz tavırları ile 0 kalite...

... Diyarbakır'da başka yerde kalmam ama galiba biraz vurdumduymazlık başlamış umarım restoranda bulunan arkadaşlar insanların oraya para verip konakladıklarını biliyorlardır...

... Resepsiyondan servisine son derece kötü, birinden birşey istiyorsun yok diyor, öteki hallediyor. Kısacası verdiğiniz paranızla stres ve rezil olursunuz.

... Otele girişten çıkışa kadar ki tüm deneyimim kötüydü ,karşılama ve uğurlamadaki kişiler çok ilgisizlerdi....

... Kovulacak gibi hissettik. Neredeyse aldığımız nefesten bile para alma derdinler. Personelin soğuk bir yaklaşımı var...

... kahvaltı yaptık, para vermişiz onca, kahvaltıda şişe su aldık, “bunu alırsanız ekstra ödeme yaparsınız” diye uyarı aldık, çok iticiydi.

Bu boyutlar dışında aktarılabilecek bazı dikkat çekici olumlu ve olumsuz yorumlar veya önerilerde belirlenmiştir.

... Evcil dostlarımızı da kabul etmeleri en büyük artısı...

... Odalarda kible yönü ve seccade olmasını beğendim ancak alkol olmamasını tercih ederdim...

... Beğendim bğbğhğbğbğhğbğhğ ...ankette neden minimum 200 karakter anlayamadım. Tek kelime ile bile bazı şeyler ifade edilebiliyor.

... Çocuklar için küçük bir oyun alanı yapılabilirdi...

... Sadece bir konu hakkında söylemek istediğim tek şey, bu arta kalan yemeklerin çöpe atılması yerine hayvan barınaklarına gönderilmesini ve eğer bunu yaparsak hem israfi önlemiş olur, hem de aç kalan hayvanların doymasına sebep oluruz.

... Dipnot olarak yetkililerden ricam lobideki kitaplık alanında kitap çeşitliliğini arttırmaları

... Sadece odadaki şampuan ve sıvı sabunun markasını değiştirebilirsiniz.

... Anket çok uzundu... Çıkarken de konaklamamız hakkında sorular yöneltilmesi ayrıca hoşuma gitti...

... Öncelik olarak bir adet belboy taşıma aracı ve lobideki lavabolarda çöp kovası bırakırsanız sevinirim.

... Tek sorun içecek kısmında yerli markalı ürünlerin de tercih edilmesi gerekirdi.

... Mavi servis tabakları kitsch duruyor değiştirilmesini umuyorum

.... Beş yıldızlı otelin kahvaltısının açık büfe olmaması kötü, bunun dışında yulaf tarzi hiçbir şey çıkmıyor...

... Fakat kahvaltı fiyata dahil değil, bu Türkiye'de yaşayan kişiler için dikkat edilesi bir durumdur. O kadar para ver üstüne bir kahvaltı keyfi olmasın.

... ben bu oteli çok sevdim çok güzel yol kenarında önünden vızır vızır arabalar geçiyor mis gibi egzoz kokusu sabah kahvaltısında iştah açıyor ve eşsiz asfalt manzarası ile huzur buluyorsunuz ..çok ferahlatıcıydı. ama otelin numarasını kaybettim .bresson'dan filan söz etmiştik lobyde. Sonra Mr. Miham derlerdi bana bellboylar. hülasa çok sevdim ama kaybettim işte...

... Kahvaltı sonrası içeceğiniz bir Türk kahvesinden ücret alıyor olmaları gibi bir otele uygun olmamış ...

... müşteri değerlidir ona değerli ve misafir olduğunu hissettirmeniz gerekiyor. otelde konaklayan insanlar oteli kendi evi gibi görürle, eğer bu rahat ve konforu bulamıyorsa o zaman oteli değiştirmek zorunda kalırlar.

... Bayram tatili için evime dönüp tekrar geri geleceğim rezervasyon kayıtlarından belli. Bu durumdayken resepsiyon görevlisi bayana dönüşte almak üzere emanet ettiğim maddi değeri çok küçük olan bir kaç içecek emanet ettim dönüşte alacağımı belirterek.Dönüşte aynı hanımefendiye içeceklerimi istediğimi belirttim. Bir kaç dakika sonra dönüş yapıp siz içeceklerinizi geri alacağınızı belirttiniz mi diye sordu? Evet dediğimde hayır siz bana böyle birşey söylemediniz cevabını aldım... Ayrıca aynı resepsiyonistin üslubu da gayet rahat istediğiniz yere şikayet edebilirsiniz tarzındaydı.

... Bir günlük konaklamanın ardından otelden ayrıldıktan 5 dakika sonra aranıp 8tl su borcunuz var deniyor şaka gibi...

... giriş yapmayı beklerken önümüzde duran bir müşteri ben yüksek kat istiyorum öyle olsun böyle olsun gibi bahaneler üretip insanlara sert bir tavır sergiliyordu. Otel yönetiminin böyle müşterilere karşı bir tavır alması gerekiyor. 1 müşteri gelir sağlam gelir, 1 müşteri gider otelin itibarı yerinde kalır...

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmada Diyarbakır'daki oteller ile ilgili çevrimiçi tüketici yorumları netnografik yaklaşımla incelenmiştir. Araştırmada tüketici yorumları incelendiğinde en fazla yorumu otel işletmelerinin fiziksel özellikleri ile ilgili olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla empati, heveslilik, güvenilirlik ve en son güven boyutu takip etmiştir. Her ne kadar fiziksel özellikler ile ilgili olumlu yorum sayısı daha fazla olsa da empati ve heveslilik boyutlarında yapılan olumsuz yorumlar fiziksel özellikler boyutuna yapılan olumsuz yorumlardan daha azdır. Güven boyutu ile ilgili yorumlar diğer boyutlara göre çok düşük düzeyde kalmıştır. Bu güven ile ilgili bir problem yaşadıkları veya yaşamadıklarını anlamak için yeterli değildir. Ancak oldukça önemli konulardan biri olan güven ile ilgili yorum yapmamaları bu konu ile ilgili bir sorun yaşamadıkları anlamına geldiği söylenebilir. Araştırmada genel olarak tüm boyutlarda olumlu yorumlar daha fazla olduğu görülmektedir. Akyurt (2021), otel işletmelerinde yaptığı çalışmada temizlik, otelin konforu, personel kalitesi ve yiyecek kalitesinin hizmet kalitesini belirleyen önemli unsurlar olduğunu belirlemiştir. Kırıcı Tekeli ve Tekeli (2021) tarafından yapılan çalışmada elde edilen sonuçlarda müşteriler otellerin yıpranmış olmaları, personelin yeterli bilgiye sahip olmamaları ve kibar olmamaları, hizmetin yavaş olması ve personelin empati yapmaması konularındasorunlar olduğu dile getirilmiştir. En az şikayet empati alt boyutunda belirlenmiştir. Bucak ve Özarslan (2016) tarafından yapılan araştırmada fiziksel görünüm, güvenilirlik, heveslilik ve güvence algılarının yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç Çanakkale'de bulundukları süre boyunca misafirlerin otellerin kaliteli hizmet aldıklarını belirttiğini göstermektedir. Yalnızca empati algısı düşük düzeyde kalmıştır. Empati düzeyi dışında araştırmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Gözeç Mutlu (2024), tarafından yapılan çalışmada ise termal otellerin genel alanlarının, havuzlarının, odalarının ve müşteriye sağlanan ekipmanların temizlik eksikliği, ayrıca yiyecek içeceklerin kalitesinin düşüklüğü, hizmet kalitesinin fiziksel boyutunda eksiklikler yaşandığını, termal otel personelinin hizmet kalitesinin düşüklüğü, ilgisiz ve kaba davranışları ise hizmet kalitesinin güvenlik, heveslilik, empati, güvenilirlik boyutlarında sorunlar olduğunu anlatmaktadır. Sevgi ve Paksoy (2018) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, en yüksek fark empati boyutunda oluşmuş, en az fark ise güvenilirlik boyutunda oluşmuştur. İşletmelerin doğru hizmeti vermesi, söz verilen hizmetlerin yerine getirilmesi ve ödenen ücretin karşılığının alınması bu boyutta yer almaktadır. Araştırmanın sonucunda otel işletmesinin genel SERVQUAL puanı düşük belirlenmiş yani misafirlerin beklentilerini karşılamamıştır. Bu araştırmanın sonucu ile paralellik göstermemektedir.

Araştırma sonucuna göre tüm boyutlarda olumlu yorumların daha fazla olduğu belirlenmiştir. Araştırmada olumsuz yorumların yanında aynı alt boyutta hem olumlu hem de olumsuz yorum yapan müşteriler olduğu görülmektedir. Müşteriler özellikle fiziksel özellikler ve empati boyutunda görüşlerini belirtmişlerdir. Fettahlioğlu, Polat ve Demir (2016) tarafından yapılan çalışmanın sonuca göre hizmet kalitesi boyutlarından en yüksek fark empati boyutunda belirlenmiştir. Bu da otel müşterilerinin, işletmeden kendilerini otel müşterilerinin yerine koyup hizmet vermeleri ile ilgilidir. Müşterilerin beklentileri ve algıları arasında en az fark güvenilirlik boyutunda belirlenmiştir. Sonuçlara göre otel işletmesinin genel SERVQUAL puanı yani hizmet kalitesi düzeyi beklentilerin altında kalmıştır. Bu çalışmanın sonuçları ile paralellik göstermemektedir.

Araştırmada incelenen yorumlarda en fazla temizlik, hijyen, yemek kalitesi ve personelin ilgisi, hoşgörüsü ve misafirperverliği ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Ünal (2019) tarafından otel müşterilerinin e-şikayetlerinin incelendiği çalışmada en fazla şikayet işletmelerin hijyen ve temizlik, personel davranışları, yemekler, donanım, ekipman ve aksesuar, diğer sorunlar olarak belirlenmiştir. Doğan (2017), Aksaray ilinde yer alan otellerle ilgili booking internet sitesinde yer alan olumlu ve olumsuz yorumlar ile puanlamaları incelediği çalışmada, misafirlerce en fazla olumlu yorumun “otelin ve odaların temiz, bakımlı olması” ile “personel tutum ve davranışları” hususlarında yapıldığı; en fazla ifade edilen olumsuz yorumun ise “oda imkanları ve (gürültü) konfor” problemi üzerine yapıldığını tespit etmiştir.

Araştırmada yorumların incelenmesi sonucunda bazı eksikliklerin olduğu belirlenmiştir. Genel olarak personellerin ilgili, yardım etmeleri ve misafirperver oldukları belirlense de bazı personellerin profesyonellikten uzak, kaba, saygısız davrandığı belirlenmiştir. Bu sorunların çözümü için işletmelerin personellerine davranış ve görgü kuralları, misafir iletişimi, yabancı dil konularında eğitmeleri gerekmektedir. İşletmelerin fiziki olanakları ile ilgili olumlu yorumlar yanında elektrik kesintilerinin olması, sonrasında kapalı olan televizyonların kendiliğinden açılması, internet bağlantısının olmaması, klima sistemlerinin yeterli olmaması gibi konularda sorunlar yaşandığı belirlenmiştir. Bu konularda işletmelerin sermaye yatırımı ile fiziki alanları yenilemeleri, eksiklikleri gidermeleri gerekmektedir. Bazı hizmetlerin işletmelerin konseptlerinde olmamaları misafirler tarafından olumsuz algılanmaktadır. Özellikle çok küçük konularda bile para istenmesi misafirler tarafından “hırsızlık” olarak nitelendirildiği belirlenmiştir. Bu nedenle işletmelerin konseptlerini rezervasyon alırken ve otele giriş yaparken yazılı veya sözlü olarak bildirmesi veya işletmelerin misafirlerin gözünde marka itibarını zedeleyen küçük ihtiyaçları da karşılayacak şekilde hizmet vermeleri gerekmektedir. Ayrıca işletmelerde verilen yemek hizmetlerinin kısıtlı olduğu ve çeşitliliğin artması gerektiği de bir diğer husus olarak belirlenmiştir. Özellikle yerel yemeklerin verilmesi ve çeşitliliğin artması gerekmektedir.

Hizmet kalitesinin yüksek olması işletmeler açısından müşteri memnuniyeti devamında müşteri sadakati, tekrar gelme niyeti ve tavsiye etme niyeti gibi işletmeleri olumlu etkileyecektir. Sevgi ve Paksoy (2018), hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti kavramlarının doğru değerlendirilmesinin bütün hizmet üreten işletmeler için hayati önem taşıdığını ifade etmektedirler. Özellikle, işletmelerin doğru hizmeti vermesi, söz verilen hizmetlerin zamanında yerine getirilmesini içeren güvenilirlik boyutunda kalitesinin artırılması ile diğer boyutların ve genel hizmet kalitesine olumlu etkisi olacağı belirtilmiştir. Dağdeviren, Kara ve Özdemir (2018) yaptıkları araştırma sonuçlarında algılanan hizmet kalitesi ile davranışsal niyet, algılanan hizmet kalitesi ile genel memnuniyet ve genel memnuniyet ile davranışsal niyet arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Bu nedenle müşterilere kaliteli hizmet vererek, memnuniyetlerini sağlamak gerekmektedir. Memnuniyeti sağlanan misafirler de tekrar işletmeyi tercih edecek ve başkalarına tavsiye edecektir.

Diyarbakır destinasyonunun tercih edilmesi önemli bir husus olmakla birlikte misafirlerin destinasyonda aldıkları hizmet, misafirin tekrar gelmesini ve tavsiye etmesini etkileyecektir. Bu nedenle kamu kurum ve kuruluşlarının destinasyonun gelişimi ve tanıtımı için işletmeleri de denetlemeleri ve kaliteli hizmet verme konusunda işletmeleri telkin etmeleri gerekmektedir. Narangajavana Kaosiri vd., (2019, s. 263) araştırma sonucunda, turistlerin hala turizm otoritelerine güvenip, destinasyonun kültürü ve tarihi veya destinasyondaki turistik yerler ile ilgili bilgileri turizm otoritelerinden sağladıklarıdır. Ancak aynı gruptaki bireylerin birbirini etkiledikleri de dikkate alınmaları gerektiğini belirtmektedirler.

Araştırma kapsamında online platformlardan Tripadvisor’da Diyarbakır’daki oteller ile ilgili yapılan yorumlar incelenmiştir. Destinasyonun tercihini etkileyen konaklama işletmeleri dışında kalan diğer işletmelerin, destinasyonun genel unsurlarının, destinasyonun temizliği, ulaşımı gibi konularının da incelenmesi önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Akyurt, H. (2021). Entropi yöntemi ile hizmet kalitesinin ölçülmesi: Ordu ili dört ve beş yıldızlı otelleri üzerine araştırma. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(66), 451-462.
- Baştürk, Y. A. ve Sağlık, E. (2020). Termal otel işletmelerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi: Sivas Sıcak Çermik ve Yozgat Sorgun kaplıcalarında bir uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44(1), 37-54.
- Bucak, T. ve Özarslan, H. (2016). Otel işletmelerinde hizmet kalitesi ile misafir memnuniyeti arasındaki ilişki (Çanakkale ili merkezindeki 4 ve 5 yıldızlı oteller örneği). *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(36), 1-28.
- Bülbül, H. ve Demirer, Ö. (2008). Hizmet kalitesi ölçüm modelleri SERVQUAL ve SERPERF'İN karşılaştırmalı analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (20), 181-198.
- Cronin, J. J. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>
- Dağdeviren, A., Kara, M. ve Özdemir, H. (2018). Çavundur termal konaklama tesislerinde algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyetler. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(30), 4435-4442. <https://doi.org/10.26450/jshsr.916>
- Demircioğlu, G. ve Dereli, A. N. (2023). Etnografik ve netnografik araştırma Taşdemir, E. ve Dereli A.B. (Ed) *İletişimsel bağlamda nitel araştırma: desenler ve veri analizi* İçinde (ss: 107-124) Palet Yayınları Konya.
- Doğan, S. (2017). Otellere yönelik yapılan puanlama ve çevrimiçi yorumların değerlendirilmesine ilişkin Aksaray ilinde bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 27-36.
- Doğan, S., Sert, S. ve Tutan, E. (2016). Konaklama işletmeleriyle ilgili internet sitelerinde yer alan yorumların tüketici karar sürecine etkisi: Ankara'da çalışan öğretim elemanları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(30), 175-191.
- Fettahlıoğlu, Ö. O., Polat, M. ve Demir, S. (2016). Hizmet kalitesinin SERVQUAL analizi ile ölçümü: Kahramanmaraş ilinde bir uygulama. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 849-860.
- Gözgeç Mutlu, H. (2024). Gönen termal otellerinin hizmet kalitesinin çevrim içi kullanıcı yorumları aracılığıyla değerlendirilmesi, *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 14-20.
- İkiz, H. E. (2010). *Hizmet kalitesi modellerinin karşılaştırılması üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Jeacle, I. ve Carter, C. (2011). In Tripadvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. *Accounting, Organizations and Society*, 36(4-5), 293-309.
- Kırıncı Tekeli, E. ve Tekeli, M. (2021). Hizmet kalitesini arttırmaya yönelik e-şikâyetlerin değerlendirilmesi: Sarıkamış otellerine ilişkin nitel bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (1) , 55-70.
- Koçoğlu, D. (2012). Seyahat işletmeciliği hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile değerlendirilmesi, *EKEV Akademi Dergisi* Yıl: 16 Sayı: 50, ss: 285-298.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kozinets, R.V. (1998), *On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture*, in *Advances in Consumer Research*, Volume 25, ed., Joseph Alba and Wesley Hutchinson, Provo, UT: Association for Consumer Research, 366-371.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Redefind* (Second edition). Sage Publications Ltd.
- Manav, D. (2017). *Konaklama işletmelerindeki hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri.

- Narangajavana Kaosiri, Y., Callarisa Fiol, L. J., Moliner Tena, M. Á., Rodríguez Artola, R. M. Ve Sánchez García, J. (2017). User-Generated Content sources in social media: a new approach to explore tourist satisfaction. *Journal of Travel Research*, 58(2), 253-265. <https://doi.org/10.1177/0047287517746014> (Original work published 2019)
- Öztürk, Y. ve Kenzhebayeva, A. (2013). Turizm sektöründe hizmet kalitesi: Türkiye ve Kazakistan'daki termal otel işletmelerinde karşılaştırmalı bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1/4 (2013) 35-46.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, Fall, 41 – 50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. Ve Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple- item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12 - 37.
- Sevgi, O. O. ve Paksoy, M. (2018). Otel işletmelerinde yabancı turistlerin hizmet kalitesi algısının SERVQUAL yöntemiyle ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 53 - 77.
- Şirin, M.E.(2016). *Otel işletmelerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, tekrar satın alma ve tavsiye isteği üzerine etkisi: Trabzon Ortahisar örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Thanh, T. V. Ve Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30-37
- Uğur, İ. (2018). *Netnografi tekniği ile şehir otellerinde hizmet kalitesi algısı ölçeği geliştirilmesi: Ankara ilinde 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Umur, M. (2015). Turist rehberlerinin müze hizmet kalitesi algılamaları üzerine bir araştırma: göreme açık hava müzesi örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 68-90.
- Ünal, A. (2019). Otel müşterilerinin e-şikâyetlerinin sınıflandırılmasına yönelik bir çalışma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15 (2), 561-581.