

OTEL MÜŞTERİLERİNİN E-ŞİKÂyetLERİNE YÖNELİK BİR İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

Arş. Gör. Osman ÇULHA

Yaşar Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, İzmir
E-posta: osman.culha@yasar.edu.tr

Arş. Gör. Güngör HACIOĞLU

Yaşar Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü, İzmir
E-posta: gungor.hacioglu@yasar.edu.tr

Arş. Gör. Gizem KURT

Yaşar Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü, İzmir
E-posta: gizem.kurt@yasar.edu.tr

Özet

Günümüzün yoğun rekabet ortamında, müşteri şikâyetlerinin etkin bir şekilde yönetilmesi, hizmetlerin iyileştirilmesi ve dolayısıyla müşteri memnuniyeti oluşturulması için etkili bir yöntemdir. Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerinin hangi kategoriler altında toplandığının belirlenmesidir. Bu amaçla, üç sanal şikâyet sitesi içerik çözümlemesi yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma sonucunda, 8 temel ve 42 alt kategori tanımlanmıştır. Yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgili şikâyetlerin en çok söz edilen temel şikâyet kategorisini oluşturduğu belirlenmiştir. İşgören tutum ve davranışları ise en çok karşılaşılan alt kategoriyi oluşturmaktadır. Elde edilen bulguların uygulamaya katkısı tartışılmış ve gelecek araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Şikâyetleri, Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama, Konaklama Endüstrisi, İçerik Çözümlemesi

A CONTENT ANALYSIS OF HOTEL CUSTOMERS' E-COMPLAINTS

Abstract

In today's intensive competitive environment, effective complaint management is very vital for service enhancement thus building customer satisfaction. The aim of this study is to determine the categories of customer complaints about hotels. For this purpose, three e-complaint forums were content analyzed. As a result, eight main and forty-two sub complaint categories are identified. Of which, complaints about food and beverage services are the most mentioned main category. Employee behaviours and attitudes is the sub-category with the highest frequency. Implications of the findings are discussed and future research issues are presented.

Keywords: Customer Complaints, Electronic Word of Mouth Marketing, Hospitality Industry, Content Analysis