



JATOR

e-ISSN: 2717-8951

Journal of Applied Tourism Research

Online, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jator>

Volume: 5(1), 2024



Gönen termal otellerinin hizmet kalitesinin çevrim içi kullanıcı yorumları aracılığıyla değerlendirilmesi¹

Assessment of service quality in Gönen thermal hotels through online user reviews

Havva Gözgeç Mutlu¹

¹Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/Türkiye, e-mail:hgozgec@bandirma.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3891-8960>

Makale Bilgisi	Öz
<p>Araştırma Makalesi</p> <p>Gönderilme: 26 Nisan 2024 Düzeltilme: 09 Mayıs 2024 Kabul: 16 Mayıs 2024</p> <p>Anahtar kelimeler: Termal turizm Termal otel Çevrim içi kullanıcı yorumu Hizmet kalitesi</p>	<p>Çalışmanın amacı, çevrim içi kullanıcı yorumları aracılığıyla Gönen termal otellerinin mevcut durumunu değerlendirmektir. Çalışmanın örneklemini, seçilen 3 termal otel oluşturmaktadır. Çalışma verilerini bu üç otelin 2 çevrim içi kullanıcı yorum sitesindeki Ocak 2023 ile Ocak 2024 arasındaki dönemde toplamda 63 çevrim içi kullanıcı yorumu oluşturmaktadır. Verilere içerik analizi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda üç otel de temizlik, personelin memnuniyet verici davranışları, yemeklerin lezzeti, otellerin konumu ve uygun fiyatları konusunda olumlu yorumlar almıştır. Ancak, ortak eleştiriler arasında temizlik sorunları, eskiyen yapı ve personelin memnuniyet vermeyen davranışları bulunmaktadır. Çalışma, Gönen termal otellerinin mevcut durumunu değerlendirerek işletme yöneticilerine ve sahiplerine değerli bilgiler sunma yönüyle önem taşımaktadır.</p>
Article Info	Abstract
<p>Research Article</p> <p>Received: 26 April 2024 Revised: 09 May 2024 Accepted: 16 May 2024</p> <p>Keywords: Thermal tourism Thermal hotel Online user review Service quality</p>	<p>The study aims to evaluate the current status of Gönen thermal hotels through online user reviews. The study's sample consists of three selected thermal hotels. The study collected data from two online user review sites for these three hotels, totaling 63 online user reviews between January 2023 and January 2024. Content analysis was applied to the data. As a result of the study, all three hotels received positive reviews regarding cleanliness, staff's satisfactory behavior, delicious meals, convenient locations, and reasonable prices. However, common criticisms included cleanliness issues, aging infrastructure, and staff's unsatisfactory behavior. The study is important in evaluating the current status of Gönen thermal hotels and providing valuable information to business managers and owners.</p>

Kaynak gösterimi: Gözgeç Mutlu, H. (2024). Gönen termal otellerinin hizmet kalitesinin çevrim içi kullanıcı yorumları aracılığıyla değerlendirilmesi, *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 14-20.

¹ Bu çalışma 18-20 Nisan 2024 tarihleri arasında Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından düzenlenen IV. Ulusal / I. Uluslararası Balıkesir Turizm Kongresinde sunulmuştur. Çalışma özet bildiri olarak kongre bildiri kitabında yayımlanmıştır. Çalışma, revize edilip makale haline getirilmiştir.

Giriş

Termal turizm, mineral içerikli termal sular ile tedavi olma nedeni ile gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Crecente ve ark., 2018, s. 12). TDK'ye göre otel "yolcu ve turistlere geceleme, konaklama imkânı sağlamak amacıyla kurulmuş işletmelerdir" (sozluk.gov.tr). Bu iki tanımdan yola çıkıldığında termal oteller müşterilerine termal su ile tedavi imkânı sunmanın yanında konaklama imkânı da sunan işletmeler olarak ifade edilebilir.

Gönen, Türkiye'nin ilk termal turizm merkezlerinden biridir ve özellikle 1950'lerden sonra yapılan yatırımlarla önemli bir gelişme göstermiştir. Termal turizm, yerel ekonominin temel sektörlerinden biri haline gelmiştir. Gönen termal kaplıcaları yılda ortalama 120-130 bin turiste hizmet vermektedir ve turistlerin çoğunluğu yerli turistlerden oluşmaktadır. Günümüzde Gönen'deki termal turizm, sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda sosyo-kültürel, imaj ve sembolik boyutlarla da entegre olmuştur (Çetin ve Özşahin, 2011).

Yapılan önceki çalışmalarda, Gönen termal turizmi ve otelleri üzerine Tunçsiper ve Kaşlı (2008), termal turizmin ilçe ekonomisine olan etkisine vurgu yapmıştır. İlban ve Kaşlı (2009) ise Gönen Termal Turizm Merkezi'nin gelişimi üzerindeki engelleri, pazarlama, rekreasyon olanakları, özel sektör katılımı, planlama, turizm çeşitliliği ve nitelikli işgücü konularında sorunlar içerdiğine dikkat çekmiştir. Ayrıca, Aymankuy ve ark., (2012) çalışmasında ulaşım ve tesisin genel alanları, personelin, yiyecek-içecek özellikleri ve termal imkânlarının müşteri memnuniyetine olumlu etki ettiğini, ancak eğlence/boş zaman imkânlarının en düşük memnuniyet yaratan unsurlar olduğunu belirlemişlerdir.

Yapılan önceki çalışmalar incelendiğinde, Gönen termal otellerinin hizmet kalitesine yönelik mevcut durumu ile ilgili çıkarım yapmak için yeni çalışmalar yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, bu çalışmada çevrim içi kullanıcı yorumlarından Gönen termal otellerinin hizmet kalitesine yönelik çıkarımlar yapılması amaçlanmıştır. Gönen'de 4'ü aktif olarak çalışan, bir tanesi bakımda olan 5 adet kaplıca oteli bulunmaktadır (Selvi-Hanişoğlu, 2023). Bu evrenden, çevrim içi kullanıcı yorumlarına erişilebilen 3 otel örneklem olarak seçilmiştir. Çalışmanın veri kaynağını bu otellere ait 2 çevrim içi kullanıcı değerlendirme sitesinden alınan yorumlar oluşturmaktadır. Bu yorumlara içerik analizi uygulanacaktır. Çalışmanın sonuçları, Gönen termal otellerinin mevcut durumunu değerlendirerek işletme yöneticilerine ve sahiplerine işlevsel bilgiler sunması açısından önemlidir. Ayrıca, bu çalışmanın termal otelleri çevrim içi müşteri yorumları açısından değerlendiren alanyazını genişleteceği öngörülmektedir.

1.Kavramsal Çerçeve

Termal oteller, müşteri memnuniyetini sağlamak için verdikleri hizmetin kalitesini yüksek tutmalıdır. Hizmet kalitesi, 'sunulan bir hizmetin müşterinin beklentilerine ne kadar uygun olduğunun bir değerlendirmesidir' (Ramya ve ark., 2019, s. 38). Hizmet kalitesi boyutları termal turizm sektöründe müşteri memnuniyetini etkilemektedir (Silvestri ve ark., 2017). Otel hizmet kalitesi modeli sert ve yumuşak boyutları içerir. Sert boyutlar somut, yumuşak boyutlar ise soyut yönlerdir (Peevski, 2022). Termal otellere ait binanın yeniliği, personel üniformalarının, havuz, oda ve genel alanların temizliği, yemeklerin lezzeti gibi somut özellikler sert boyutların, personelin müşteri ile ilişkileri gibi soyut unsurlar ise yumuşak boyutlar içindedir.

Zeithaml ve ark., (1990, s. 176) genel olarak hizmet sunan organizasyonlarda geçerli olan beş hizmet kalitesi boyutunu ele almışlardır. Firmanın hizmet sunumunda kullandığı araçlar, gereçler ve üniformalar gibi fiziksel unsurlar, fiziksel boyutu temsil etmektedir. Taahhüt edilen hizmetin yerine getirilebilmesi güvenilirlik boyutunu ifade ederken, hizmetin hızlı bir şekilde sunulması heveslilik boyutunu kapsar. Çalışanların bilgili ve kibar davranışları güven boyutuna katkıda bulunurken, firma ve çalışanların müşterilere kişisel ilgi gösterebilmesi ve müşterilerin yerine kendini koyabilmesi empati boyutunu temsil etmektedir. Bu doğrultuda termal otellerin hizmet sunumunda kullanılan araçlar, gereçler ve personel üniformaları, bir termal otelin fiziksel boyutunu ifade etmektedir. Termal havuzların yeterliliği, iç donanımı ve hijyen standartları da fiziksel boyut kapsamındadır. Termal havuz hizmetinin belirlenen saatlerde sunulması, güvenilirlik boyutunu; personelin ilgili davranışları ise güven boyutunu temsil eden örnekler arasında yer almaktadır. Temiz bir termal havuz isteyen müşterinin beklentilerini anlamak, empati kurmak ve temiz bir hizmet sunmak da empati boyutunu yansıtmaktadır.

Çevrim içi otel kullanıcı yorumları, konaklama endüstrisinde müşteri kararlarını şekillendirmede önemli bir rol oynamanın yanında (Sharma ve ark., 2023), otellerin hizmet kalitesi hakkında da değerli fikirler sunmaktadır (Kalnaovakul ve Promsivapallop, 2023). Ayrıca, çevrim içi yorumlardan gelen müşteri geri bildirimleri, memnuniyetin gerçekçi bir resmini sunmaktadır (Nguyen ve ark., 2022). Konaklama endüstrisinde konuk memnuniyeti için temel olan serbest zaman aktiviteleri, somut unsurlar, güvenilirlik, duyarlılık, hizmet süreci ve yiyecek gibi boyutların önemli olduğu belirlenmiştir (Kalnaovakul ve Promsivapallop, 2023). Ek olarak, konum, oda özellikleri, temizlik, kahvaltı ve personel davranışı gibi faktörlerin algılanan hizmet kalitesini önemli ölçüde etkilediği sonucuna varılmıştır

(Waşowicz-Zaborek, 2023). Kullanıcı tarafından oluşturulan fotoğraflar ve yorum değerlendirmesi de hizmet kalitesi, fiyat, genel imaj ve rezervasyon niyeti üzerinde etkili olmuş, misafirlerin algılarını etkilemiştir (An ve Ozturk, 2022).

Termal otellerin müşteri memnuniyetini belirlemede yapılan çalışmalar, sektördeki önemli eğilimleri ve odak noktalarını açıkça ortaya koymaktadır. Yaşar ve Öztürk'ün (2023) çalışmasında, Yalova'nın Termal ilçesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerde en fazla olumlu yorumlar hizmet kalitesi ve temizlik gibi konulara odaklanmışken, olumsuz yorumlar hizmetin kötü olması ve personel ilgisizliği gibi konuları işaret etmiştir. Çimenci ve Yazıcı Ayyıldız'ın (2021) çalışmasında ise, Pamukkale'deki termal otellerde en yoğun şikâyetler hizmet, yiyecek/içecek, otel mimarisi ve personel konularına odaklanmıştır, özellikle oda/banyo temizliği, yemek lezzeti ve personelin tutumu ön plana çıkmıştır. Geranaz ve Yetkin'in (2021) çalışması, SPA otellerinde konuk memnuniyetini etkileyen faktörlerin insan kaynakları, SPA hizmetleri, yiyecek ve içecek olduğunu vurgulamıştır. Özellikle SPA hizmetlerinin genel memnuniyet üzerinde belirleyici bir rol oynadığı ve konukların havuzlarla ilgili geri bildirimlerinin önemli olduğu belirtilmiştir.

Saatçi ve ark., (2022) çalışmasında ise, beş yıldızlı termal tesislere yönelik yapılan şikâyetler genellikle personel, temizlik, teknik ve yemek konularında yoğunlaşmıştır. Ancak, yapı, buklet, etkinlik ve güvenlik gibi konularda şikâyet sayısının daha az olduğu belirlenmiştir. Şimşek'in (2023) çalışması, Afyonkarahisar ilindeki termal tesislerde konaklayan misafirlerin değerlendirmelerini incelemiştir. Olumlu yorumlarda kat görevlileri, termal havuz ve animasyon ekibinin hizmet kalitesi öne çıkmıştır, olumsuz yorumlarda ise içeceklerin ücretli olması ve termal havuzun kalabalık olması gibi konuların ön plana çıktığı görülmüştür. Akbulut ve Çubukcu'nun (2023) çalışması, tüketicilerin termal otel işletmelerindeki şikâyetlerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin en fazla mekân, havuz, hamam ve spa hijyeni ile ilgili şikâyetlerde buldukları belirlenmiştir. Özellikle Çanakkale'deki otel işletmelerinde mekân hijyeni, Yalova'daki işletmelerde havuz, hamam ve spa hijyeni, Balıkesir'deki işletmelerde ise banyo hijyeni ve gıda hijyeniyle ilgili şikâyetlerin öne çıktığı belirlenmiştir.

2.Yöntem

Çalışmanın amacı, çevrim içi kullanıcı yorumları aracılığıyla Gönen termal otellerinin mevcut durumunun değerlendirilmesidir. Bu çalışma nitel desende tasarlanmıştır. Araştırma evrenini SPA ve termal havuz hizmeti veren Gönen termal otelleri oluşturmaktadır. Gönen'de 4'ü aktif olarak çalışan bir tanesi bakımda olan 5 adet kaplıca oteli bulunmaktadır (Selvi-Hanişoğlu, 2023). Bu evren içerisinde 2 çevrim içi kullanıcı değerlendirme sitesinden yorumlarına erişilebilen 3 otel örneklem olarak seçilmiştir. Çalışmanın veri kaynağını bu otellere ait 2 çevrim içi kullanıcı değerlendirme sitesinden alınan yorumlar oluşturmaktadır. Her iki sitede de değerlendirme, puanlandırma ve yorum girme şeklinde gerçekleşmektedir. 1. sitede 1-5 arası yıldız verilirken, 2. sitede "Berbat", "Kötü", "Ortalama", "Çok İyi", ve "Mükemmel" gibi ifadelerle puanlama yapılmaktadır.

Otel isimleri etik nedenlerle belirtilmemiştir. Oteller TO1 (Termal Otel 1), TO2 (Termal Otel 2) ve TO3 (Termal Otel 3) şeklinde kodlanmıştır. 1. sitenin değerlendirmelerinde TO1'e ait toplamda 1924 yorum, TO2'ye ait toplamda 529 yorum ve TO3'e ait toplam 273 yorum yer almaktadır. 2. sitede TO1'e ait toplamda 92 yorum vardır. 2. sitede TO2'ye ve TO3'e ait yorum kaydı bulunmamaktadır. Otellerin bakıma girip yenilenme durumu göz önüne alınarak, en güncel durumunu değerlendirebilmek için son 1 yılın Türkçe kullanıcı yorumları veri kaynağı olarak seçilmiştir. Bu nedenle 3 termal otelin Ocak 2023 ve Ocak 2024 arasındaki 2 çevrimiçi kullanıcı değerlendirme sitesinden alınan 63 kullanıcı yorumu analiz edilmiştir.

Analiz sürecinde yorum yapan kullanıcıların bilgileri paylaşılmamış, TO1K1 (Termal Otel 1 Kullanıcı 1), TO2K1 (Termal Otel 2 Kullanıcı 1), TO3K1 (Termal Otel 3 Kullanıcı 1) vb. şeklinde kodlanmıştır. Verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi metin veya metinlerden oluşan bir kümenin içindeki belli kelimelerin veya kavramların varlığını belirlemeye yöneliktir (Büyüköztürk ve ark., 2018, s. 259). Bu analizde yazılı metinlerin içeriğine bakılarak en çok ve en az hangi kavramlara, olaylara ya da düşüncelere vurgu yapılmaya çalışıldığı belirlenmeye çalışılmaktadır (Kozak, 2018, s. 125). Bu doğrultuda bu çalışmada termal otellerin hizmetlerine yönelik mevcut durumları ile ilgili en çok hangi kavramlara, olaylara ve düşüncelere vurgu yapıldığına odaklanıldığı için içerik analizi tercih edilmiştir. Temaların ve alt temaların oluşturulmasında alanyazındaki termal otellerde hizmet kalitesi boyutları altında değerlendirilen unsurlardan ve kullanıcı yorumlarından faydalanılmıştır.

Nitel araştırmalarda, veri kodlama süreci genellikle birkaç adımdan oluşur. İlk olarak, araştırmacılar verilerdeki önemli öğeleri tanımlayarak açık kodlama yaparlar (Pratt, 2023; Younas ve ark., 2022). Daha sonra, bu kodlar daha genel kavramlar altında gruplandırılarak temalar oluşturulur (Brailas ve ark., 2023). Bu çalışmada, veri analiz sürecinde bu aşamalar uygulanmıştır. Ayrıca analiz sırasında tema ve alt temayı ifade eden kullanıcı koduna ve bu tema ve alt temanın kaç kez tekrar ettiğini gösteren sıklığa yer verilmiştir.

Geçerlik ve güvenilirliğin desteklenmesi amacıyla kullanıcı yorumları birden çok kez okunmuştur. Ayrıca toplanan verilerin ayrıntılı bir şekilde rapor edilmesi ve araştırmacının sonuçlara nasıl ulaştığını açıklaması, nitel araştırmaların geçerlilik ölçütlerinden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Uzman incelemesi, verilerin doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmak için kullanılan bir yöntemdir ve bu bağlamda, Holloway ve Wheeler'ın (1995) önerdiği yöntemlerden biri olarak belirtilmiştir. Uzman olarak, termal turizm üzerine çalışan bir akademisyen seçilmiştir ve kodlamaların doğruluğunu test etmesi istenmiştir. Uzman ve araştırmacı tarafından kodlamaların uyumlu olduğu görülmüştür.

3.Bulgular

Termal Otel 1 (TO1) ile ilgili 26 kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Bu yorumlardan 21'i 1. siteden, 5'i 2. siteden alınmıştır alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. TO1'e ait temalar ve alt temalara ait sıklıklar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Termal otel 1'e ait bulgular

Temalar	Alt Tema	Kullanıcı Kodları	Sıklık
Temizlik	Temiz	TO1K4, TO1K6, TO1K8, TO1K13, TO1K16, TO1K17, TO1K24	7
	Temiz Değil	TO1K2, TO1K5, TO1K7, TO1K14, TO1K15, TO1K26	6
Personel Hizmeti	Personelin Memnuniyet Verici Davranışları	TO1K4, TO1K7, TO1K17, TO1K24, TO1K25	5
	Personelin Memnuniyet Vermeyen Davranışları	TO1K2, TO1K5, TO1K11, TO1K12, TO1K19	5
Yemekler	Lezzetli Yemekler	TO1K8, TO1K9, TO1K13, TO1K4, TO1K23, TO1K24	6
	Yemeklerin Kalitesi Düşük	TO1K12, TO1K3, TO1K18	3
Otelin Durumu	Eski ve Yenilenmeye İhtiyaç Var	TO1K1, TO1K10, TO1K26	3
Otelin Konumu	İyi Konum	TO1K13, TO1K6, TO1K20, TO1K21	4
Otelin Fiyat Performansı	Pahalı	TO1K3, TO1K5, TO1K22	3
	Uygun Fiyat	TO1K24	1

Tablo 1'de bulunan termal otel 1'in çevrim içi kullanıcı yorumları değerlendirildiğinde, temizlik, personelin memnuniyet verici davranışları, yemeklerin lezzeti, otelin konumu ve fiyatları olumlu yorumlanmıştır. Olumsuz yorumlarda temizlik sorunları, personelin memnuniyet vermeyen davranışları, yemeklerin kalitesinin düşüklüğü, eskiyen yapı ve yüksek fiyat alt temalarının öne çıktığı belirlenmiştir.

Termal otel 2 ile ilgili 20 kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Termal otel 2'ye ait temalar ve alt temalara ait sıklıklar Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Termal otel 2'ye ait bulgular

Temalar	Alt Tema	Kullanıcı Kodları	Sıklık
Temizlik	Temiz	TO2K2, TO2K8, TO2K12, TO2K14, TO2K15, TO2K16	6
	Temiz Değil	TO2K1, TO2K3, TO2K6, TO2K14	4
Personel Hizmeti	Personelin Memnuniyet Verici Davranışları	TO2K2, TO2K8, TO2K11, TO2K15, TO2K17	5
	Personelin Memnuniyet Vermeyen Davranışları	TO2K1, TO2K4, TO2K9, TO2K13	4
Yemekler	Lezzetli Yemekler	TO2K8	1
Otelin Durumu	Eski ve Yenilenmeye İhtiyaç Var	TO2K11	1
Otelin Konumu	İyi Konum	TO2K10	1
Otelin Fiyat Performansı	Pahalı	TO2K3	1
	Uygun Fiyat	TO2K7, TO2K8	2

Tablo 2’de termal otel 2’nin temiz olması, personelin memnuniyet verici davranışları, uygun fiyatlar, lezzetli yemekler gibi olumlu alt temaların ön plana çıktığı çevrim içi kullanıcı yorumlarından anlaşılmıştır. Bununla birlikte, olumsuz yorumlarda ise temizlik konusundaki eksiklikler, personelin memnuniyet vermeyen davranışları, eskiyen yapı ve fiyatların yüksekliğine dair eleştiriler yapıldığı tespit edilmiştir. Kullanıcıların bazılarının ilgili işletmeden memnun oldukları, bazılarının memnun olmadıkları tespit edilmiştir.

Termal otel 3 ile ilgili 17 kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda temalar ve alt temalar oluşturulmuştur. Termal otel 3’e ait temalar ve alt temalara ait sıklıklar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Termal otel 3’e ait bulgular

Temalar	Alt Tema	Kullanıcı Kodları	Sıklık
Temizlik	Temiz	TO3K1, TO3K4, TO3K6, TO3K7, TO3K10, TO3K12, TO3K17	7
	Temiz Değil	TO3K14, TO3K15, TO3K16, TO3K18, TO3K20	5
Personel Hizmeti	Personelin Memnuniyet Verici Davranışları	TO3K1, TO3K2, TO3K4, TO3K6, TO3K7, TO3K12, TO3K13, TO3K17, TO3K19	9
	Personelin Memnuniyet Vermeyen Davranışları	TO3K5, TO3K11, TO3K16, TO3K20	4
Yemekler	Lezzetli Yemekler	TO3K1, TO3K6, TO3K7, TO3K10, TO3K12	5
	Yemeklerin Kalitesi Düşük	TO3K5, TO3K20	2
Otelin Durumu	Eski ve Yenilenmeye İhtiyaç Var	TO3K8, TO3K18	2
Otelin Konumu	İyi Konum	TO3K8, TO3K10	1
Otelin Fiyat Performansı	Uygun Fiyat	TO3K8	1
Havuzlar	Beğenilen Havuzlar	TO3K3, TO3K7	2
Odalar	Büyük Odalar	TO3K2	1

Tablo 3’te termal otel 3 ile ilgili kullanıcı yorumlarından temizlik, personelin memnuniyet verici davranışları, havuzlar, otelin konumu, uygun fiyatlar, büyük odalar ve yemeklerin lezzeti olumlu değerlendirmeler olarak belirlenmiştir. Olumsuz yorumlarda temizlik konusundaki eksiklikler, eskiyen otel durumu, yemeklerin kalitesinin düşüklüğü, personelin memnuniyet vermeyen davranışları gibi sorunlar belirlenmiştir.

4.Sonuç

Termal otel 1, termal otel 2 ve termal otel 3, farklı özelliklere sahip olsalar da birçok ortak noktaya sahiptirler. İlk olarak, üç otel de temizlik, personelin memnuniyet verici davranışları, yemeklerin lezzeti, otellerin konumu ve uygun fiyatları konusunda olumlu yorumlar almıştır. Ancak, olumsuz yorumlarda da ortak konular bulunmaktadır. Temizlik sorunları, eskiyen yapı ve personelin memnuniyet vermeyen davranışları gibi eleştiriler üç otel için de ortak noktalardır. Bu sorunlar, otellerin daha fazla özen gösterilmesi gereken alanlarını göstermekte ve konukların beklentilerine daha iyi cevap verebilmek için iyileştirmeler yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, bu çalışmanın sonuçları Zeithaml ve ark., (1990) hizmet kalitesi boyutları ile paraleldir. Gönen termal otellerinin genel alanlarının, havuzlarının, odalarının ve müşteriye sağlanan ekipmanların temizlik eksikliği, ayrıca yiyecek içeceklerin kalitesinin düşüklüğü, hizmet kalitesinin fiziksel boyutunda eksiklikler yaşandığını göstermektedir. Termal otel personelinin hizmet kalitesinin düşüklüğü, ilgisiz ve kaba davranışları ise hizmet kalitesinin güvenlik, heveslilik, empati, güvenilirlik boyutlarında sorunlar olduğunu anlatmaktadır.

Gönen termal otelleri ile ilgili çevrim içi müşteri yorumlarından çıkarılan olumsuz sonuçlar önceki çalışmaların sonuçları ile benzerdir. Bu doğrultuda termal otellerde müşteri memnuniyetini etkileyen ana unsurların genellikle temizlik, yiyecek/içecek kalitesi ve personel davranışları olduğunu belirten birçok çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Yaşar ve Öztürk (2023) ile Çimenci ve Yazıcı Ayyıldız (2021) çalışmaları temizlik ve personel ilgisi gibi faktörlerin müşteri memnuniyetinde önemli olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Geranaz ve Yetkin’in (2021) araştırması da SPA hizmetleri, yiyecek/içecek kalitesi ve personel performansının müşteri memnuniyetini etkilediğini vurgulamıştır. Saatcı ve ark., (2022) beş yıldızlı termal tesislere yönelik yapılan şikâyetler genellikle personel, temizlik, teknik ve yemek konularında yoğunlaşmıştır. Ayrıca Akbulut ve Çubukcu (2023) Balıkesir’deki işletmelerde banyo

hijyeni ve gıda hijyeniyle ilgili şikâyetlerin öne çıktığını ifade etmiştir. Gönen termal otelleri Balıkesir bölgesinde yer almaktadır ve mevcut çalışmanın sonuçlarını desteklemiştir.

Önceki çalışmalar olumlu yorumlar açısından incelendiğinde Yaşar ve Öztürk'ün (2023) çalışmasında, Yalova'nın Termal ilçesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerde en fazla olumlu yorumlar temizlik konusunda olurken, bu çalışmada da temizlik, personelin memnuniyet verici davranışları ve yemeklerin lezzeti gibi unsurların olumlu yorumlar aldığı belirtilmiştir. Benzer şekilde, Şimşek'in (2023) çalışması, Afyonkarahisar ilindeki termal tesislerde konaklayan misafirlerin değerlendirmelerini incelemiş ve olumlu yorumlarda kat görevlileri, termal havuz ve animasyon ekibinden duyulan memnuniyet öne çıkmıştır. Bu çalışmada da temizlik ve personel davranışları gibi unsurların müşteri memnuniyetinde önemli rol oynadığı vurgulanmıştır.

Çalışma kapsamında değerlendirilen otellere öneriler:

1. Otellerin yapısal tadilat ve yenilenmeye ihtiyacı vardır.
2. Sağlık hizmeti sunan bu otellerin özellikle termal havuzlarının temizliğini en üst seviyede tutması gerekmektedir.
3. Otellerin sunulan yemeklerin kalitesini artırmak için çaba göstermesi gerekmektedir.
4. Personelin müşterilerle doğru iletişim kurması ve özenli davranması sağlanmalıdır.
5. Otellerin taahhüt edilen saatlerde SPA hizmetlerini vermesi gerekmektedir.
6. Müşteriye sunulan araç ve gereçlerin temizliğine ve bakımına özen gösterilmesi gerekmektedir.
7. Müşteri kitlesi çoğunlukla ileri yaş olan bu otellerin diğer yaş grupları için alternatif eğlenceler geliştirmesi uygun olabilir.

Üç termal otelin kullanıcılarının memnuniyet düzeyi farklılık gösterse de ortak noktalarda iyileştirmeler yapılması, temizlik standartlarının yükseltilmesi ve eskiyen yapıların restore edilmesi gibi adımlar, genel olarak kullanıcı yorumlarını olumlu yönde etkileyebilir. Çalışma sadece Gönen termal otellerini kapsamaktadır. Çalışma Ocak 2023 ve Ocak 2024 tarihleri arasındaki 2 çevrim içi kullanıcı yorum sitesindeki yorumlar ile sınırlıdır. Çalışmada yalnızca ilgili internet sitelerinde yapılan şikâyetler değerlendirilmiş olduğundan tüm müşteri şikâyetlerini yansıtmaması bir sınırlılık oluşturmaktadır.

Mevcut çalışma Gönen termal otellerinin mevcut durumunu ortaya çıkarmaya yöneliktir. Gelecekteki çalışmalar Gönen termal otellerinin pazarlama stratejilerine odaklanabilir. İlerideki çalışmalara farklı termal bölgelerdeki otellerin kullanıcı yorumları dahil edilerek Gönen termal otelleri ile kıyaslamayı içerebilir. Gelecekteki çalışmalar ayrıca sağlık bilimleri ile bir araya gelerek termal suların iyileştirme sürecine veya insan sağlığı üzerindeki etkilerine odaklanabilir.

Kaynakça

- Akbulut, G., & Çubukcu, B. B. (2023). Termal turizmde müşteri şikâyetlerinin halk sağlığı açısından değerlendirilmesine yönelik nitel bir araştırma. *EKEV Akademi Dergisi, (Özel Sayı)*, 155-168.
- An, Q., & Ozturk, A. B. (2022). Assessing the effects of user-generated photos on hotel guests' price, service quality, overall image perceptions and booking intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, 13*(4), 608-625.
- Aymankuy, Y., Akgül, V., & Akgül, C. C. (2012). Termal konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetine etki eden unsurlar: Gönen Kaplıcaları örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15*(28), 223-240.
- Brailas, A., Tragou, E., & Papachristopoulos, K. (2023). Introduction to qualitative data analysis and coding with QualCoder. *American Journal of Qualitative Research, 7*(3), 19-31.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Crecente, M., González-Soutelo, S., & Simons, P. (2018). *Thermal Tourism and Spa Heritage in Europe*. Scientific Committee of EHTTA.
- Çetin, B., & Özşahin, E. (2011). Turizm ve mekânsal değişime etkileri yönüyle Gönen (Balıkesir) termal kaynakları. *Electronic Turkish Studies, 6*(2), 317-340.
- Çimenci, M. (2021). Pamukkale'de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı termal otel işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5*(3), 1945-1960.
- İlban, M. O., & Kaşlı, M. (2009). Termal turizmin gelişmesini etkileyen sorunları belirlemeye yönelik Gönen'de bir araştırma. *Ege Academic Review, 9*(4), 1275-1293.
- Hanişoğlu, G. S. (2023). *Gönen vizyon 2023, Gönen ilçesindeki ekonomik, finansal ve sosyokültürel durumunun SWOT (GZFT) analizi ile değerlendirilmesi*. Beykent Üniversitesi Yayınları: 141.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (1995). Ethical issues in qualitative nursing research. *Nursing Ethics, 2*(3), 223-232.

- Geranaz, H., & Yetgin, D. (2021). SPA otel işletmelerinin çevrimiçi müşteri değerlendirmeleri: Tripadvisor örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2800-2818.
- Kalnaovakul, K., & Promsivapallop, P. (2023). Hotel service quality dimensions and attributes: An analysis of online hotel customer reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 23(3), 420-440.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri* (4. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Nguyen, H. T., Le, A. T. T., Nguyen, H., & Le, P. T. (2022). Insights into customer online reviews of service quality in hotels: Evidence from Vietnam. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 36(2), 265-292
- Peevski, V. (2022). *Hotel quality management*. In D. Buhalis (Ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 607-609). Elgaronline.
- Pratt, M. (2023, January 31). General Coding and Analysis in Qualitative Research. *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*. Retrieved 11 Jun. 2024, from <https://oxfordre.com/psychology/view/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-859>.
- Saatci, G., Tozan, B., & Çokay, E. G. (2023). Sağlık turizmine yönelik şikâyetlerin incelenmesi: Tripadvisor örneği (Investigation of complaints related to health tourism: The case of Tripadvisor). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(1), 248-266.
- Silvestri, C., Aquilani, B., & Ruggieri, A. (2017). Service quality and customer satisfaction in thermal tourism. *The TQM Journal*, 29(1), 55-81.
- Ramya, N., Kowsalya, A., & Dharanipriya, K. (2019). Service quality and its dimensions. *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2), 38-41.
- Sharma, A., Sharma, P., Manalo, J. V. I., & Anh, D. N. (2023). Customers online reviews and its impact on purchase intention in hospitality industry: A quantitative investigation. *Journal of Informatics Education and Research*, 3(1). <https://doi.org/10.52783/jier.v3i1.62>. Retrieved 11 Jun. 2024, from <https://jier.org/index.php/journal/article/view/62>.
- Şimşek, E. (2023). Termal turizme katılanların çevrim içi yorumlarının içerik analiziyle incelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 2075-2090.
- TDK (2024). Otel. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 25 Ocak 2024 tarihinde alınmıştır.
- Tunçsiper, B., & Kaşlı, M. (2008). Termal turizmin ekonomik etkileri: Gönen örneği. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 120-135.
- Wąsowicz-Zaborek, E. (2023). Content analysis of hotel reviews as a quality management tool: Preliminary verification of the SERVQUAL scale. *Turyzm*, 33(1), 29-40.
- Yaşar, E., & Öztürk, İ. (2023). Examining customer reviews of thermal hotel businesses: A case study of TripAdvisor. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 48-61.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Younas, A., Cuoco, A., Vellone, E., Fàbregues, S., & Barrios, E. (2022). Contextual coding in qualitative research involving participants with diverse sociocultural backgrounds. *The Qualitative Report*, 27(11), 2509-2527.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press Simonand Schuster Inc. New York, USA.