



BALKAN TURU DENEYİMİNİN DİJİTAL YANSIMALARI: ŞİKAYETLERİN ANALİZİ

Digital Reflections of the Balkan Tour Experience: Analysis of Complaints

Serhat AYDIN

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, serhat.aydin@bilecik.edu.tr, Bilecik / Türkiye <https://orcid.org/0000-0001-6646-7656>

Selin ÖGEL AYDIN

selinogel@gmail.com, Bilecik / Türkiye <https://orcid.org/0000-0001-5152-8428>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1652905>

Aydın, S. & Ögel Aydın, S. (2025). Balkan turu deneyiminin dijital yansımaları: şikâyetlerin analizi, R&S - Research Studies Anatolia Journal, 8(2). 283-310.

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 06.03.2025

Kabul Tarihi / Accepted Date: 30.04.2025

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 30.04.2025

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, Balkan turuna yönelik şikayetleri analiz etmektir. İlgili yazında seyahat acentesi, tur rehberi ve paket turlara yönelik şikayetlerin analiz edildiği araştırmalarının aksine spesifik olarak Balkan turlarına yönelik bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada Balkan turu şikayetleri sıklık, destek, yorum ve görüntülenme sayısı, cinsiyet dağılımı ve içerik parametreleri kapsamında analiz edilmiştir. Araştırmaya ait veri şikayetlerin yayınlandığı bir internet sayfasından elde edilmiştir. İçerik analizi sonucunda Balkan turu şikayetleri seyahat acentesi, ulaşım, konaklama, tur rehberi ve tur temalarıyla açıklanmıştır. Balkan turuna yönelik şikayetler en fazla kadın katılımcılar tarafından iletilmiştir. Şikayetler düzensiz olsa da artış yönünde bir grafiğe sahiptir. En fazla şikâyet 2024 yılında yayınlanmıştır. Balkan turu şikayetlerinin en az ve en fazla görüntülenme, destek ve yorum aldıkları sayılar tespit edilmiştir. Araştırmanın sonunda özellikle seyahat acentesi ve tur rehberi olmak üzere ilgili turizm paydaşlarına ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Balkan Turu, Seyahat Acentesi, Tur Rehberi, Şikâyet

ABSTRACT

This study aims to analyze complaints about Balkan tours. In the relevant literature, unlike the studies analyzing complaints about travel agencies, tour guides and package tours, there is no research specifically on Balkan tours. In this study, Balkan tour complaints were analyzed in terms of frequency, support, number of comments and views, gender distribution and content parameters. The data for the study was obtained from a website where complaints were published. As a result of the content analysis, Balkan tour complaints were explained with the themes of travel agency, transportation, accommodation, tour guide and tour. Complaints about the Balkan tour were mostly written by female tourists. It was observed that the complaints had an upward graph, albeit irregular. The most complaints were published in 2024. The minimum and maximum number of views, support and comments of Balkan tour complaints were determined. At the end of the research, recommendations were presented to relevant tourism stakeholders and researchers, especially travel agencies and tour guides.

Keywords: Balkan Tour, Travel Agency, Tour Guide, Complaint

GİRİŞ

Günümüzde paket turlar, görece değişen avantaj ve dezavantajları olsa da oldukça fazla tercih edilmektedir. Paket turların farklı temaları, konaklama, destinasyon ve kapsam seçenekleri bulunmaktadır. Balkan turları ise farklı bölgelerde faaliyet gösteren seyahat acentası tarafından satışı yapılan yurt dışı kültür turu kapsamındadır. Tercih edilmesinde yakın bir coğrafya oluşu, vize sorununun olmaması, kültürel mesafenin yakın olması gibi nedenlerin sıralanabileceği Balkan turları, birçok seyahat acentası tarafından insanların ilgisine sunulmaktadır. Hal böyle olunca Balkan turları zamanla daha fazla tercih edilen bir fenomen halini almıştır. Daha fazla insanın tercih etmesi beraberinde farklı sorunları da gündeme getirebilmektedir. Nitekim turizm sektörü ulaştırma, konaklama, yeme-içme gibi farklı unsurların bir arada yönetilmesini gerektiren bir operasyondur. Seyahat acentalarının tur satışı, tur operatörlerinin planlaması, farklı ülkelerin sınır kapılarından geçiş, konaklama gibi süreçlerin yürütülmesi operasyonun bir parçasıdır. Şüphesiz insanlar turizm deneyiminin sorunsuz ve olumlu geçmesini beklemektedir. Bunun aksine istenmeyen durumlar bu tarz uluslararası turizm hareketlerinde her zaman var olmaktadır. Bu bakımdan olumsuz durumların anlaşılması, tespit edilmesi, değerlendirilmesi önemlidir.

Bu araştırmanın amacı Balkan turu deneyimine sahip bireylerin karşılaştığı olumsuz durumları ve şikayetleri değerlendirmektir. Bu araştırmanın yapılmasındaki temel nedenlerden biri, araştırmacıların Balkan turu deneyimi ve gözlemleridir. Buradan hareketle yaşanan olumsuzlukların hangi alanlarda yoğunlaştığı, benzerlik gösterdiği sorgulanmıştır. İlgili yazında sunulduğu üzere, Balkan turlarına yönelik böyle bir araştırmanın kurgulanmaması araştırmanın ilgili yazına katkı sağlaması bakımından önemli kabul edilmiştir.

Bu araştırmanın ilk bölümünde turizm sektörüne yönelik şikayetlerin analiz edildiği araştırmalar özetlenmiştir. Sonrasında araştırma yöntemi kapsamında araştırma sorusunun oluşma aşaması, veri toplama, veri analizi ve rapor edilmesine yönelik bilgiler sunulmuştur.

Araştırmanın bulgu ve tartışma bölümünden sonra araştırma sonuçları, ilgili yazınla ilişki kurularak sunulmuştur. Sonuç bölümünde seyahat acentaları, tur rehberleri ve ilgili araştırmacılara öneriler yer almaktadır.

İLGİLİ YAZIN

Günümüzde tüketici, müşteri veya kullanıcı değerlendirmeleri için farklı platformlar bulunmaktadır. Bilindiği üzere bazılar spesifik bir alana yönelik olurken bazıları ise her sektöre açık bir pozisyonadadır. Örneğin, Google üzerinden farklı işletmelerin ürün ve hizmetlerine yönelik yorum yapılırken, Hotels.com yalnızca konaklama işletmeleri üzerinedir. Bu platformlar kullanıcıların değerlendirmelerini olumlu veya olumsuz olarak da sınıflandırabilir. Bu araştırma kapsamında yalnızca olumsuz durumları içeren, şikayetlerin aktarıldığı “sikayetvar.com” internet sayfası üzerinden yorumlar değerlendirmeye alınmıştır. İşletmeler için kullanıcı şikayetleri kendilerini geliştirmek adına verimli bir denetim mekanizmasıdır. Ek olarak şikayetlerin toplandığı bu sayfa, işletmelere ve kullanıcılara her geçen gün daha fazla veri sunmaktadır. Şikayetlerin incelenmesi akademik bağlamda da oldukça yoğun ilgi görmüştür. Bu bölümde yalnızca “sikayetvar.com” üzerinden elde edilen veriyle yapılan araştırmalar aktarılmıştır. Söz konusu internet sayfasına bakıldığında farklı akademik araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Bu araştırmaların çeşitli sektörler ve hizmetler üzerine yapıldığı görülmektedir. Bu araştırmalarda ele alınan şikayetler, vakıf ve devlet üniversiteleri (Cevher, 2016; Kölgeliler ve Türk, 2022), özel ve devlet hastaneleri (Şantaş vd., 2019; Gündüz ve Hoşgör, 2019), akıllı telefonlar (Pajo ve Selvi, 2019), elektronik ticaret işletmeleri (Bayır, 2022), kütüphane hizmetleri (Polat, 2023), sağlık hizmetleri (Argan ve Arıcı, 2019; Mutlu ve Şentürk, 2023; Aslan ve Önal, 2023), bankacılık hizmetleri (Güler ve Marşap, 2019), ulaştırma ve kargo hizmetleri (Kızılırmak, 2023), kripto para kullanıcıları (İli, 2025), havayolu firmaları (Yılmaz ve Bal, 2022) gibi farklı alanlarda gerçekleşmiştir.

Bu bölümde incelenen araştırmalar turizm alanıyla sınırlandırılmıştır. Diğer bir ifadeyle bu bölümde aktarılan tüm araştırmalar turizm ve sikayetvar.com odaklıdır.

Bu araştırmaların ilkinde Unur vd. (2010), seyahat acentaları aracılığıyla satın alınan paket turlara yönelik şikayetleri içerik analizi ile belirlemişlerdir. Selvi vd. (2012) ise devre mülk ve devre tatil satın alımı yapan müşterilerin şikayetlerini içerik analizi tekniğiyle incelemişlerdir. Ulaşım sektörüyle ilgili diğer araştırmada Akay ve Türkay (2014), araç kiralama işletmelerine yönelik şikâyetleri içerik analizi ile tespit etmişlerdir. Devamında Arpacı vd. (2015), helal turizm kapsamında faaliyet gösteren otel işletmelerine yönelik şikayetleri kategorize etmişler ve yıllara göre sıklıklarını saptamışlardır. Limon ve Arpacı (2016), seyahat acentalarına yönelik müşteri şikâyetlerinin kategorilerini ve sıklığını içerik analizi tekniğiyle tespit etmişlerdir. Aynı yıl içinde benzer şekilde Kutluk ve Arpacı (2016), gömülü teori ve içerik analizi tekniğiyle seyahat acentalarından hizmet alan müşterilerin şikayetlerini kategorize etmişlerdir. 2016 yılındaki son araştırma ise Aylan vd. (2016) tarafından termal otel işletmelerine yönelik şikayetlerin kategorilerini tespit etmek ve bu şikayetlerin cevap oranları belirlemek amacıyla yapılmıştır. Temizkan ve Ar (2017) ise turist rehberlerine yönelik şikayetleri içerik analizi tekniğiyle tespit etmişlerdir. Devamındaki yıl içinde ilk araştırmada Avcı ve Doğan (2018), tur operatörlerinden hizmet satın alan müşterilerin turist rehberlerine yönelik şikayetlerini içerik analiz ile keşfetmişlerdir. Diğer araştırmada Tanrısever (2018), paket tur satın alan müşterilerin şikayetlerini içerik analizi ve Kappa katsayısı tekniğiyle tespit etmiştir. Bir sonraki yılda Kanlı (2019), paket tura katılan bireylerin tur rehberleriyle ilgili şikayetlerini içerik analizi tekniğiyle saptamıştır. Paket turun içeriğine yönelik herhangi bir veriye rastlanmamıştır. Ünal (2019) ise nitel ve nicel analiz tekniklerini kullanarak otel işletmelerine yönelik tespit ettiği şikayetleri sınıflayarak, bu araştırmada şikâyet kategorileri ile cinsiyet değişkenine yönelik ilişkiyi sorgulamıştır. Bu yıl yapılan son araştırmada Saraç ve Türkay (2019), turistlerin Antalya'daki turizm beldelerine yönelik altyapı, üstyapı ve çevre sorunlarına yönelik şikayetlerini tespit

etmişlerdir. 2020 yılına gelindiğinde önceki yıllara göre daha fazla araştırma gerçekleştirilmiştir. Argan ve Dursun (2020), etkinlik bileti satın alan müşterilerin şikayetlerini nitel araştırma deseniyle tespit etmişlerdir. Zengin ve Haliloğlu (2020), Sakarya’da faaliyet gösteren konaklama işletmelerine yönelik olumsuz yorumları ve şikayetleri içerik analizi tekniğiyle sınıflandırmışlardır. Diğer araştırmada Ünal vd. (2020), Marmara Bölgesi’nde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik şikayetleri içerik analizi tekniğiyle tespit etmişlerdir. Atasoy (2020), Balıkesir Erdek’te faaliyet gösteren otellere yönelik şikayetleri, Nazlı (2020) ise seyahat acentalarına yönelik şikayetleri içerik analiziyle saptamıştır. Devam eden yılda yalnızca Uçar ve Kırhasanoğlu (2021), Doğu Karadeniz’de faaliyet gösteren beş yıldızlı otellere yönelik müşteri şikâyetlerini içerik analizi ile kategorize etmişlerdir. 2022 yılında yapılan dört araştırmadan ilkinde Özbay ve Sarıca (2022), uluslararası zincir yiyecek-içecek işletmelerine yönelik şikayetleri demografik ve içeriğe yönelik parametrelerle tespit etmişlerdir. Diğer araştırmada Ceylan ve Gençer (2022), devre tatil sistemine kayıtlı otel işletmelerine yönelik müşterilerin şikâyetlerini içerik analizi tekniğiyle saptamışlardır. Aynı yıldaki son iki araştırmada Arpacı (2022), Karadeniz turlarına yönelik şikayetleri kategorik ve sıklık bağlamında içerik analizi ve Kappa katsayısı tekniğiyle tespit etmiştir. Sonuncu araştırmada Arpacı ve Kutanis (2022), konaklama işletmelerine yönelik müşteri şikayetlerini hizmet kalitesi bağlamında incelemiş, bu şikayetlerin yoğunlaştığı konuları ve sıklıklarını tespit etmişlerdir. Daha güncel bir araştırmada Kızılcan vd. (2023), Antalya’da faaliyet gösteren bir havayolu şirketine yönelik yolcu şikâyetlerini içerik analizi ve demografik değişkenler bağlamında sınıflandırmışlardır. Arıkan (2023) ise otel işletmelerinin rekreasyon ve animasyon hizmetlerine yönelik şikayetlerini içerik analizi tekniğiyle değerlendirmiştir. Bu araştırmaların sonuna gelirken Kesim ve Yılmaz (2024), farklı turistik destinasyonlarda turizm faaliyetine katılan engelli bireylerin karşılaştıkları sorunları belirlemişlerdir. Gürbüz (2024), karayolu ulaşımı sektöründe faaliyet gösteren şirketlere

yönelik şikayetleri içerik analiziyle değerlendirmiştir. Son olarak Ceylan ve Uzun (2024), Ankara’da faaliyet gösteren otel işletmelerine yönelik şikayetleri içerik analiziyle incelemişlerdir.

Bu bilgilerden hareketle ilgili yazında yöntem ve analiz noktasında benzerliğin ortaya çıktığı söylenebilir. 2010 yılında başlayan araştırmalar bugüne kadar devam etmiştir. Turizmin farklı unsurlarıyla yapılan bu araştırmalarda genellikle farklı şehirlerde faaliyet gösteren otel işletmeleri, seyahat acentaları, paket tur, tur/turist rehberleri, ulaştırma hizmetleri özelinde sorgulamalar yapılmıştır. Paket turlara yönelik araştırmalarda yurt içi ve yurt dışı olmak üzere ayırım yapılsa da yurt dışı paket turların herhangi bir kısıtlaması bulunmamaktadır. Bilindiği üzere yurt içi ve yurt dışı paket turlar farklı kategorilerde seyahat acentaları tarafından satılmaktadır. Bu araştırma da ise ilgili yazında göz ardı edildiği üzere Balkan turlarına yönelik şikayetler incelemeye alınmıştır.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu araştırmanın amacı Balkan turu şikayetlerini analiz etmektir. Diğer bir ifadeyle yurt dışı kültür turu kapsamında seyahat acentaları tarafından satılan Balkan turlarına yönelik şikayetleri farklı parametrelerle analiz etmek araştırmanın başlıca amacını oluşturmaktadır. Bu araştırma ikincil veriye dayanan keşifsel ve betimsel bir çalışmadır. Nitel araştırma desenlerinde genellikle tercih edilen içerik analizi ile veri değerlendirilmiştir. Bu araştırmada analiz, verinin hepsi toplandıktan sonra yapılmıştır. Bu durum mikro analiz olarak tanımlanmaktadır (Corbin ve Strauss, 2014:188). Nitel araştırmada veri farklı aşamaları izleyerek analiz edilmektedir. Bu aşamalar, veri kodlamak, temalara ulaşmak, kod ve temaları düzenlemek, bulguları tanımlamak ve yorumlamak şeklindedir. Veri kodlamada ise standartlaştırılmış bir yol zorunlu olmamakla birlikte farklı şekillerde yapılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021:256). Bazı araştırmacılar kod ve temalar için olması gereken sayıları ifade etseler de (Patton, 2014: 453; Miles ve Huberman,

2016: 76) genellikle nitel araştırmalar için alt kod, kod ve tema için öngörölmüş bir sayı bulunmamaktadır. Nitekim nitel araştırmaların temel amacı araştırma sonuçlarını sayısalılaştırmak değildir (Glesne, 2013: 264). Bunun aksine nitel araştırmalarda amaç mümkün olduğunca içeriğe odaklanarak anlamları keşfetmek, anlamak ve tanımlamaktır (Bogdan ve Biklen, 2007: 8). Diğer bir ifadeyle araştırma elde edilen dokümanların analizi ve bulguların daha geniş anlamını yorumlayarak açıklama ve temalar için verilerin analiz edilmesi temelinde ilerlemelidir (Creswell, 2014: 212). Bu doğrultuda özellikle veri kodlama aşamasında kodlara yönelik bir sıklık(frekans) analizi yapılmamıştır. Herhangi bir kodun çok fazla veya çok az elde edilmesinden ziyade, temalara olan uygunluğu denetlenmiştir.

Nitel araştırmalara ve veri analizine ilişkin bu bilgilerden hareketle araştırma süreci açıklanmıştır. Bu araştırmanın yapılmasındaki temel neden araştırmacıların deneyimi ve gözlemleridir. Bu kapsamda araştırmacıların yakın çevresinden farklı zamanlarda Balkan turuna katılmış bireylerden ve araştırmacıların Balkan turunu deneyiminden elde edilen veri araştırmanın ilk aşamasını oluşturmuştur. Tahmin edileceği üzere karşılaşılan olumsuz durumların bir araya geldiği platform olarak ise “şikayetvar.com” belirlenmiştir. Bu platform, belirli bir konuda şikayetlerin iletildiği ve çözüm beklendiği bir çevrimiçi ortamdır. Araştırmanın ikinci aşamasında elde edilen deneyim, gözlem ve ilgili yazın incelemesi sonucu Balkan turlarına yönelik şikâyet, olumsuzluk gibi durumları konu edinen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Diğer aşamada araştırmacılar tarafından 01.03.2025 tarihinde “Balkan turu, Balkanlar, Balkanlar ve Tur, Balkan Paket Turu” anahtar kelimeleriyle 432 Balkan turu şikâyeti internet sayfası üzerinden elde edilmiştir. Bu şikayetlerin toplam sayısı 715 iken içeriğine bakıldığında tümünün Balkan turu ile ilgili olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle araştırmaya dahil edilen veriler, bazı sınırlılık ve kısıtlarla elde edilmiştir. Araştırmanın ikincil verisi bu şekilde elde edilmiştir.

Veri toplama aşaması sonrası verinin, veri analizine uygun hale getirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Veri analizi süreci iki araştırmacıyla ayrı şekilde gerçekleştirilmiştir. Alt kodların, kodların ve temaların oluşturulma sürecinden sonra bir araya getirilen bulgular, karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında Balkan turlarına yönelik şikayetlerin sayısı, şikayetlerin hangi konularla ilişkili olduğu, şikâyet konularının hangi sıralamada yer aldığı, şikayetlerin yıllara göre sıklığı, şikâyetin kim tarafından ya da kimle yapıldığı, araştırma kapsamındaki analiz parametrelerini oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla araştırma süreci detaylı ve şeffaf bir şekilde açıklanmıştır. Araştırmacıların kişisel deneyimi ve gözlemleri ise uzun süreli etkileşimi göstermektedir. Bu çalışmada bir diğer strateji üçgenlemedir. Araştırma verisinin hem araştırmacı deneyimi hem de ikincil veriye dayanması buna örnek olarak gösterilebilir. Verinin farklı zaman ve kaynaklardan elde edilmesinin yanında, birden fazla araştırmacının kodlama sürecine dahil olduğu bir süreç uygulanmıştır. Farklı araştırmacıların kodlama sürecini gerçekleştirmesi araştırmacı yanlılığını en aza indirme amacını taşımaktadır. Son olarak araştırmanın literatürü, şikâyetlere yönelik ikincil veri ise amaçlı örneklemi göstermektedir. İfade edilen bu stratejiler ile araştırmanın doğruluğunun, inandırıcılığının ve aktarılabilirliğinin artırıldığı söylenebilir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI ve YORUM

Bu araştırma kapsamında ilk olarak Balkan turunu yönelik şikayetlerin hangi yıllarda ve sıklıkta yazıldığına, şikâyete yönelik destek ve yorum sayılarına, şikayetleri yazanların cinsiyetlerine ve görüntülenme sayılarına ilişkin niceliksel bulgular aktarılmıştır. Devamında içerik analizi ile elde edilen kod ve temalara ilişkin verilerin yer aldığı tablo bulunmaktadır.

Tablo 1. Balkan Turu Şikayetlerinin Yılları ve Sıklıkları

Şikayetlerin Yayınlandığı Yıl	Sıklık
2022	51
2023	186
2024	190
2025	5
Toplam	432

Balkan turunu yönelik şikayetler en fazla 2024 yılında yapılmıştır. Şikayetlerin her geçen yıl arttığı gözlemlenmektedir. 2022 yılına yönelik şikayetlerin küresel pandemi sonrası zaman dilimine denk geldiği düşünülürse diğer yıllara göre az olması normal karşılanabilir. Tablo 2’de analiz edilen şikayetlere yönelik destek ve yorum sayıları sunulmuştur.

Tablo 2. Şikayetlerin Destek ve Yorum Sayıları

Şikayetlerin Destek Sayısı	Şikayetlere Yönelik Yorum Sayısı
323	72

Söz konusu internet sayfasında kullanıcı şikayetlerine yönelik destek ve yorum yapılabilir. Destek, başka bir kullanıcıya yardımcı olduğu veya aynı görüşte olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Yorum ise şikâyetin altına yazılan diğer kullanıcı görüşleridir. Bu tablo incelenen şikayetlerin yalnızca mağdur olan kişiyi ilgilendirmediğini, farklı kullanıcıların da etkileşiminin olduğunu veya aynı sorunla karşılaştığını gösterebilir. Kullanıcıların destek sağlaması yalnızca şikâyetin altındaki bir simgeye onay vermesi ile olurken, yorum için üyelik gereken bir durum bulunmaktadır. Dolayısıyla yorum sayılarının artması şikayetlerin daha fazla üyeye ulaştığını göstermektedir. Bu araştırmada analiz edilen şikayetlere yönelik verilen destek sayısı en çok 16 ve yapılan yorum sayısı en çok 5 olarak tespit edilmiştir. Tablo 3’de ise şikayetleri yazanların cinsiyetlerini gösteren demografik bilgiler sunulmuştur.

Tablo 3. Şikayetler Sayılar ve Cinsiyet Bilgileri

Cinsiyet	Şikâyet Sayıları/Yüzde
Erkek	158/ %36,57
Kadın	274/ %63,43
Toplam	432/ %100

Tablo 3'ten hareketle Balkan turuna yönelik şikayetlerin en fazla kadın katılımcılar tarafından yazıldığı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularının bu kısmında son olarak Tablo 4'te şikayetlerin görüntülenme sayıları aktarılmıştır.

Tablo 4. Şikayetlerin Görüntülenme Sayıları

Görüntülenme Aralığı	Şikâyet Sayısı
0-999 (487)	1
1000-1999	27
2000-2999	77
3000-3999	90
4000-4999	61
5000-5999	64
6000-6999	28
7000-7999	22
8000-8999	15
9000-9999	11
10000-10999	10
11000-11999	5
12000-12999	4
13000-13999	2
14000-14999	2
15000-15999	1
16000-16999	-
17000-17999	2
18000-18999	3
19000-19999	2
20000-20999	1
21000-21999	-
22000-22999 (22355)	1

Tablo 4'te görüldüğü üzere şikâyet görüntülenmelerinde yoğunluk 1.000 ile 11.000 aralığında gerçekleşmiştir. En az görüntülenen şikâyet 487 kez, en fazla görüntülenen şikâyet ise 22.335 kez olarak belirlenmiştir. Bu görüntülenme sayılarından hareketle şikayetlerin etkisinin oldukça geniş olduğu ifade edilebilir. Şikayetlerin herkesin görebileceği şekilde yayınlanması, diğer kullanıcıların da Balkan turu hakkında ayrıntılı bilgi edinmelerini sağlamaktadır.

Tablo 5. Elde Edilen Kod ve Temalara İlişkin Veriler

Ana Tema	Alt Tema		Kod
Seyahat acentesi şikayetleri	Planlama şikayetleri		Turun İptali ve Ertelenmesi, Tarih Değişikliği, Tur İçeriğinin Değiştirilmesi, Dönüş Tarihi Değişikliği, Havayolu Firması Değişikliği, Yanlış Planlama, Farklı Acente Katılımcılarının Bileştirilmesi
	Personel şikayetleri		Hakaret Etme, Saygısız, Anlayışsız ve İlgisiz Tavrı, Ciddiyetsiz, İletişim Eksikliği, Müşteri Hizmetlerinin Kaba Tavrı, Müşteri Hizmetlerine Satış Sonrası Ulaşamama, Fiziksel Taciz, Tehdit, Yardımcı Olmama
	Satış stratejisi şikayetleri		Yanlış ve Eksik İade Politikası, Ücret İadesinin Yapılmaması, Yanlış Fiyat Politikası, Sözleşme Dışı Uygulamalar, Fiyatlandırmada Farklılık, Yüksek Fiyat, Fatura Vermeme, Fiyat Farkı Talebi, Maddi Zararın Karşılanmaması
	İletişim şikayetleri		Eksik ve Yanlış Bilgilendirme, Yanıltıcı, Yetersiz, Geç Bilgilendirme, Programın Yanlış ve Eksik Aktarılması, Konaklama Bilgilerini Paylaşmama,
Ulaşım şikayetleri	Karayolu şikayetleri	Araç şikayetleri	Eski, Kirli, Kırık Koltuklar, Wi-Fi Olmaması, Konforsuz, Emniyet Kemerinin Olmaması, Sürekli Arıza Durumu, Yetersiz Bagaj, Klima Sorunu, Lastik Patlaması, Güvenlik Önlemlerinin Alınmaması, Hijyen Sorunları
		Şoför şikayetleri	Yetersiz Sayı, Trafik Kurallarına Uymama, Can Güvenliğini Tehlikeye Atma, Kaba Tavrı, Yabancı Dil Eksikliği, Sınırlı ve Saygısız Davranış
		Diğer şikayetler	Uzun Yolculuk Saatleri, Uyumsuz Mola Yerleri, Sağlık Sorunları, Sınır Kapılarında Bekleme Sürelerinin Uzunması, Eşyaların Araçta Kaybolması, Mola Sürelerinin Uzunluğu, Planda Aksama, Eşyaların Maddi Zarara Uğraması, Trafik Kazası, Yaralanma
	Havayolu şikayetleri		Tercih Edilen Firmaların Kalitesiz Hizmet Sunması, İlgisiz, Umursamaz ve Kaba Tavrı, Kişisel Eşyaların Kaybolması, Bagajların Gelmemesi, Kapasiteden Fazla Satış Yapılması, Havalimanı Bekleme Sürelerinin Uzunluğu, Uzun Gecikme Süreleri
Konaklama şikayetleri	Oda şikayetleri		Küf ve Rutubet Kokusu, Hijyen, Sıcak Su Olmaması, Yatak-Havlu-Nevresim Hijyen Sorunları, Kötü Koku, Tuvalet ve Banyo Sorunları, Böcek ve Örümcek Ağı Olması, Klima Sorunu, Küçük, Havasız
	Yeme-İçme şikayetleri		Sağlıksız, Özensiz ve Kötü Yemek, Kalitesiz Yemek, Bayat Yemek, Yetersiz, Tekdüze Menü, Niteliksiz, Sağlık Sorunları (İshal, Kusma, Zehirlenme, Ateş, Alerjik Durumlar)
	Personel şikayetleri		Kötü, Kaba, İlgisiz, Aşağılayıcı Davranışlar, Yabancı Dil Eksikliği
	Genel şikayetler		Şehir Merkezinden Uzak Konum, Yıldız Olmaması, Gürültülü Ortam, Asansör Olmaması, Wi-Fi Olmaması, Hijyen ve Sanitasyon Sorunları, Niteliksiz, Yetersiz, Aktivitenin Olmaması, Kişisel Eşyaların Çalınması, Güvenlik Sorunları, Gerekli Olanaklardan Yoksun
Tur rehberi şikayetleri	Olumsuz özellik şikayetleri		Bilgisiz, Deneyimsiz, İsteksiz, Umursamaz, Uyumsuz, Kibirli, Sorumsuz, İlgisiz, Adaletsiz Tutum, Politik, Manipülatif, Sıkıcı ve Aşırı Anlatım Tarzı
	Yetersizlik şikayetleri		Yabancı Dil, Tarihi Bilgi, Konum Bilgisi, Çözüm Odaklılık, Serbest Zaman Planlama, Tur Planlama, İletişim
	Etik dışı davranış şikayetleri		Kaba, Küfürlü Konuşma, Kavgacı, Bağırma, Hakaret Etme, Tehdit, Tartışmacı, Alaycı, Küçük Düşürücü, Asık Suratlı, Şiddete Eğilimli, Karşı Cins Yönelik Kötü Davranış, Azarlama, Laf Sokma, Tavrı Alma, Surat Asma

	Meslek etiğine aykırılık şikayetleri	Rehberlik Lisansı Olmayan, Yasa Dışı, Korsan Rehber, Karşılama ve Uğurlama Yapmayan, Keyfi Olarak Program ve Güzergâh Değiştiren, Zorla Bahşiş Toplaması, Ekstra Tura Mecbur Bırakma, Alışverişe Zorlama, Ekstra Turlarda Fazladan Ücret Toplama
Tur şikayetleri	Aktivite şikayetleri	Fazladan Ücret Talebi, Programda Yer Alan Aktivitelerin Yapılmaması, Ekstra Turlara Katılımın Zorunlu Tutulması, Plansız Ekstra Tur Satılması, Ekstra Turların Zorunlu Şekilde Yansıtılması,
	Yeme-İçme şikayetleri	Sağlıksız ve Kötü Yemekler, Özensiz, Niteliksiz, Zehirlenme, Aynı Yemeklerin Sunulması, İlgisiz Personel,
	Planlama şikayetleri	Programda Ani Değişiklik, Programa Uymama, Kısıtlı ve Yetersiz Serbest Zaman, Yanlış Planlama, Konaklamada Değişiklik, Gezilecek Yerlerde Değişiklik, Farklı Turların Katılımcıları Birleştirme, Kalkış-Variş Saatlerinde Gecikme,
	Diğer şikayetler	Hırsızlık, Kültürel Bir Yanının Olmaması, Uzun Süren Yolculuk Süreleri, Sınır Kapılarında Aşağılayıcı ve Kötü Tavır, Uzun Bekleme Süreleri, Standart Olmayan Muamele, Yanlış Fiyatlandırma, Ücrete Dahil Hizmetlerden Yararlanamama, Gümrük Problemleri, Resmi Görevlilerin Rüşvet Alması, Sınır Kapılarında Uzun Sıraların Oluşması

Veri analizi ve kodlama süreci sonunda beş temaya ulaşılmıştır. Bu temalar sırasıyla, seyahat acentesi, ulaşım, konaklama, tur rehberi ve tur şikayetleri şeklindedir. Seyahat acentesi teması, Balkan turu satın alımı öncesi ve sonrasında muhatap olunan işletmeyi, ulaşım teması Balkan turunun başlangıcı ve bitişi arasında kullanılan vasıtaları, konaklama teması Balkan turu süresince yapılan konaklamayı, tur rehberi teması Balkan turu boyunca katılımcılara eşlik eden görevli turist rehberini ve son olarak tur teması ise Balkanlarda yapılan tur aktivitesini ifade etmektedir.

Seyahat acentesi teması, planlama, personel, satış stratejisi ve iletişim şikayetleri alt temalarından oluşmaktadır. Ulaşım teması şikayetleri, havayolu ve karayolu alt temalarıyla açıklanmıştır. Karayolu ulaşımını oluşturan kodlar ise araç, şoför ve diğer durumlardan oluşmaktadır. Konaklama teması, oda, yeme-içme, personel ve genel şikayetler alt temalarından oluşmaktadır. Oda, Balkan turu katılımcılarının konakladığı otel odalarına ait kodlardan oluşmaktadır. Yeme-içme ise yalnızca konaklama süresinde otel işletmesinde yapılan yeme-içme faaliyetini açıklamaktadır. Personel, otel işletmesi personeli. Tur rehberine yönelik şikâyet teması, olumsuz özellik, yetersizlik, etik dışı davranış ve meslek

etiğine aykırılık alt temalarıyla aktarılmıştır. Son olarak tur şikayetleri teması, aktivite, yeme-içme, planlama ve diğer şikayetler alt temalarından oluşmaktadır. Sınıflandırılamayan kodlar ise genel başlığı altında sunulmuştur.

Seyahat acentesinin alt temalarından planlama şikayetleri, Balkan turuna başlamadan önce insanların tur satın aldıktan sonra yaşadıkları olumsuzlukları ifade etmektedir. Bu noktada en fazla olumsuz durum, turun farklı nedenlerle iptal edilmesi veya haber verilmeden tarih değişikliği yapılmasıdır. Personel alt temasını oluşturan kodlara bakıldığında şikayetler, yoğun olarak insanların herhangi bir sorunda kötü bir iletişime maruz kalması ve acenteye ulaşamaması öne çıkmaktadır. Nadiren de olsa bu olumsuz durumlar fiziksel taciz ve şiddet, hakaret gibi kabul edilemez aksiyonlarla sonuçlanmıştır. Bu duruma örnek olarak bir şikâyet aşağıdaki gibidir:

*“...öncesinden 3'lü paket alırsanız indirim var, tur başlayınca indirim olmaz dediler. Neyse ki paketi aldık ama sonra tur başlayınca indirimli tur yine var dediler. Yalan beyanda bulunarak demek ki paket turlarda ekstra çok kar sağladığı için yalana başvurmak hiç sakıncalı gelmemiş onlara. Ayrıca müşteri hizmetlerinde özellikle A***** ismindeki hanımefendiye ulaşmak cumhurbaşkanına ulaşmaktan daha zor. İşlerini görünce yazıyorlar, arıyorlar ama daha sonra dönüş yok, arıyorsun cevap yok. Neyse ki dananın koptuğu son faciaya geçeyim. Satın alınan 3'lü tur paketinde özellikle Kosova var diye satın aldım ama son dakika olarak yok efendim yoğunluk var, dönüşte uçağa yetişemeyiz diye iptal ettiler.”*

Bu noktada seyahat acentesi personelinin kurumsal olmayan tavırları göz çarpılmaktadır. Satış stratejisine ait kodlarda ise şikâyet sonrası maddi ve manevi tazminat taleplerinin, iade ve iptal politikalarının müşteri isteği doğrultusunda gerçekleşmediği anlaşılmaktadır. Yine her katılımcının baştan sona aynı turu yapmasına rağmen farklı fiyat stratejilerinin uygulandığı görülmüştür. Bunun nedeni turun farklı zamanlarda satın alınması olabilir. İletişim kodları ise

tur içeriğinin katılımcılara yeterince açıklanmadığı, geç veya eksik aktarıldığı yönündedir. Bu şikayetlerden anlaşılacağı üzere seyahat acentelerinin müşteri ilişkileri yönetimi, satış politikaları ve kurumsal iletişim uygulamalarını yeniden gözden geçirmesi gerekmektedir. Seyahat acentelerine ait şikâyet tema ve kodlara bakıldığında profesyonel olmayan veya yalnızca satış öncesi hizmet veren ve satış sonrası müşteri istek ve ihtiyaçlarını görmezden gelen bir strateji uygulandığı tespit edilmiştir. Nitekim örnek bir şikâyet durumu açıklamaktadır:

“...son dakikaya kadar ne olacağı belli değildi, sürekli acenteye ulaşmaya çalıştık ama bilgi alamadık, tur satın aldıktan sonra iletişim kuramadık. Rastgele hareket ettik, plansız, programsız...”

Balkan turu satın alanlar farklı şehirlerden tura katılım sağlamak ve büyük oranda ilk Balkan turu deneyimlerini yaşamaktadırlar. Bu nedenle katılımcılar için turun en başından sonuna kadar bir belirsizlik hakimdir. Bu açıdan katılımcıların seyahat acentelerinin ayrıntılı bilgilendirmelerine ihtiyacı bulunmaktadır. Bu bilgilendirme bir katılımcı için sağlanamadığında, Balkan turu deneyimine yönelik tedirginliğe yol açabilir.

Ulaşım temasında katılımcı şikayetleri çoğunlukla otobüs ile yapılan Balkan turlarına yöneliktir. Havayolu ulaşımı ile Balkanlara varıldıktan sonra turun karayolu ile yapılması da bu temanın altında açıklanmıştır. Burada dikkat çeken kodlar, yetersiz şoför sayıları, uygun olmayan araçlar, araçların uzun yolculuklara yönelik tasarlanmamış olmasıdır. Bu kapsamdaki şikayetlerde trafik kurallarına uymama ve trafik kazası gibi can güvenliğini ciddi anlamda tehlikeye sokan durumlar tespit edilmiştir. Yolculuk süresinde insan sağlığının ve can güvenliğinin tehlikeye atılması kabul edilemez bir durumdur. Her katılımcı için can güvenliği hayati önem taşımaktadır. Ulaşım ile ilgili şikâyeteye dair kullanıcı şikâyeti örneği şu şekildedir:

“Öncelikle tur otobüsü çok eski, her tarafı kırık dökük, rezil ve pis durumdaydı. Klima sorunu vardı, içeride terden sıırsıklam oluyorduk. Ara kapıları açıyordu ve şoför ön camı açıyordu. Bu çok tehlikeli bir durumdu.”

İlgili acentelere bu durum iletilmesine rağmen sorun genellikle göz ardı edilmiştir. Ulaşım ile ilgili şikayetlerin nedenleri Balkanların coğrafi yapısı olabilir. Birçok ülkenin otobüsle gezilmesi uzun süren otobüs yolculuğu anlamına gelmektedir. Hal böyle olunca yolculuk için kullanılan araçların personel ve teknik anlamda kusursuz olması beklenmektedir. Ulaşım şikayetlerine bakıldığında ise beklentilerin aksine oldukça yetersiz ve niteliksiz araçlar kullanılmıştır.

Konaklama temasına bakıldığında otel odaları, ciddi anlamda şikayetlere konu edilmiştir. Bu şikayetler odaların en temel sahip olması gereken hijyen şartlarından uzak olduğunun göstergesidir. Yine otelde yapılan yeme-içme faaliyetleri de sağlık problemlerine yol açmıştır. Katılımcıların zehirlenme, kusma, baş ağrısı, ishal ve ateş gibi sorunlarla karşılaştığı tespit edilmiştir. Ek olarak hırsızlık gibi kişisel güvenlik sorunları da nadiren gözlemlenmiştir. Bir kullanıcının otel işletmelerine yönelik şikâyeti aşağıdaki gibidir:

“Konaklama yapılan oteller son derece kötüydü. İlk 2 gece konaklama yaptığımız otelde 3 oda değiştirdik, otelde öldürdüğümüz böcek sayısını hatırlayamıyorum, otel hijyeni çok kötüydü, nevresimler leke içerisindeydi, havlular içinde saç yumakları vardı, tuvalet kapakları bile kir içindeydi. Daha sonra Arnavutluk'ta kaldığımız otelde asansör bile yoktu...”

Balkanlarda faaliyet gösteren otel işletmelerinin sundukları hizmete bakıldığında müşteri memnuniyetinden oldukça uzak bir görüntüsünün olduğu söylenebilir. Bu otel işletmelerine yönelik bu kadar yoğun şikâyet olmasına rağmen yine de aynı otel işletmelerinin Balkan turları kapsamına alınmasının farklı nedenleri araştırılmalıdır. Diğer taraftan ciddi anlamda hijyen ve

sanitasyon sorunları olan bu işletmelerin, ilgili ülkelerin otoriteleri tarafından neden denetlenmediği ve bu şekilde faaliyet gösterebildiği önemli bir sorudur.

Bu araştırmanın bulgularına göre en fazla şikâyet tur rehberine yönelik yapılmıştır. Tur rehberine yönelik şikâyet alt temaları, olumsuz özellik, yetersizlik, etik dışı davranış ve meslek etiğine aykırılık şeklinde tespit edilmiştir. Olumsuz özelliklere bakıldığında tur rehberinin anlatım tarzı, genel anlamda hal ve hareketleri şikâyet konusu edilmiştir. Bu noktada bazı rehberlerin özellikle bazı tarihi bilgileri manipüle ettiği, politik bir tavır takındığı tespit edilmiştir. Devamında tur rehberleri yabancı dil, tarih ve konum bilgisi, zaman planlaması ve iletişim anlamında yetersiz görülmüştür. Tur rehberine yönelik etik dışı davranışlar katılımcıların maruz kaldığı ve asla kabul edilemez ciddi durumları açıklamaktadır. Bunlara örnek olarak küfürlü konuşma, hakaret etme, karşı cinse yönelik istenmeyen davranışlar, şiddet eğilimli olmak, insanları küçük düşürmek ve grup içinde hedef haline getirmek, iğneleyici bir tavır takınmak, aşağılamak verilebilir. Bir kullanıcının tur rehberine yönelik şikâyeti aşağıdaki gibidir:

“Balkan turumuzda bize rehberlik yapan ş. p., iletişim ve sorun çözme konusunda uzak, ön yargılı, olayları kişiselleştiren biri. Bir kişiyle bir diyalog yaşadığında kendini ifade edemeyip diğer insanlara şikâyet edip taraf toplama çabasına giren yetersiz biri. Kendi rehber arkadaşları ile molayı denk getirebilmek için programı kendine göre değiştiriyor (tur yolcularının da arkasından eleştirip yüzüne gülmeleri de şaşırtıcı). Eğer enerjiniz uymadıysa sorduğunuz soruya cevap verme gereği duymuyor ama kapanışı herkesten helallik isteyerek iyi yapıyor, takdir topluyor.”

Tur rehberlerinin kendi mesleklerini tur kapsamında nasıl kötüye kullandıklarını meslek etiğine aykırılık kodları açıklamaktadır. Bu noktada tur rehberlerinin genellikle katılımcılardan hakkı olmayarak farklı yollardan fazla para kazanması söz konusudur. Daha ciddi hatta yasa dışı bir durum ise bazı şikâyetlerde tur rehberinin lisansının olmaması, rehberlik belgesini

gösterememesidir. Yurt dışı kültür turu kapsamında satılan Balkan turlarında tur boyunca katılımcılara eşlik etme görevi olan bir rehberle yönelik yapılan bu ciddi şikayetler, turizmin paydaşları için önemlidir. Tur rehberinin olumsuz davranışları meslektaşlarına olan güveni sarsabilir. Katılımcılar için bir turdan elde edilen tatmini ve memnuniyeti ciddi oranda azaltabilir. Seyahat acentelerinin olumsuz yorumlara sahip tur rehberlerini tespit edip uyarı, görev vermeme gibi yaptırımları uygulaması tavsiye edilebilir.

Araştırma bulgularında elde edilen tur şikayetleri teması, aktivite, yeme-içme, planlama ve diğer şikayetlere ilişkin alt temalarla açıklanmıştır. Aktivite, katılımcıların ulaşım ve konaklama gibi zamanlarda yaşadıkları deneyimler olan; ekstra tur, tekne gezisi, müze girişi gibi faaliyetlerde yaşanan olumsuzlukları ifade etmektedir. Yeme-içme şikayetleri, tura dahil olan hizmetlerden, konaklama harici yapılan yeme-içmeye yönelik olarak açıklanmaktadır. Yeme-içme şikayetlerini aynı zamanda konaklama kapsamında olan yiyecek ve içeceklerin sağlıksız, niteliksiz ve özensiz olması kapsamaktadır. Bu durumu örnek bir kullanıcı şikâyeti özetlemektedir:

“...sürekli aynı şeyler, anlaşılmış gibi sanki. Her yerde kalitesiz yemekler veriliyor. Zehirlenenler oldu turda. Balkan gecesi gibi aktiviteler sanki hiç Balkanları yansıtmıyordu. Ekstra tur bir yerlere giriş ücreti gibi ödemelerle karşılaştık.”

Planlama ile ilgili şikayetler genel olarak tur sürecini açıklamaktadır. Bu temada öne çıkan kodlar, kalkış-varış saatlerinde gecikme, güzergâh, konaklama ve programın değiştirilmesi yönündedir. Diğer şikayetler kapsamında var olan temalara ait olmayan durumlar yer almaktadır. Diğer durumlar, özellikle sınır kapılarındaki standart olmayan, uzun bekleme süreleri ve resmi görevlilerin kötü tavırlarına yönelik şikayetlerdir. Ayrıca hırsızlık, resmi görevlilerin araçlardan rüşvet alması ciddi şikayetleri oluşturmaktadır. Balkan turu içeriğine bakıldığında, turların planlamasının özensiz ve dikkatsiz bir şekilde yapıldığı söylenebilmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Balkan turları bilindiği üzere A grubu seyahat acenteleri tarafından yurt dışı kültür turu kapsamında satılmaktadır. Balkan turlarında ayırım, otobüs ya da havayolu ulaşım seçenekleriyle, diğer ayırım ise geceleme sayısı ile yapılmaktadır. Bu araştırmada geceleme sürelerine bakılmaksızın otobüs veya havayoluyla yapılan turlara yönelik şikayetler analiz edilmiştir. Araştırmanın öne çıkan sonuçları, seyahat acenteleri, ulaşım, konaklama, tur rehberi ve genel olarak Balkan turlarının içeriği bağlamındadır. Araştırma sonuçlarına göre en fazla şikâyet kadın katılımcılar tarafından yazılmıştır. Yıllara göre bakıldığında ise 2022 sonrası artarak devam eden bir şikâyet sayısına ulaşılmıştır. 2025 yılı tamamlanmadığı için bu çıkarım henüz doğrulanmamıştır. Diğer taraftan şikayetlerin giderek artan sayıdaki grafiği, seyahat acenteleri için olumsuz bir tablo ortaya çıkarmaktadır. Balkan turlarına yönelik şikayetlerin göz ardı edildiği ve olumsuz durumların çoğunlukla düzenlenmediği sonucuna varılabilir. Yine de ilerleyen yıllarda yapılacak araştırmalar bu önermeyi doğrulayabilir veya yanlışlayabilir. Şikayetlerin destek, yorum ve görüntülenme sayısı ise şikayetlerin nasıl büyük bir oranda yayıldığının göstergesidir. Nitekim günümüzde turizm deneyimi katılımcıları, potansiyel katılımcılara olumlu veya olumsuz deneyimlerini aktarmada oldukça istekli bir profil sergilemektedir.

Belirtildiği üzere şikayetleri konu alan yazına bakıldığında Balkan turu ile ilgili spesifik bir araştırmaya rastlanmamıştır. Benzer olarak paket turlara, seyahat acentelerine ve tur rehberlerine yönelik yapılan araştırmalar mevcuttur. Balkan turunun da bir paket tur olduğu düşünülürse ilgili yazınla bu bağlamda ilişki kurulabilir. Bu araştırmalara örnek olarak Unur vd. (2010), Kutluk ve Arpacı (2016), Temizkan ve Ar (2017), Avcı ve Doğan (2018), Tanrıseven (2018), Kanlı (2019), Nazlı (2020), Arpacı (2022) verilebilir. Bu araştırmalarda seyahat acentelerine ilişkin şikayetlere bakıldığında, acentenin yanlış ve eksik bilgilendirmesi, personelin ilgisizliği (Unur vd., 2010; Tanrıseven, 2018) acentenin tura ilişkin yanlış

bilgilendirme yapması (Arpacı, 2022), turistlerin beyan edilen fiyatlar ile ödenen fiyatlar arasındaki farklılıklar (Nazlı, 2020) ön plana çıkmaktadır. Konaklamaya yönelik ifadelerde, konaklamanın kalitesiz, yetersiz ve kötü olması (Unur vd., 2010; Kutluk ve Arpacı, 2016; Tanrısever, 2018; Nazlı, 2020; Arpacı, 2022), ulaşım faktöründe, ulaşımında kalitesiz araç tercihi, şoförün hatalı kullanımı, araçların arıza yapması (Tanrısever, 2018; Arpacı, 2022) gibi şikayetler yer almaktadır. Bu araştırmaya benzer olarak tur ile ilgili tur programında yapılan değişiklik (Tanrısever, 2018; Arpacı, 2022) katılımcılardan bağımsız ve habersiz yapılan her türlü değişiklik (Kutluk ve Arpacı, 2016), turların organizasyonel problemleri (Nazlı, 2020) öne çıkan şikayetlerdir. Son olarak ilgili yazında tur rehberlerinin ilgisiz, bilgisiz, yetersiz, sorumsuz, plansız, kibirli, kaba olması (Temizkan ve Ar, 2017; Tanrısever, 2018; Avcı ve Doğan, 2018; Kanlı, 2019; Arpacı, 2022), bilgi aktarımında yetersiz, yanlış, yanıltıcı, gereksiz (Temizkan ve Ar, 2017; Kanlı, 2019) olması, etik dışı davranışlarda bulunması, mesleki yeterlilikte sorunlarının olması, tur programına uymaması, yabancı dili eksik, sürekli maddiyat odaklı yaklaşımları olması (Kutluk ve Arpacı, 2016; Temizkan ve Ar, 2017; Avcı ve Doğan, 2018; Kanlı, 2019; Arpacı, 2022) başlıca şikayetleri oluşturmuştur. Nitekim bu araştırmanın, görüldüğü üzere seyahat acentesi, ulaşım, konaklama, tur ve tur rehberi temalarıyla ilgili yazınla büyük ölçüde benzerlik gösterdiği ifade edilebilir.

Bu araştırma sonuçlarından hareketle öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- En çok şikâyet alan seyahat acentası tespit edildikten sonra doğrudan bu seyahat acentası kullanıcılarına yönelik bir araştırma planlanabilir.
- İlgili yazında bu konudaki araştırmalar çoğunlukla içerik analizi tekniğiyle planlanmıştır. İleride araştırmalar farklı desenlerle ve analiz teknikleriyle tasarlanabilir.
- Şikâyet bildirme davranışı sonrası genellikle beklenti şikâyetin çözülmesidir. Buna ek olarak yalnızca bilgi verme, uyarıda bulunma gibi amaçları da olabilir. Bu

davranış örüntüleri daha az katılımcıyla bire bir görüşme ya da odak grup görüşmeleriyle tespit edilebilir.

- İlgili alanın belirli bir doygunluğa ulaştığını söylemek yanlış olmayacaktır. Buradan hareketle olumsuz durumlar veya şikayetler farklı platformlar üzerinden sorgulanabilir.
- Balkanlar ve Türkiye arasında bilindiği üzere uzun yıllara dayanan bir bağ söz konusudur. Dolayısıyla turizm bağlamında Balkan turlarına yönelik araştırmaların yeterince ilgi görmemiş bir alan olduğu ifade edilebilir. Bu doğrultuda Balkan turlarına yönelik daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.
- Genellikle Türkiye’den Balkanlara seyahat araştırma alanı olsa da Balkanlardan Türkiye üzerine yapılan seyahatler de tespit edildikten sonra sorgulanabilir.
- Paket turlara ve Balkan turlarına yönelik istatistiksel veri eksikliğinden söz edilebilir. Yıllara göre satın alınan paket tur veya Balkan turlarının farklı değişkenlere göre verisinin yayınlanması araştırmacılar için yararlı olacaktır.

Araştırmanın Sınırlılıkları ve Kısıtları

Bu araştırmanın sınırlılıkları ve kısıtları şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırmada sadece Balkan turunu deneyimleyenlerin şikayetleri analiz edilmiştir. Turu satın aldıktan sonra kişisel sebeplerle iptal eden, tura çıkamayan veya turun başında sınır geçişinde sorun yaşayan katılımcıların şikayetleri değerlendirilmemiştir.
- Söz konusu şikâyet sitesinde yer alan şikâyet metni içinde Balkan turu geçen ama başka bir konuyla ilgili şikayetler araştırma kapsamında değildir.
- Çözümüne kavuşmuş ve şikâyet metni kaldırılan durumlar araştırma dışında tutulmuştur.
- Şikayetlerde yer verilen görüntüler ayrıca analiz edilmemiştir.

- Yetkisi olmadan Balkan turu satışı yapan dolandırıcılık ile ilgili şikayetler, diğer bir ifadeyle kişisel dolandırılma vakalarına yönelik şikayetler değerlendirilmemiştir.
- Şikayetler belirli bir tarih aralığında tespit edilmiştir. Bu tarih aralığından sonra Balkan turu şikayetlerinin sayısı farklılık gösterebilir.
- Şikayetlerin gerçek kullanıcı yorumları olduğu kabul edilmiştir. Diğer bir ifadeyle şikâyet metnlerinin gerçek dışı, sahte, yanıltıcı, manipülatif vb. olmadığı kabul edilmiştir.
- Her şikâyetin kullanıcı düşüncelerini yansıttığı varsayılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akay, B., & Türkay, O. (2014). Araç kiralama işletmelerine yönelik müşteri şikayetlerinin analizi. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(4), 138-146.
- Argan, M. T., & Arıcı, A. (2019). Sağlık iletişiminde e-şikâyet: hastaların ve hasta yakınlarının şikayetvar.com paylaşımları üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (31), 339-355.
- Argan, M. T., & Dursun, M. T. (2020). Şikâyetin ödülüdür bize: etkinlik bilet dağıtımı ve biletix şikâyetleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1199-1215.
- Arıkan, E. (2023). Analysis of complaints regarding recreation and animation services in hotel businesses. *Journal of Tourism Theory and Research*, 9(1), 24-29.
- Arpacı, Ö. (2022). Karadeniz turu satın alan müşteri şikâyetlerinin analizi. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 8.
- Arpacı, Ö., & Kutanis, R. Ö. (2022). Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesine yönelik müşteri e-şikâyetlerinin analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(27), 442-463.

- Arpacı, Ö., Uğurlu, K., & Batman, O. (2015). Helal konseptli otel işletmelerine yönelik yapılan müşteri şikâyetleri üzerine bir araştırma. *Bartın University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 6(11).
- Aslan, Ü. B., & Önal, Ö. (2023). Covid-19 aşılmasının uygulanma sürecinde yaşanan sorunların bir internet sitesi üzerinden içerik analizi. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 14(39).
- Atasoy, Ö. A. (2020). Müşterilerin elde tutulmasında araçsal bir yöntem olarak e-şikâyet yönetimi: Erdek örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(4), 764-786.
- Avcı, E., & Doğan, S. (2018). E-şikâyetler turist rehberleri hakkında ne söylüyor? *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 133-148.
- Aylan, S., Arpacı, Ö., & Celiloğlu, F. K. (2016). Bir internet şikâyet forumundaki termal otellere yönelik şikâyetlerin incelenmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 49-68.
- Bayır, T. (2022). E-ticaret işletmelerinin yeni nesil kargolama hizmetlerine ilişkin e-şikâyetlerin incelenmesi: şikayetvar.com üzerine netnografik bir analiz. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 57-74.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theories and method*. Boston, USA: Allyn & Bacon.
- Cevher, E. (2016). Hizmet kalitesi açısından üniversitelere yönelik şikâyetlerin incelenmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 11(43), 163-171.
- Ceylan, U., & Gençer, K. (2022). Devre tatil sistemindeki otel işletmelerine yönelik çevrimiçi şikâyetlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 540-552.
- Ceylan, U., & Güven, Ö. Z. (2017). Yerli turistlerin satın aldıkları yurtdışı (outgoing) paket turları değerlendirmeleri üzerine bir araştırma. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 515-532.

- Ceylan, U., & Uzun, A. H. (2024). Otel işletmelerine yönelik çevrimiçi şikâyetlerin incelenmesi: Ankara Örneği. *Sinop-e: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 74-94.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles, USA: Sage.
- Glesne, C. (2013). *Nitel araştırmaya giriş* (Çev. A. Ersoy ve P. Yalçınoglu). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Güler, H. N., & Marşap, A. (2019). Türk bankacılık sektöründeki müşteri itiraz, şikâyet, talep ve önerilerinin içerik analizi ile incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2004-2015.
- Gündüz, D., & Hoşgör, H. (2019). Sağlık hizmeti tüketicileri perspektifinden özel hastane şikâyetlerinin incelenmesi (şikayetvar.com örneği). *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(4), 823-842.
- Gürbüz, Z. (2024). Müşteri e-şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Öz has ve cesur bingöl turizm. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal (Smart Journal)*, 10(4), 551-559.
- İli, B. (2025). Analysis of complaints regarding cryptocurrency investment fraud: An evaluation from the perspective of new media literacy. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38), 214-229.
- Kanlı, K. (2019). Turist rehberlerine yönelik e-şikâyetlerin içerik analizi ile incelenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 2(1), 10-17.
- Kesim, M. M., & Yılmaz, İ. (2024). Engelli yerli turistlerin turizmde yaşadıkları sorunlar: Çevrimiçi platformlardaki şikâyetler üzerinden bir değerlendirme. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 6(2), 233-250.

- Kızılcın, S., Hoşgör, H., & Güngördü, H. (2023). Analyzing e-complaints directed towards a specific airline company: The case of corendon airlines. *SSRJ| Social Sciences Research Journal*| Online ISSN: 2147-5237, 12(06), 787-794.
- Kızılırmak, B. (2023). Kargo Hizmetlerinin müşteri memnuniyeti açısından üçüncü parti platformda incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 26(1), 35-47.
- Kölgelir, Y. Ö., & Türk, G. D. (2022). Türkiye'deki devlet üniversitelerine yönelik online şikâyetler üzerine bir değerlendirme: şikayetvar.com örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 662-699.
- Kutluk, A., & Arpacı, Ö. (2016). E-wom bağlamında seyahat acentalarına yönelik e-şikâyetlerin gömülü teori ve içerik analizi ile incelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(35), 367-386.
- Limon, Ş., & Arpacı, Ö. (2016). Kurum imajı açısından müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Seyahat acentaları şikâyetlerine yönelik bir araştırma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 86-99.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2016). *Geniştirilmiş bir kaynak kitap: Nitel veri analizi* (S. Akbaba- Altun & A. Ersoy, Çev. Ed.) Ankara: Pegem Akademi.
- Mutlu, F., & Şentürk, A. (2023). E-complaining in health services: a research on sikayetvar.com shares of patients related to the radiology department in Turkey. *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*, 7(3), 183-191
- Nazlı, M. (2020). Tourists'e-complaints about online travel agencies. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 99-111.
- Özbay, G., & Sarıca, V. (2022). Yiyecek içecek paket servis hizmetlerinde pandemi dönemi müşteri şikâyetlerine ilişkin bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.

- Pajo, A., & Selvi, M. S. (2019). Akıllı telefonlara ilişkin şikâyetlerin analizi: sikayetvar.com sitesi örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 9(1), 34-43.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (M. Bütün & S. B. Demir, Çev. Ed.) Ankara: Pegem Akademi.
- Polat, Ö. (2023). Türkiye’de kütüphane hizmetlerine yönelik çevrim içi şikâyetlerin incelenmesi: sikayetvar.com örneği. *Türk Kütüphaneciliği*, 37(3), 153-174
- Saraç, Ö., & Türkay, O. (2019). Altyapı, üstyapı ve çevre sorunlarının turist şikâyetleri kapsamında değerlendirilmesi ve yerel yönetimlerin çözüm potansiyeli: Antalya örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 98-110.
- Selvi, M. S., Saçılık, M. Y., Çevik, S., & Cavlak, N. (2012). Devre mülk ve devre tatil sistemlerinde tüketici şikâyetlerine ilişkin bir içerik analizi. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(2), 15-35.
- Şantaş, F., Şantaş, G., & Erigüç, G. (2019). Türkiye’de özel hastanelere ve devlet hastanelerine yönelik elektronik şikâyetlerin incelenmesi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 5(3), 291-301.
- Tanrısever, C. (2018). Paket tur satın alan müşterilerin şikâyet analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 114-123.
- Temizkan, R., & Ar, H. (2017). Turist rehberlerine yönelik e-şikâyetlerin analizi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (64), 273-285.
- Uçar, Ö., & Kırhasanoğlu, M. (2021). Doğu Karadeniz’deki 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2149-2165.
- Unur, K., Çakıcı, C., & Taştan, H. (2010). Paket turlardaki müşteri şikâyetleri ve seyahat acentalarının bu şikâyetlerle karşılaşma sıklıkları üzerine bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 391-408.

- Ünal, A. (2019). Otel müşterilerinin e-şikâyetlerinin sınıflandırılmasına yönelik bir çalışma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(2), 561-581.
- Ünal, A., Çakır, G., Bayar, S. B., & Çelen, O. (2020). Turistlerin konaklama işletmelerine yönelik şikâyetlerinin incelenmesi: Marmara bölgesi otellerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 744-755.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Yılmaz, E. S., & Bal, F. (2022). Havayolu firmalarının kurumsal itibarlarının “şikayetvar” sitesi üzerinden rq modeli ile incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 436-449.
- Zengin, B., & Haliloğlu, S. (2020). Konaklama işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin incelenmesi: Sakarya örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 68-84.