

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/  
Journal of Travel and Hotel Business  
Cilt/Vol:22(1),Yıl/ Year:.,2025 ss/pp,64-84  
Gönderim Tarihi/ Received:14.03.2023  
Kabul Tarihi /Accepted:03.12.2024  
DOI: 10.24010/soid.1405076

Araştırma Makalesi/ Research Article

## Beş Yıldızlı Termal Otellerin Temizlik ve Hijyen ile İlgili Çevrimiçi Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Pamukkale Örneği

### Evaluation of Five-Star Thermal Hotels' Online Complaints about Cleanliness and Hygiene: The Case of Pamukkale

**Batuhan HORASAN** 

İstanbul Üniversitesi

Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı  
(Dr. Öğrencisi), İstanbul, Türkiye

**E-posta:** batuhan\_horasan@hotmail.com

**Muhammet KESİN** 

İstanbul Üniversitesi

Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı  
(Dr. Öğrencisi), İstanbul, Türkiye

**E-posta:** muhammetkesin78@gmail.com

**Uzm. Dr. Nevzat Atalay ÇELİKÜREK** 

Pamukkale Üniversitesi

Denizli Pamukkale İlçe Sağlık Müdürlüğü,  
Denizli, Türkiye

**E-posta:** atalaycelikyurek@gmail.com

#### Öz

Bu çalışma, Pamukkale'deki beş yıldızlı termal otellerde konaklayan misafirlerin temizlik ve hijyen konusundaki şikâyet içerikli yorumlarını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. 01.01.2014-15.10.2023 tarihleri arasında Google Haritalar web sitesinde paylaşılan 1738 yorum incelenmiş, 431 yorumun şikâyet içerikli olduğu tespit edilmiştir. MAXQDA programı ile yapılan içerik analizinde, yorumların "müşteri ve personel kullanım alanları" alt temasında yoğunlaştığı ve en sık karşılaşılan sorunun "müşteri odası ve ekipmanı" olduğu belirlenmiştir. Sonuçların, otellerin temizlik ve hijyen standartlarını iyileştirmesine katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Otel, Termal otel, Temizlik, Hijyen, Şikâyet, Çevrimiçi şikâyet.

#### Abstract

This study aims to evaluate the complaint comments of guests staying in five-star thermal hotels in Pamukkale on cleaning and hygiene. 1738 comments posted on Google Maps website between 01.01.2014-15.10.2023 were analysed and 431 comments were found to contain complaints. In the content analysis conducted with MAXQDA software, it was determined that the comments were concentrated in the sub-theme of 'customer and staff usage areas' and the most common problem was 'customer room and equipment'. It is predicted that the results will contribute to the improvement of cleaning and hygiene standards of hotels.

**Key Words:** Hotel, Thermal hotel, Cleanliness, Hygiene, Complaint, Online complaint.

## Extended Summary

### Introduction

The aim of this study is to evaluate the complaints of domestic and foreign tourists visiting Pamukkale regarding the cleanliness and hygiene of five-star thermal hotels operating in that region and to make suggestions to businesses based on these results. Online reviews, which have become an important marketing tool for businesses today, allow businesses to introduce themselves, correct their deficiencies and mistakes from the customer's perspective, promote their services and make effective advertising (Duan et al., 2008). These online reviews are written as a result of consumers' experiences. Consumer awareness is increasing day by day and accordingly, cleaning and hygiene expectations are also increasing (Şimşek, 2017). In this context, cleaning and hygiene are of great importance for tourism businesses not only in terms of the health and safety of guests, but also in terms of the success and sustainability of the business. It is thought that this study will provide suggestions to businesses by revealing possible deficiencies in cleaning and hygiene in businesses in line with customer complaints and thus contribute to the literature.

### Methodology

On the Google Maps website, 9 five-star thermal hotels were listed in Denizli Pamukkale on 16.10.2023, the date when the data of the research were recorded in the computer environment. Since the first comment about cleanliness and hygiene about the five-star thermal hotels in Denizli Pamukkale on the Google Maps website was made in 2014 and all comments on this subject were requested to be examined until today, the comments about cleanliness and hygiene made between 01.01.2014 and 15.10.2023 were included in the study. Foreign language comments were translated into Turkish and analyzed. The comments under the heading of "Cleanliness" were analyzed separately by two researchers to ensure consistency and 431 comments were found to contain complaints about cleanliness and hygiene. Afterwards, an evaluative content analysis, one of the qualitative research methods, of the comments containing complaints was conducted. The comments were analyzed with MAXQDA program.

Under the main theme of cleanliness and hygiene; three sub-themes, namely personal hygiene, water hygiene and hygiene of customer and staff areas, and 11 codes, namely staff, pool, hot spring, bathroom and drinking water (mains water), customer room and equipment, toilet and bathroom, restaurant and equipment, ambient ventilation, steam, massage and dressing room, garden and balcony, were created by two researchers with the support of literature.

### Results

The study consists of 18365 comments written to five-star thermal hotels operating in Pamukkale in various languages on Google Maps application. Depending on the research purpose, there are 1738 comments under the heading of cleanliness and hygiene. Of these 1738 comments, 431 (24.8%) have negative content. When these comments are analyzed by years, it is seen that the highest number of comments were in 2022 with 110 (25.5%) and 2019 with 87 (20.2%); the lowest number of comments were in 2014 with 1 (0.2%) and 2015 with 1 (0.2%). Since some of the 431 comments containing complaints expressed more than one sub-theme and code, 490 codes were coded within the main theme. When the total number of codes for sub-themes is

analyzed; 7 (1.4%) belong to personal hygiene, 97 (19.9%) to water hygiene and 386 (78.7%) to hygiene sub-theme of customer and staff areas. When the number of codes are evaluated within themselves; 7 (1.4%) personnel, 58 (11.9%) pools, 34 (7.0%) hot spring, 5 (1.0%) drinking and bathing water (mains water); 197 (40.2%) customer room and equipment, 73 (14.9%) toilet and bathroom, 55 (11.2%) restaurant and equipment, 44 (9.0%) ambient ventilation, 7 (1.4%) steam, massage and dressing room, 6 (1.2%) garden and 4 (0.8%) balcony.

## Conclusion and Discussion

Cleanliness and hygiene have always been one of the most important issues for hotel businesses. The fact that approximately 1 out of every 10 comments made to the businesses is related to cleanliness and hygiene and that approximately a quarter of the evaluations in these comments are complaint-related supports the idea that this issue is a remarkable issue for customers and indirectly for the businesses that provide service. It was determined that the comments with complaint content were concentrated in the sub-theme of “customer and staff usage areas”. According to the codes of this sub-theme, the most frequently encountered code was “customer room and equipment”. Based on the complaint comments made within the scope of this study, it is foreseen that hotel businesses will be guiding about the points where they need to make improvements in the field of cleanliness and hygiene.

### 1. Giriş

Çevrimiçi tüketici yorumları, müşterilerin karar verme ve satın alma süreçlerini etkilemekle beraber işletmeler açısından fırsatlar sağlamaktadır (İşgören, 2017; Ateş ve Sunar, 2019). Müşterilerin karar verme sürecinde şikâyet içerikli yorumlar, olumlu yorumlara göre daha etkili olmaktadır (Lee vd., 2008). Bu kapsamda müşteri memnuniyetini sağlamak için müşteri şikâyetlerini en aza indirmek, işletmenin sürdürülebilir gelişimi ve otel işletmelerinin hizmet kalitesinin ve rekabet gücünün artırılması açısından oldukça önemlidir (Kızıldemir vd., 2019). Şikâyet kavramı, “herhangi bir ürünle ilgili olarak yaşanan olumsuz tecrübelerden kaynaklı tepki verme davranışı” olarak tanımlanmıştır (Jacoby ve Jaccard, 1981). E-şikâyet kavramı ise “bir üründen yararlanan müşterinin, ürünle ilgili yaşamış olduğu olumsuzlukları elektronik bir ortamda paylaşması” olarak ifade edilmiştir (Schall, 2003).

Müşteri şikâyetleri satın alınan ürünle ilgili olabildiği gibi alınan hizmetle de ilgili olabilmektedir (Argan, 2014). Şikâyetçi olan bir müşterinin asıl amacı, kaldığı otelle ilgili memnuniyetsizliğini belirterek, bu otelde kalmayı düşünen potansiyel müşterileri uyarmak ve deneyimlerini diğer kişilere aktarmaktır (Alrawadieh ve Demirkol, 2015). Çevrimiçi şikâyetler tanım gereği işletmeler açısından olumsuz olarak görünse de tam olarak öyle değildir. Çünkü internet üzerinden yazılan şikâyetler, tüketicilerle işletmeler arasında iletişim sağlar. Bu durum mevcut problemlerin hızlı bir şekilde tespit edilerek çözümlenmesini sağlamaktadır (Stevens vd., 2018).

Turizm işletmeleri kendini geliştirme arayışı içerisindeydirler. Bu noktada özellikle müşterilerinin beklentileri de göz önüne alındığında hijyen durumu oldukça önemlidir (Oosterom, 1998; Şimşek, 2017). Hijyen insan sağlığını korumak, geliştirmek ve sürdürmek amacıyla sağlık açısından alınması gereken önlemleri inceleyen bir bilim dalıdır (Tayar, 2018). Hijyen konusu farklı şekillerde gruplandırılabilir (Güler ve Yayla, 2020; Kozak, 1997). Ancak otel işletmeleri açısından hijyen; kişisel hijyen, su hijyeni ve müşteri ve personel kullanım alanları hijyeni olarak üç başlık altında sınıflandırılabilir.

Bu üç alanda sağlanan hijyen, otel hizmetlerinin sağlık ve temizlik gereksinimlerine uygun bir şekilde sunulmasına katkı sağlamaktadır (Kozak, 1997).

Dünyada temizlik ve hijyen kavramlarının son beş yıllık (2019-2024) internet aranmalarında Türkiye ilk sıradadır (Google Trends, 2024a; Google Trends, 2024b). Bu ilgi durumu ülkemizde yerli ve yabancı turistlere hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve memnuniyetin devamlılığının sağlanabilmesi için oldukça önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda, beş yıldızlı oteller hakkında yapılan çevrimiçi şikâyet içerikli yorumların incelendiği ve bu çalışmaya benzer özellikler taşıyan çalışmalar yer almaktadır (Gürbüz ve Ormankıran, 2020; Kızıldemir vd., 2019; Dinçer ve Alrawadieh, 2017). Ancak literatürde, şikâyet içerikli çevrimiçi yorumlardan yola çıkılarak otellerin temizlik ve hijyen açısından hangi noktalarda yoğunlaştığını ayrıntılı olarak gösteren çalışmalar sınırlıdır. Ayrıca; Pamukkale'deki beş yıldızlı termal otellerde konaklayan turistlerin yorumları üzerinden temizlik ve hijyen konusuna odaklanan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma da bu eksiklikten hareketle yapılmış olup literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, Pamukkale'deki beş yıldızlı termal otellerde konaklama yapan insanların temizlik ve hijyen açısından şikâyet içerikli yorumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Turizm Üzerinde Çevrimiçi İnternet Sitelerinin Rolü

Turizm Dünya'da 19.yy.'ın başlarında, Türkiye'de 19.yy.'ın sonlarına doğru gelişmeye başlamıştır. Günümüzde ise Türkiye turizm ve hizmet alanında dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Bu durumun temel nedenlerinden biri Türkiye'deki turizm çeşitliliğidir (Tunçalp ve İrge, 2018). Turizm sektörü, sürekli kendini yenileyen ve dinamik yapısı sayesinde teknolojinin sunduğu yeniliklerden büyük ölçüde faydalanmıştır. Özellikle dijitalleşme, turizm faaliyetlerinin hızla artmasına neden olmuştur (Altun ve Girgen, 2022).

Çevrimiçi platformlarda tüketiciler, ürünler ve markalar hakkındaki olumlu, tarafsız veya olumsuz deneyimlerini, görüşlerini ve geri bildirimlerini çevrimiçi incelemeler, derecelendirmeler veya sıralama sistemleri aracılığıyla kolaylıkla paylaşabilmektedir (Filiari vd., 2018). Ayrıca tüketiciler çevrimiçi yorumların önemli bilgi kaynağı olarak gördüğünü bununla birlikte satın alma konusunda çevrimiçi yorumlardan yararlandıklarını ifade etmektedirler (Cheung, 2006). Bu durum medya üzerinden gerçek kişilerin bizzat yaşadığı deneyimlerini aktarmasının tüketiciler açısından daha güvenilir bulunmasıyla açıklanabilir (Ricci ve Wietsma, 2006).

Günümüzde çevrimiçi yorumlar, tüketicilerin yanı sıra işletmeler açısından kendilerini geliştirmek, müşteri bakış açısından eksikliklerini ve hatalarını düzeltmek, reklam ve tanıtım yapmak gibi amaçlar doğrultusunda önemli bir pazarlama aracı haline gelmiştir (Duan vd., 2008). Bu kapsamda yapılan bir çalışmada yorum içeriklerinin olumlu olması otel odalarının satışına olumlu etki ettiği belirtilmiştir (Öğüt ve Taş, 2012). Farklı bir çalışmada ise yorum sayısı artışının otel rezervasyonlarını artırdığı ifade edilmiştir (Ye vd., 2011). Turizm sektöründe çevrimiçi tüketici yorumlarının incelenmesi ve bu yorumların dikkate alınarak işletmeler üzerinde düzenlemeler yapılması otel işletmelerinin hem ticari olarak hem de sürdürülebilirlik açısından pozitif etki yapacağı söylenebilir.

## 2.2. Temizlik ve Hijyenin Turizm İşletmeleri İçin Önemi

Temizlik, genellikle bireysel düzeyde algılanmakta ve kişiden kişiye değişen bir arınma şekli olarak ifade edilmektedir (Güler, 2000). Sağlığı tehdit eden ortamlardan olabildiğince uzak durarak bulaşıcı risklerden korunmayı amaçlayan tüm temizlik uygulamaları da hijyen kapsamında değerlendirilebilmektedir (Balci vd., 2005). Hijyen, insan sağlığının korunması, geliştirilmesi ve hayat boyu sürdürülmesi amacıyla sağlıkla ilgili bilgilerin sentezinden oluşan, bir bilim kompleksi olarak kabul edilmektedir (Taşkıran vd., 2019). Kısaca hijyen “sağlığı korumak amacıyla uygulanan ilkeler” şeklinde ifade edilmektedir (Sormaz ve Şanlıer, 2017). Hijyen eksikliği, yüksek mortalite oranı olan gelişmekte olan ülkelerde yaşam boyu hastalık yükünün üçüncü sırasında yer alan bir neden olarak belirtilmektedir (WHO, 2002). Hijyen, insan yaşam döngüsünün her aşamasında hayati öneme sahip olduğu gibi işletmeler için de oldukça önemlidir. Özellikle de tüketici bilincinin arttığı ve eğitim seviyelerinin yükseldiği bu dönemde, alınan hizmetlerin temiz, itinalı ve estetik değerlere uygun olmasının istenmesi nedeniyle; hijyen, tüketicilerin işletmelerden beklentilerinin en önde gelen unsurlarından biri haline gelmektedir (Şimşek, 2017). Bu kapsamda hizmetlerin güvenli ve hijyenik koşullarda sunulması kurumsal imajın iyileştirilmesi açısından en önemli faktörlerden biridir (Kayayurt, 2002). Hijyen konusunda farklı gruplandırmalar yapılabilir. Ancak, burada konu gereği hijyen; kişisel hijyen, su hijyeni ve müşteri ve personel kullanım alanları hijyeni olarak 3 gruba ayrılmıştır (Kozak, 1997):

**1) Kişisel Hijyen:** İnsanlardan bulaşmayı önlemek için kişisel hijyen önemlidir. Eller, saçlar, ağız, burun ve diğer kısımlar kontamine yüzeylerdir ve personelin kişisel hijyenine dikkat etmesi gerekmektedir (Merdol vd., 2000). Kişisel hijyen eksikliği, gıda kaynaklı hastalıkların en sık bildirilen nedenlerinden biridir (Cogan vd., 2002). Yiyeceklerin hijyenik bir şekilde depolanmış, hazırlanmış, pişirilmiş veya bekletilmiş olması ne kadar önemli olursa olsun, eğer çalışanlar temiz olmayan eller veya araçlar kullanarak servis yaparlarsa, yiyeceklere mikroorganizma bulaşma riski artmaktadır (Ünlüönen ve Cömert, 2013). El ve yüzeylerde ilk temasın ardından, *S. aureus*, *E. coli* ve *Salmonella spp.* gibi bakterilerin, saatlerce ya da günlerce yaşayabildiği ifade edilmiştir (Lues ve Tonder, 2007). Yapılan bir çalışmada, oteldeki temizlik personelinin virüsü odalara, konferans ve mutfak gibi ortak alanlara yayılmasında sorumlu olduğunu bildirmiştir (Purolighting, 2020).

Otelcilik sektörü, yoğun insan etkileşimine dayalı olmasından dolayı sağlık ve hijyen açısından büyük bir öneme sahiptir. Özellikle otel işletmelerinde personellerin birçok konuğun barınma ve beslenme ihtiyaçlarını karşıladığı ve ortak kullanım alanlarında hizmet verdiği düşünüldüğünde, personel ve müşteriler açısından kişisel hijyenin önemi daha iyi anlaşılmaktadır (Kozak, 1997).

Personel hijyeninin başlangıç aşaması olan el hijyeninin sağlanmaması, farklı meslek gruplarının da iş ortamlarında görülen ve halk sağlığını ciddi şekilde tehdit eden hastalıkların meydana gelmesinde en büyük risklerden biri olarak tanımlanmaktadır (Dokuzoğuz, 2003). Halbuki el hijyeni, oldukça ekonomik ve etkili bir korunma yöntemi olup, özenle uygulandığında birçok sağlık sorununun azaltılmasına katkı sağlayabilir (Cevizci ve Önal, 2009).

**2) Su hijyeni:** Su hijyeni, içme suyunun kalitesini ve diğer amaçlar için kullanılan suyun sağlık standartlarına uygunluğunun da araştırılarak sağlık koşullarını korumayı amaçlamaktadır (Kozak ve Çiçek, 2005). Gelişmekte olan ülkelerde görülen hastalıkların 4/5'nin su sorunları kaynaklı olduğu belirtilmektedir (Türkyılmaz, 2010). Mikrobiyolojik olarak kirlenmiş içme suyu her yıl yaklaşık 505 bin ishal kaynaklı ölüme

neden olduğu tahmin edilmektedir (WHO, 2023). Bu veriler, su kalitesi ile sağlık arasındaki yakın ilişkiyi vurgulamaktadır; çünkü sağlıklı su kaynakları, insanlara tifo, kolera gibi birçok salgın hastalığın bulaşmasına neden olabilir (Balkaya ve Açıköz, 2004). Banyo sularında kullanılan suyun bakteriyolojik açıdan kalitesi yetersizse çeşitli türlerde bağırsak, üst solunum yolu, deri ve kulak enfeksiyonlarına yol açabileceği gibi mantar ve parazit enfeksiyonlarının da gelişmesine sebep olmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2001). Ayrıca yüzme havuzları tek başına bile bu hastalıklar için kaynak olabilmektedir (Güler ve Çobanoğlu, 1994). Yapılan bir çalışmada bir otelde konaklayan sporcuların çoğunun dışkı örneğinde parazitler tespit edilmiş ve etkenin bulaşması havuz suyuyla ilişkili olduğu saptanmıştır (Fill vd., 2017). Bu kapsamda otel işletmeleri açısından su, vazgeçilmez bir öneme sahiptir. İçme suyu gereksinimlerini karşılama yanında çeşitli hizmetlerin sunulmasında da temiz ve kaliteli su gereklidir. Ancak bazen, suyun içeriği insan sağlığına zarar verebilecek durumda olabilir. Bu tür zararların önlenmesi için su hijyeni hayati önem taşımaktadır (Kozak, 1997).

**3) Müşteri ve Personel Kullanım Alanları Hijyeni:** Otelin hizmet alanı içerisinde misafir odaları, restoranlar, personel kullanım alanları vb. düzenlenirken hijyen kuralları dikkate alınmalıdır (Kozak, 1997). Yapılan bir çalışmada odalardaki; televizyon uzaktan kumandaları ve başucu lambası anahtarları, bakteriyel açıdan en kirli ve riskli cihazlar olarak belirlenmiş olup, bunları tuvalet ve banyo lavabosu takip ettiği bildirilmiştir (Gül vd., 2018) Otel odalarında bakteri, parazit ve kan emici haşere kaynaklı olumsuz hijyenin sağlık risklerine yol açabileceğini gösteren farklı çalışmalarda vardır (Almanza vd., 2015; Liu ve Gray, 2015). Yapılan farklı bir çalışmada, bazı otel restoranlarında ve mutfaklarında (araç-gereç) bakteri düzeylerinin sağlık açısından izin verilen sınırları aştığı ve hijyen açısından yetersiz olduğu saptanmıştır (Rodrigues, 2018).

Hijyenin genel kapsamda sınıflamasında verilen çalışma örneklerinden yola çıkılarak turistlerin sağlığı ve güvenliği açısından oldukça önemli olduğu görülmektedir. Ayrıca insan sağlığının sağlanamadığı bir işletmede başarıdan söz edilmesi mümkün değildir. Bu noktada işletme sahiplerinin işletmelerinde, hijyen standartlarına sıkı bir şekilde uyulmasını sağlamalı ve hijyen konularına sürekli olarak yatırım yapmalıdır.

### 2.3. İlgili Araştırmalar

Yapılan literatür taraması sonucunda bu konunun akademik çalışmalardaki durumunu gösteren 10 çalışma Tablo 1'de özet olarak verilmiştir. Verilen tabloda yapılan çalışmaların yazar isimleri, yılı, adı ve içeriği olarak sınıflandırılmıştır. Bu çalışmalarda farklı çevrimiçi platformlar kullanılarak turizm sektöründeki işletmelerle ilgili yorumlar sınıflandırılmış ve farklı farklı temalar belirtilmiştir. Genellikle incelenen oteller olsa da konaklama hizmeti veren evlerde çalışmalarda farklı örneklem grubu olarak incelendiği gözlenmektedir.



**Tablo 1:** Çevrimiçi İnternet Sayfasında Paylaşılan Yorumlar Hakkında Yapılan Bazı Çalışmalar

Yazarlar	Yıl	Çalışmanın adı	Çalışma İçeriği
Ceylan, U. ve Gençler, K.	2022	Devre Tatil Sistemindeki Otel İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Şikâyetlerinin İncelenmesi	Türkiye'de devre tatil şirketlerinden birisine bağlı 44 otel işletmesine yönelik Şikayetvar.com sitesindeki 3112 şikâyet 6 tema ve 24 alt tema altında içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Kat Hizmetleri teması hakkında 149 yorum (%4,8) (Temizlikle ilgili) yapılmıştır.
Karasakal, S., Doğan, O. ve Yücesoy, S.	2022	Airbnb Yorumları Üzerine Bir Araştırma: Antalya Örneği	Antalya'da 269 adet Airbnb evi üzerinde yapılan toplam 2.526 yorum içerik analizi ile incelenmiştir. Yorumlar olumlu ve olumsuz olarak 2'ye ayrılmıştır. Olumsuz yorumlar incelendiğinde, altı tema altında 19 kategori belirlenmiştir. Ziyaretçilerin konaklama hizmetleri teması altında 65 yorumun (%30,0) kirlilik kategorisinde olduğu görülmüştür.
Kaya, B., Enes, K. ve Kanca, B.	2022	Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Yiyecek İçecek Bölümlerine Yönelik Tripadvisor Yorumlarının Değerlendirilmesi	Türkiye'nin Doğu Karadeniz bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı 50 otel restoranına ilişkin TripAdvisor'daki 3006 yoruma içerik analizi uygulanmıştır. Bu yorumlar 117 ifade altında kodlanmış bunlardan 53 tanesi olumlu 64 tanesi olumsuzdur. Daha sonrasında olumlu ve olumsuz ifadeli kodlar ayrı ayrı 5 kategoride sınıflandırılmıştır. Bu kategoriler altında toplam 2701 olumlu ve 935 olumsuz yorum bulunmaktadır. Olumsuz ifadeli kodlarda, temizlik ve hijyen kategorisinde toplam 31 yorum (%3,3) olduğu belirtilmiştir.
Gürbüz, E. ve Ormankıran, G.A.	2020	Müşterilerin Otel İşletmelerine Yönelik Yorum ve Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi	Türkiye'nin Belek yöresinde faaliyet gösteren 50 otele ilişkin TripAdvisor'da paylaşılan 307 müşteri şikâyeti ve 1990 olumlu müşteri yorumu olduğu belirlenmiştir. Daha sonrasında olumlu ve olumsuz yorumlar frekans analizi yapılmış 4465 olumlu ve 892 şikâyet elde edilmiştir. Şikâyet edilen konular 6 alanda kategorize edilmiş olup hijyene yönelik şikâyetler 176 (%19,7) tanedir.
Kızıldemir, Ö., İbiş, S. ve Çöp, S.	2019	Afyonkarahisar'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Yorumların ve E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi	Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik internet ortamında yapılan 2868 adet yorum incelenmiş; bunların arasında 1004 adet şikâyet içeren ifadeye rastlanmıştır. Bu şikâyetlerin; yiyecek-içecek, hizmet kalitesi, oda, çalışanlar, fiyat ve temizlik olmak üzere altı ana temadan oluştuğu görülmüştür. Şikâyetlerin yiyecek-içecek teması altında 38 tanesi (%16,0) hijyenle ilgilidir. Temizlik teması altında 76 tane (%8,0) şikâyet vardır. Bunların 67 tanesi havuz kirliliği (%88,0) ve 9 tanesi havlu kirliliği (%12,0) ile ilgilidir.
Dinçer, M.Z. ve Alrawadieh, Z.	2017	Negative Word of Mouse in the Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews on Luxury Hotels in Jordan	Ürdün'deki beş yıldızlı 14 otel ile ilgili TripAdvisor'da yayınlanan 424 olumsuz yoruma dayalı bir içerik analizi yapılmıştır. 424 incelemenin analizi sonucunda toplam 1.148 farklı şikâyet vakası ortaya çıkmıştır. Bu aşamanın ardından, şikâyet vakaları ortak temalar altında gruplandırılmış ve kategorize edilmiştir. Olumsuz vakaların %13,2'si (151) temizlik ve hijyenle ilgilidir.

Tablo 1'in devamı

Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş.	2015	Konaklama İşletmelerinde E-Şikâyet Yönetimi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma	İstanbul'da faaliyet gösteren ve TripAdvisor'da bulunan beş yıldızlı ve 10 otel hakkında bildirilen 219 şikâyetin tamamı içerik çözümlemesi yöntemi kullanılarak incelenmiş ve 10 başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda 569 şikâyet sayısına ulaşılmıştır. Tesislerin kalitesi ve temizliği (odalar, banyolar vb.) başlığı ile ilgili 102 (%17,9) şikâyet bulunmaktadır.
Levy, S.E., Duan,W. ve Boo S.	2013	An Analysis of One-Star Online Reviews and Responses in the Washington, D.C., Lodging Market	Washington, D.C.'de bulunan 86 otelle ilgili 10 popüler çevrimiçi yorum web sitesinden 1.946 tek yıldızlı yorum ve 225 yönetim yanıtı ayrı ayrı içerik analizi edilmiştir. En sık karşılaşılan 10 sorun alanı içerisinde misafir odası temizlik sorunları (çarşafklar, halılar, mobilyalar ve banyo armatürleri) %17,1 ile üçüncü sırada olduğu belirtilmiştir.
Barreda , A. ve Bilgihan A.	2013	An analysis of user-generated content for hotel experiences	ABD'nin kuzeydoğu bölgesindeki şehirler için TripAdvisor'dan 3.124 otel ile ilgili olumlu ve olumsuz 17.357 gezgin yorumları inceledikten sonra 920 tamamlanmış yorum belirlenmiştir. Daha sonrasında içerik analizi yapılmıştır. Temizlik kategorisinin sıklığı 608'dir. Bu kategori 6 temadan oluşturulmuştur. Bunlar; temiz 306 (%50,3), kirli 158 (%26,0), koku 74 (%12,2), iğrenç 36 (%5,9), kat hizmetleri 34 (%5,6)'dür.
Ekiz, E., Khoo-Lattimore, C. ve Memarzadeh, F.	2012	Air the anger: investigating online complaints on luxury hotels	Malezya Kuala Lumpur'daki dört veya beş yıldıza sahip olan 32 lüks otel (her otelden on senaryo) 320 şikâyet senaryosu analiz edilmiştir. Analizi sonucunda toplam 1.453 farklı olay ortaya çıkmıştır. 54 tema oluşturulmuştur. Temizlik temasının (kirli çarşafklar, lekeli halılar ve kütvetlerdeki saçlar) sıklığı 84 olarak bulunmuştur.

### 3. Yöntem

Google Haritalar, Google'ın sunduğu hizmetlerden biri olarak, birçok marka ve işletmenin kayıtlı olduğu bir uygulamadır. Tüketiciler, Google Haritalar sayesinde ilgilenilen marka ve işletmelerin konumlarına ulaşabilmekte birlikte ürün ve hizmetler hakkında yorum yapabilmektedir. Uygulama üzerinden yapılan yorum sayıları Google Haritalar'ın önemini her geçen gün daha da arttırmaktadır (Ahmad vd., 2023). İlgili literatür incelendiğinde, tüketiciler yorum imkânı sağlayan Yelp, Facebook ve Tripadvisor gibi birçok platform bulunmaktadır. Google'ın, 2015'ten bu yana diğer platformlarla (Yelp, Facebook ve Tripadvisor) yorum sayısı karşılaştırıldığında en yüksek düzeyde yorum artışına sahip olduğu belirtilmektedir. Her ne kadar tüm platformlar için yorum açısından olumlu bir artış görülse de Google'ın daha hızlı büyüdüğü ifade edilmektedir (Murphy, 2018). Google Haritalar'da 220 ülke ve bölgeyi kapsayan çok sayıda işletme ve yer bulunmaktadır. Google Haritalar uygulaması, Google Play uygulamasının 2024 Ekim verileri incelendiğinde 10 milyardan fazla kişi tarafından indirildiği ve 4,1 gibi yüksek değerlendirme puanına sahip olduğu görülmektedir (Google Play, 2024). Google Haritalar uygulaması, App Store'da da en popüler uygulamalar arasında bulunmaktadır. 2024 Ekim verilerine göre 4,5 gibi yüksek değerlendirme puanı bulunmaktadır (App Store, 2024). Çevrim içi mağazalarda (Google Play ve App Store) yüksek değerlendirme puanlarına sahip Google Haritalar'ın, geçmişte olduğu gibi gelecekte de mobil cihazlara entegrasyon eğiliminin süreceği öngörülmektedir; bu nedenle araştırma için Google Haritalar tercih edilmiştir (Ateş ve Sunar, 2019).



Çalışmanın verilerinin bilgisayar ortamına kaydedildiği 16.10.2023 tarihinde Denizli Pamukkale’de beş yıldızlı olup Google Haritalar web sitesinde bulunan 9 termal otel yer almaktadır. Google Haritalar web sitesinde Denizli Pamukkale’deki beş yıldızlı termal oteller hakkında yapılan temizlik ve hijyenle ilgili ilk yorum 2014 yılında yapılması ve günümüze kadar bu konuyla ilgili tüm yorumların incelenmesi istendiğinden dolayı 01.01.2014 ile 15.10.2023 tarihleri arasında yapılan temizlik ve hijyenle ilgili yorumlar çalışmaya dahil edilmiştir. Yapılan yabancı dillerdeki yorumlar Türkçeye çevrilerek incelenmiştir. “Temizlik” başlığı altındaki yorumlar yazarlar tarafından incelendikten sonra karşılaştırılmış şikâyet içerikli yorumlar saptanmıştır. Araştırmada nitel yöntem uygulanmıştır. Veriler doküman analizi tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde MAXQDA programından yararlanılmıştır.

İçerik analizi çeşitli bilim dalları tarafından tercih edilmektedir (Türer, 1991). İçerik analizinde gerçekleştirilen temel işlem, benzer verileri belirli kavram ve temalar etrafında birleştirmek ve ardından bu verileri düzenli hale getirerek okuyucunun anlayabileceği şekilde belirtmektir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Sözel veya yazılı materyallerin içerik analizinde, nesnel ve sistemli bir yaklaşımla anahtar kelimeler kullanılarak incelenmekte ve kelimeler belirli kategorilere ayrıştırılarak detaylı bir şekilde çözümlenmektedir. İçerik analizi sürecinde, kategoriler temel belirleyicilerdir (Mayring, 2000). Araştırmacı, analiz öncesi bu kategorileri belirlemekte ve bu kategoriler önceden elde edilen bilgilere, kuramlara veya deneyimlere dayanmaktadır. İçerik analizinin aşamaları arasında ilk olarak amaçların belirlenmesi, konuyla ilgili verilerin yerinin belirlenmesi ve mantıksal bir yapının oluşturulması, kodlama kategorilerinin belirlenmesi ve nihayetinde verilerin sayısallaştırılıp yorumlanması yer almaktadır (Büyüköztürk vd., 2018).

Denizli-Pamukkale bölgesindeki beş yıldızlı termal otellerde kalan turistlerin çevrimiçi yorumlarında temizlik ve hijyen açısından yoğun olarak hangi alanlardan şikâyet etmektedir? Bu soru, çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Araştırmaya dahil edilen termal otellerde Google Haritalar web sitesinde çeşitli başlıklar altında toplam 18365 yorum bulunmaktadır. “Temizlik” başlığı altında ise 1738 yorum bulunmaktadır. Yorumlar iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı incelenerek tutarlılık sağlanmış ve 431 yorumun temizlik ve hijyen açısından şikâyet içerikli olduğu tespit edilmiştir. Belirlenen alt tema ve koda göre bazı turistlerin şikâyet içerik yorumları tek bir alt tema ve koda yönelikken, bazı turistlerin şikâyet içerik yorumları birden fazla alt temaya ve koda yönelik gerçekleşmiştir. Bu sebeple çalışmada 431 yorumdan, 490 kod saptanmıştır. Bu çalışmada kodlama stratejisi olarak ağırlıklı olarak tümdengelim yaklaşım tercih edilmiştir.

Temizlik ve hijyen ana teması altında; kişisel hijyen, su hijyeni ve müşteri ve personel kullanım alanları hijyeni olmak üzere üç alt tema oluşturulmuştur. Personel, havuz, kaplıca, banyo ve içme suyu (şebeke suyu), müşteri odası ve ekipmanı, tuvalet ve banyo, restoran ve ekipmanı, ortam havalandırması, buhar, masaj ve giyinme odası, bahçe ve balkon olmak üzere 11 kod literatürden destek alınarak iki araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Nitel araştırmada geçerlik, çalışma bulguların doğruluğunu; güvenilirlik ise tekrarlanabilirliğini ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu kapsamda araştırmanın geçerlik ve güvenilirliği için birtakım önlemler alınmıştır. Çalışmanın iç geçerliliğini (inandırıcılığını) sağlamak için; çalışma sürecinde uzman görüşleri alınmıştır. Ek olarak; literatür incelenmiş ve araştırmanın konusu ilişkili olan çalışmalarla desteklenmiştir. Dış geçerliliğini (aktarılabiliğini) sağlamak için ise;

çalışma yöntemi ve diğer süreçler (verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması) ayrıntılı olarak ifade edilmiştir. Çalışmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) artırmak için; şikâyet içerikli yorumlar değişikliğe uğramadan okuyucuya doğrudan aktarılmış olup, Google web sitesinden bu yorumlara ulaşılabilmektedir. Yorumlar iki araştırmacı tarafından ayrı ayrı okunmuş ve kodlar oluşturulmuştur. Bu kapsamda MAXQDA yazılımı aracılığıyla kodlamalar karşılaştırılmış ve kodlayıcılar arasındaki tutarlılık kontrol edilmiştir. Miles ve Huberman (1994)'in önerdiği güvenilirlik formülü kapsamında (Güvenirlilik=Görüş Birliği/Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı) hesaplanmış güvenilirlik %90 olarak saptanmıştır. Güvenirlilik hesaplamasının %70'in üzerinde olması çalışmanın güvenli olduğunu göstermektedir. Çalışmanın dış güvenilirliğini (teyit edilebilirliğini) artırmak için ise; bu süreçte yapılanlar ayrıntılı bir biçimde tanımlanmıştır. Genel olarak verilerin işlenmesi ve analizinde, çalışmanın güvenilirliğinin artırılması için bilgisayar tabanlı MAXQDA yazılımı kullanılmıştır.

Bu çalışmada, etik kurul kararı gerektiren (anket, mülakat vb.) yollar ile verilere ulaşılmadığı ve yönteminde de içerik analizi tercih edilmesi nedeniyle, çalışma etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar kategorisine dahil edilmektedir (Akgül ve Dinçer, 2023).

#### 4. Bulgular

Bu araştırma kapsamında Google Haritalar web sitesinde yer alan ve Denizli iline bağlı Pamukkale'de bulunan beş yıldızlı termal otellerin çevrimiçi internet sayfasında temizlik ve hijyen hakkındaki yorumların sayısı ve oranı Tablo 2'de incelenmiştir. İlgili web sitesinde Pamukkale'de faaliyet gösteren beş yıldızlı termal otellere yönelik toplam 18365 yorum bulunmaktadır. Çalışma amacı doğrultusunda temizlik ve hijyenle ilgili 1738 (%9,5) yorum bulunmaktadır. Bu yorumların oranı %6,4 ile 18,4 arasında değişmektedir. En çok yorumun olduğu 1 numaralı otelde temizlik ve hijyenle ilgili yorumların oranı %8,8 iken en az yorumun olduğu 9 numaralı otelde %6,4'tür.

**Tablo 2:** Termal Otellerin Toplam Yorumlar İçinde Temizlik ve Hijyenle İlgili Yorumlar ve Oranı

Oteller	Toplam Yorum Sayısı	Temizlik ve Hijyenle İlgili Yorum Sayısı	Oran (%)
Otel 1	4.265	377	8,8
Otel 2	743	89	12,0
Otel 3	3.663	292	8,0
Otel 4	3.099	292	9,4
Otel 5	1.519	154	10,1
Otel 6	1865	287	15,3
Otel 7	2.972	216	7,2
Otel 8	130	24	18,4
Otel 9	109	7	6,4
<b>Toplam Yorum Sayısı</b>	<b>18365</b>	<b>1738</b>	<b>9,5</b>

Google Haritalar internet sitesinde bulunan, Pamukkale'de faaliyet gösteren beş yıldızlı termal otellere yönelik temizlik ve hijyen hakkındaki yorumların sayısı ve oranı Tablo 3'te verilmiştir. Termal otellerde temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli toplam 431 (%24,8) yorum bulunmaktadır. Bu termal otellerin temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli yorumların oranı %12,3 ile 85,7 arasında değişmektedir. En çok yorumun olduğu 1 numaralı termal otelde şikâyet içerikli yorumların oranı %23,3 iken en az yorumun olduğu 9 numaralı termal otelde %85,7'dir.

**Tablo 3:** Temizlik ve Hijyen Hakkındaki Şikâyet İçerikli Yorum Sayısı ve Oranı

Oteller	Temizlik ve Hijyen Yorum Sayısı	Şikâyet İçerikli Yorum Sayısı	Oran %
Otel 1	377	88	23,3
Otel 2	89	61	68,6
Otel 3	292	48	16,4
Otel 4	292	51	17,5
Otel 5	154	19	12,3
Otel 6	287	127	44,3
Otel 7	216	28	13,0
Otel 8	24	3	12,5
Otel 9	7	6	85,7
<b>Toplam Yorum Sayısı</b>	<b>1738</b>	<b>431</b>	<b>24,8</b>

Google Haritalar internet sitesinde bulunan, Pamukkale’de faaliyet gösteren termal otellere yönelik temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli ifadelerin sayısı ve oranı yıllara göre dağılımı Tablo 4’te belirtilmiştir. Termal otellerde temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli yorumların yıllara göre (2014-2023) oranı %0,2 ile %25,5 arasında değişmektedir. En çok şikâyet içerikli yorumun olduğu 2022 yılında %25,5 iken en az yorumun olduğu 2014 ve 2015 yıllarında %0,2’dir.

**Tablo 4:** Yıllara Göre Şikâyet İçerikli Temizlik ve Hijyenle İlgili Yorum Sayıları ve Oranları (2014-2023)

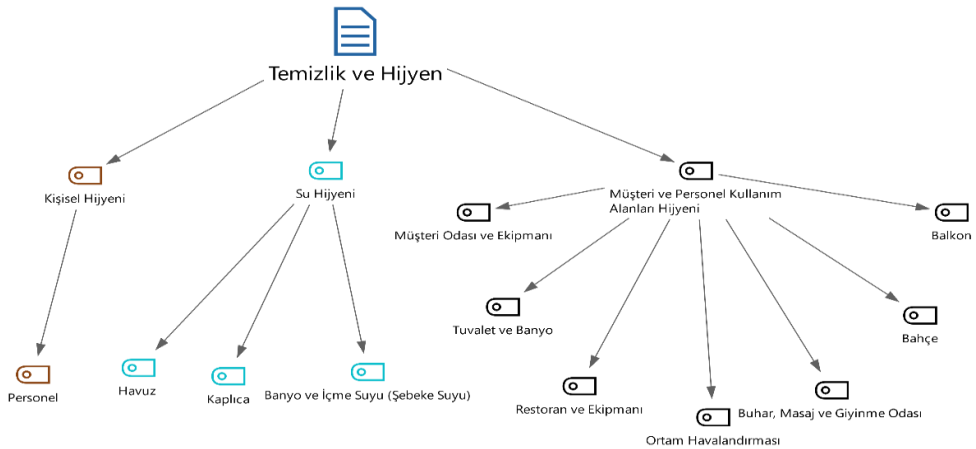
Oteller	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Toplam Yorum Sayısı
Otel 1	-	-	-	7	15	21	9	3	26	7	88
Otel 2	-	-	-	-	9	12	11	9	13	7	61
Otel 3	-	-	-	4	8	13	6	1	10	6	48
Otel 4	-	-	-	3	5	11	3	9	13	7	51
Otel 5	-	-	-	-	-	-	-	3	5	11	19
Otel 6	-	1	-	10	21	24	9	2	37	23	127
Otel 7	1	-	-	1	4	6	3	1	6	6	28
Otel 8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	3
Otel 9	-	-	2	2	2	-	-	-	-	-	6
<b>Toplam Yorum Sayısı</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>27</b>	<b>64</b>	<b>87</b>	<b>41</b>	<b>28</b>	<b>110</b>	<b>70</b>	<b>431</b>
<b>Oran (%)</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,5</b>	<b>6,3</b>	<b>14,9</b>	<b>20,2</b>	<b>9,5</b>	<b>6,5</b>	<b>25,5</b>	<b>16,2</b>	<b>%100</b>

**Şekil 1:** Pamukkale'deki Beş Yıldızlı Termal Otelere Ait Google Haritalardaki Temizlik ve Hijyen Hakkındaki Şikâyet İçerikli Yorumların Kelime Bulutu



Denizli Pamukkale'deki beş yıldızlı termal otellere konaklama amacıyla gelen turistlerin temizlik ve hijyen açısından yapmış oldukları şikâyet içerikli çevrimiçi yorumları MAXQDA programı kullanılarak incelenmiştir. Kelime bulutu, kelimelerin frekanslarının analiz edilmesi sonucunda oluşturulan metin görselleri olarak belirtilmektedir (Sever ve Buzlu, 2015). Şekil 1'de temizlik ve hijyen yorumlarında genellikle şikâyet içerikli kelimelerin olduğu görülmektedir. Kelime bulutu oluşturulurken bazı bağlaçlar (ve, veya, ancak, fakat, vb.) ve anlamsız kelimeler analizden çıkarılmıştır. Kelime bulutunda bulunan her bir kelimenin büyüklüğü o kelimenin frekansına bağlı olarak doğru orantılıdır. Şekil 1'de 75 kelime grubundan oluşan kelime bulutu gösterilmektedir. Şikâyet içerikli yorumlara ilişkin yapılan frekans analizinde toplam 6915 kelime frekansı saptanmıştır. Kelime frekansı olarak en yüksek 15 kelime; oda (n=302), çok (n=235), temizlik (n=156), havuz (n=146), kirli (n=145), otel (n=145), yemek (n=117), değil (n=115), var (n=102), temiz (n=97), kötü (n=85), pis (n=84), yok (n=82), termal (n=69), eski (n=51) olduğu saptanmıştır.

**Şekil 2:** Ana Tema, Alt Temalar ve Kod Hiyerarşisi



Şekil 2'de temizlik ve hijyen ana tema kapsamında üç alt tema bulunmaktadır. Bunlar; kişisel hijyen, su hijyeni ve müşteri ve personel kullanım alanları hijyenidir. Bu alt temalardan kişisel hijyen; personel, su hijyeni; havuz, kaplıca, banyo ve içme suyu (şebeke suyu); müşteri ve personel kullanım alanları hijyeni, müşteri odası ve ekipmanı, tuvalet ve banyo, restoran ve ekipmanı, ortam havalandırması, buhar, masaj ve giyinme odası, bahçe ve balkon kodlarından oluşmaktadır.

Tablo 5'te ise ana tema, alt tema ve koda yönelik açıklayıcı bilgiler bulunmaktadır. Bu kapsamda kodlamalar yapılmıştır.

**Tablo 5: Ana Tema, Alt Tema ve Kodlara Yönelik Açıklamalar**

Ana Tema	Alt Tema	Kod	Açıklamalar
Temizlik ve Hijyen	Kişisel Hijyen	Personel	Personel ile ilgili (kılık ve kıyafet vs.) temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Su Hijyeni	Havuz
	Kaplıca		Müşterilerin kullandığı kaplıca ve termal alan ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
	Banyo ve İçme suyu (Şebeke Suyu)		Müşterilerin kullandığı banyo ve içme suyu (şebeke suyu) ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
	Müşteri ve Personel Kullanım Alanları Hijyeni	Müşteri Odası ve Ekipmanı	Müşterilerin kullandığı oda (zemin vs.) ve oda içerisindeki araç gereç (çarşaf, yatak, halı vs.) ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Tuvalet ve Banyo	Müşterilerin kullandığı tuvalet ve banyo ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Restoran ve Ekipmanı	Müşteri ve personellerin kullandığı restoran, restoran içerisindeki araç gereç, yemek ve mutfak ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Ortam Havalandırması	Müşterilerin çeşitli alanlardaki havalandırma ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Buhar, Masaj ve Giyinme Odası	Müşterilerin, buhar odası, masaj odası, giyinme odası ve giyinme kabini ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Bahçe	Müşterilerin otelin içerisindeki ortak bahçelik alan ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.
		Balkon	Müşterilerin otelin içerisindeki balkon ile ilgili temizlik ve hijyen açısından problem içeren ifadeler dahil edilmiştir.

Tablo 6'da ana tema, alt tema ve kod bölümlerine ilişkin frekans değerleri belirtilmiştir. Şikâyet içerikli yorumlarda bazı turistlerin yorumları birden fazla alt tema ve kodla ilgili olması nedeniyle ana tema kapsamında 490 kodlama yapılmıştır. Alt temalara yönelik toplam kod sayıları incelendiğinde; 7'si (%1,4) kişisel hijyen, 97'si (%19,9) su hijyeni ve 386'sı (%78,7) müşteri ve personel kullanım alanları hijyen alt temasına aittir. Kod sayılarının kendi içinde değerlendirildiğinde; 7'si (%1,4) personel; 58'i (%11,9) havuz, 34'ü (%7,0) kaplıca, 5'i (%1,0) içme ve banyo suyu (şebeke suyu); 197'si (%40,2) müşteri odası ve ekipmanı, 73'ü (%14,9) tuvalet ve banyo, 55'i (%11,2) restoran ve ekipmanı, 44'ü (%9,0) ortam havalandırması, 7'si (%1,4) buhar, masaj ve giyinme odası, 6'sı (%1,2) bahçe ve 4'ü (%0,8) balkon koduna aittir.

**Tablo 6:** Şikâyet İçerikli Temizlik ve Hijyen Ana Temasına Göre Alt Tema ve Kod Sayıları

Ana Tema	Alt Tema	Kod	Frekans, (%)	Toplam, (%)
Temizlik ve Hijyen	Kişisel Hijyen	Personel	7 (%1,4)	7 (%1,4)
	Su Hijyeni	Havuz	58 (%11,9)	97 (%19,9)
		Kaplıca	34 (%7,0)	
		İçme ve Banyo Suyu (Şebeke Suyu)	5 (%1,0)	
	Müşteri ve Personel Kullanım Alanları Hijyeni	Müşteri Odası ve Ekipmanı	197(%40,2)	386 (%78,7)
		Tuvalet ve Banyo	73 (%14,9)	
		Restoran ve Ekipmanı	55 (%11,2)	
		Ortam Havalandırması	44 (%9,0)	
		Buhar, Masaj ve Giyinme Odası	7 (%1,4)	
		Bahçe	6 (%1,2)	
Balkon		4 (%0,8)		
Toplam, (%)			490 (%100)	

Tablo 7’de temizlik ve hijyen ana temasının alt temalarına ilişkin kodlara yönelik şikâyet içerikli müşteri yorum örnekleri belirtilmiştir.

**Tablo 7:** Şikâyet İçerikli Temizlik ve Hijyen Ana Temasının Alt Temalarına Göre Kod Değerlendirme Örnekleri

Ana Teması	Alt Tema	Kod	Örnek Müşteri yorumları
Temizlik ve Hijyen	Kişisel Hijyen	Personel	M <sub>21</sub> "Personel çok ilgisiz. Temizlikle hiçbir alakası yok."
	Su Hijyeni	Havuz	M <sub>81</sub> "Havuzun içinde taş ve pislik var."
		Kaplıca	M <sub>287</sub> "Kaplıcalar kirli..."
		İçme ve Banyo Suyu (Şebeke Suyu)	M <sub>203</sub> "Otelde su içilebilir değil ve şişe su satın alınmalı..."
	Müşteri ve Personel Kullanım Alanları Hijyeni	Müşteri Odası ve Ekipmanı	M <sub>97</sub> "Odalar çok pisti hiç temizlenilmemişti"
		Tuvalet ve Banyo	M <sub>71</sub> "Tuvaletler temiz değil."
		Restoran ve ekipmanı	M <sub>254</sub> "Restorandaki sandalyelerde yemek lekeleri vardı."
		Ortam Havalandırması	M <sub>221</sub> "Odaya girince kötü bir koku var. "
		Buhar, Masaj ve Giyinme Odası	M <sub>194</sub> "Giyinme kabinlerinin temizlik durumunu böyle bir otele hiç yakıştıramadım."
		Bahçe	M <sub>68</sub> "Çevre temizliği açısından çok da temiz olduğunu söyleyemeyeceğim."
Balkon		M <sub>197</sub> "Balkon kirli..."	

## 5. Sonuç ve Öneriler

Otelerde temizlik ve hijyen durumu istenilen düzeyde olmadığı durumlarda, müşteri deneyimlerinde olumsuzluklara yol açmaktadır (Uçan ve Kodaş, 2024). Çalışmada otel işletmeleri hakkında temizlik ve hijyenle ilgili yapılan yorumların yaklaşık çeyreği şikâyet içeriklidir. Yıllara göre incelendiğinde temizlik ve hijyenle ilgili ilk şikâyet içerikli yorum 2014 yılında yapılmıştır. Ayrıca en az yorum 2014-2017 yılları arasında olduğu



görülmektedir. Bu durum, o yıllarda bu tarz uygulamaların yaygın kullanılmamasıyla açıklanabilmektedir.

2020-2021 yıllarında temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli yorum sayılarında ciddi bir düşme gözükmemektedir. Bu durum; Türkiye’de Covid-19 ilk vakası 11 Mart 2020’de görülmesiyle artarak pandemi haline gelmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020). Bu dönemin etkileri bütün işletmelerde olduğu gibi oteller üzerinde de görülmüştür. Devlet önlemleri kapsamında hem işletmelerde kapanmalar hem de vatandaşlar açısından sokağa çıkma yasakları uygulanmıştır. Bu noktada otellerin hizmetlerinde aksamalar meydana gelerek turist sayılarının azalmasına (Demir vd., 2020) ve haliyle yorum sayılarının düşmesine yol açmış olabilir. Diğer bir durum ise; yine aynı yıllardaki (2020-2021) temizlik ve hijyen şikâyet içerikli yorum oranlarının diğer yıllara göre düşük olması dikkat çekmektedir. Bu durum pandemi sürecinde otellerin faaliyetlerini sürdürebilme amacıyla temizlik ve hijyene diğer yıllara göre daha çok önem vermesiyle açıklanabilmektedir.

2021 yılından 2022 yılına geçildiğinde temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli yorumlardaki sayısal artış, pandeminin insanlar ve işletmeler üzerindeki etkisinin azalması ile otellerin hizmetlerine aralıksız devam etmesine ve insanlar üzerindeki kısıtlamaların kalkmasıyla otellerdeki turist sayısının artmasına bunun sonucunda otellerle ilgili yorumların artması ile açıklanabilir. Diğer bir durum ise; yine aynı yıllardaki (2021-2022) temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli yorum oranlarının artmasıdır. Bu durum otel işletmelerinin temizlik ve hijyene verdiği önemin pandemi dönemindeki kadar olmadığını düşündürmektedir.

2022’den 2023’e geçişte ise temizlik ve hijyenle ilgili şikâyet içerikli yorum sayısının ve oranının düşmesi temizlik ve hijyen konusunda sevindirici bir sonuçtur. Ancak yine de istenilen düzeylerde olmadığı düşünülmektedir.

Otellerin oda temizliği ve hijyeni, müşteri memnuniyeti açısından oldukça önemli bir noktadadır. Temiz ve hijyenik bir oda müşteri açısından olumlu deneyim yaşamasına olanak sağlamaktadır (Çakır, 2015; Erdem, 2010). Oteller üzerinde yapılan bir çalışmada genel müşteri memnuniyeti ve oda hijyeni memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur (Wang vd., 2015). Konu ile ilgili diğer çalışmalarda müşteri memnuniyetini, oda ve temizlik faktörlerinin etkilediği belirtilmiştir (Boadı, 2017; Chanwisitkul, 2018). Bu kapsamda çalışmada müşterilerin temizlik ve hijyen açısından şikâyet içerikli yorumlarının en çok müşteri odası ve ekipmanı kodunda (%40,2) yoğunlaştığı saptanmıştır. Bu noktada müşteri memnuniyeti sağlanması için müşteri odalarına ve ekipmanlarına temizlik ve hijyen açısından daha fazla önem verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Oda temizliği ve hijyeni insan sağlığını doğrudan etkilemektedir. Otel odalarında patojenlerin yayılma riski oldukça yüksektir (Almanza vd., 2015). Özellikle de Covid-19 pandemisi sonrası müşterilerin temizlik ve hijyen standartları daha da yükselmiştir (Gursoy ve Chi, 2020). Bu kapsamda işletmelerin, ortak kullanım alanları, tuvaletler, banyolar ve zeminler gibi kritik alanlarda temizlik ve hijyene daha çok önem vermesi gerekmektedir (Almanza vd., 2015). Çalışma sonuçlarımızın da bu gerekliliği ortaya koyduğu düşünülmektedir.

Otellerde temizlik ve hijyen durumu ile ilgili olumsuz deneyimler çevrimiçi ortamlara yorum olarak aktarıldığında diğer müşterilerinin de seçimlerine etki etmektedir (Sparks ve Browning, 2011; Chanwisitkul, 2018). Bu durum; çevrim içi

yorumların, müşteriler ve dolaylı olarak hizmet veren işletmeler için de dikkate değer bir konu olma düşüncesini desteklemektedir.

Çalışmanın literatüre temel katkısı, Pamukkale’de beş yıldızlı termal otellerde konaklayan turistlerin yorumlarından yola çıkılarak temizlik ve hijyen açısından şikâyetlerine yönelik çıkarımlar bulunması sağlamaktır. Bununla birlikte otel işletmelerinin temizlik ve hijyen kapsamında gerekli olabilecek noktalardaki iyileştirmeler açısından yön gösterici olacağı düşünülmektedir. Beş yıldızlı termal otellerin yüksek kalitede hizmet verdiği düşünüldüğünde, temizlik ve hijyen kapsamında tüm konaklama sektörü paydaşları için bu noktalarda fikirler geliştirmesini sağlayabilir.

Ek olarak bu alanda yapılabilecek öneriler aşağıda verilmiştir;

- Otelde kat hizmetleri başta olmak üzere tüm personellere uzman kişiler tarafından hijyen eğitimi verilmelidir.
- Her ne kadar konaklama yapılan yerler hijyen açısından önemli olsa da otel müşterilerine de kendi hijyenini sağlamaya yönelik küçük kitapçıklar ve broşürler otel giriş esnasında verilerek farkındalık sağlanabilir.
- Turistik bölgelerde başta konaklama yerleri olmak üzere yeterli teknik ve uzman desteği sağlanmalı, bölgesel olarak hijyen açısından önemli olan altyapı (inşaat, kanalizasyon vb.) sorunu varsa çözümlenmelidir.
- Havuz suyunun dezenfeksiyonu mevzuata uygun şekilde düzenli olarak yapılmalıdır.
- Ortak kullanım alanlarında sık sık denetimler yapılmalı, sağlığı tehlikeye atabilecek (vektör, vs.) durumlarda ihmal edilmeden çözümler (ilaçlama vs.) uygulanmalıdır.
- Kullanılan ortak alanların temizlenmesinde kullanılacak temizlik maddelerinin dezenfektan içermesine dikkat edilmelidir.

### Çalışmanın Sınırlılıkları

Araştırmada yalnızca Google Haritalardaki web sitesinde yapılan temizlik ve hijyen kapsamındaki yorumların değerlendirilmiş olması sınırlılık oluşturmaktadır. Gelecekteki araştırmacılara internet ortamında yer alan çeşitli platformlardaki temizlik ve hijyen kapsamındaki şikâyet içerikli yorumlara ek olarak olumlu yorumların da dahil edildiği araştırma yapımları önerilmektedir. Bir diğer sınırlılık ise sadece beş yıldızlı termal otellerin dikkate alınmasıdır. Bu noktada çalışma sonuçları tüm Pamukkale bölgesine genellenemez. Elde edilen sonuçların geçerliliğini artırmak için farklı otel türlerini de içeren daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir.

### 6. Kaynakça

- Ahmad, M., Jawad, K., Alvi, M. B. ve Alvi, M. (2023), “Google Maps data analysis of clothing brands in South Punjab, Pakistan”, *EAI Endorsed Transactions on Scalable Information Systems*, 10(3), ss. 1-10.
- Akgül, S. Ö. ve Dinçer, F. F. İ. (2023), “Hümanist turizm yaklaşımı çerçevesinde turistik faaliyetlerin değerlendirilmesi: Ankara örneği”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(3), ss. 1145-1158.
- Almanza, B. A., Kirsch, K., Kline, S. F., Sirsat, S., Stroia, O., Choi, J. K. ve Neal, J. (2015), “How clean are hotel rooms? Part 1: Visual observations vs. microbiological contamination”, *Journal of Environmental Health*, 78(1), ss. 8-13.

- Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş. (2015), "Konaklama işletmelerinde e-şikâyet yönetimi: İstanbul'daki beş yıldızlı oteller üzerinde bir çalışma", *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), ss. 130-148.
- Altun, Ö. ve Girgen, M. İ. (2022), "Turizm iletişimde online öneri ve şikâyet sitelerinin önemi", İçinde Y. Bayraktar (Editörler), *Turizm işletmesinde yeni yaklaşımlar*, ss. 117-130, Efe Akademi Yayınları.
- AppStore, (2024), Google Maps (Uygulama). <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.maps&hl=tr> (23.10. 2024).
- Argan, M. T. (2014), "E-Şikâyetle İlgili Tanımlayıcı Bir Çalışma: Şikâyet Forumu Olarak Bir Web Sitesinin Sosyal Ağ Analizi". *Journal of Internet Applications & Management/İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5 (1), ss. 49-66.
- Ateş, A. ve Sunar, H. (2019), "İvriz kültürel peyzajı alanının çevrimiçi ziyaretçi yorumları ile analizi: Google Haritalar örneği", *Ereğli International Science and Academic*, 1, ss. 335-339.
- Balci, E., Horoz, D., Gün İ. ve Öztürk Y. (2005), "Temizlik işinde çalışan kişilerin temizlik ve sağlık davranışının değerlendirilmesi", *Erciyes Tıp Dergisi*, 27, ss. 158-166.
- Balkaya, N. ve Açıkgöz, A. (2004), "İçme suyu kalitesi ve Türk içme suyu standartları", *Standard Derg.*, ss. 29-37.
- Barreda, A. ve Bilgihan, A. (2013), "An analysis of user-generated content for hotel experiences", *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(3), 263-280.
- Boadi, S. E. (2017), Assessing customer dissatisfaction in the hotel industry in Assin Fosu Municipality (Doctoral dissertation, University of Education, Winneba).
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018), "*Bilimsel araştırma yöntemleri*", Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cevizci, S. ve Önal, A. E. (2009), "Halk sağlığı açısından hijyen ve iyi üretim uygulamaları", *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 66(2), ss.73-82. <https://dergipark.org.tr/pub/thdbd/issue/63982/968223>
- Ceylan, U. ve Gençer, K. (2022), "Devre tatil sistemindeki otel işletmelerine yönelik çevrimiçi şikâyetlerinin incelenmesi", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), ss. 540-552.
- Chanwisitkul, P., Shahgholian, A. ve Mehandjiev, N. (2018). The reason behind the rating: text mining of online hotel reviews. In 2018 IEEE 20th Conference on Business Informatics (CBI) (Vol. 1, pp. 149-157). IEEE.
- Cheung, M. Y. (2006), Do People Believe Electronic Word-of Mouth? A Study on Factors Affecting Readers' Perceived Credibility of Online Consumer Reviews, Doctoral dissertation, City University. China.
- Cogan, T.A., Slader, J., Bloomfield, SF. ve Humphery, T.J. (2002), "Achieving hygiene in the domestic kitchen: The effectiveness of commonly used cleaning procedures", *J Appl Mic*, 92, ss. 885-892.
- Çakır, H. A. (2015), OHSAS 18001 iş sağlığı ve güvenliği yönetim sistemi kapsamında otel mutfaklarının ergonomik açıdan incelenmesi: bir uygulama, Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Demir, Ş. Ş. (2020), "Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi", *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), ss. 80-107.
- Dinçer, M. Z. ve Alrawadieh, Z. (2017), "Negative Word of Mouse in the Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews on Luxury Hotels in Jordan", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(8), ss. 785-804.
- Dokuzoğuz, B. (2003), "El hijyeni", *Türkiye Klinikleri Mikrobiyoloji Enfeksiyon Dergisi*, 2(2), ss. 79-84.

- Duan, W., Gu, B. ve Whinston, A. B. (2008), "Do online reviews matter? An empirical investigation of panel data", *Decision support systems*, 45(4), ss. 1007-1016.
- Ekiz, E., Khoo-Lattimore, C. ve Memarzadeh, F. (2012), "Air the anger: investigating online complaints on luxury hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*", 3(2), 96-106.
- Erdem, B. (2010), "Kat Hizmetleri Yöneticilerinin Hizmet Kalitesi Algıları: Konaklama İşletmelerinde Görgül Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), ss. 165-182.
- Filieri, R., Hofacker, C. F. ve Alguezaui, S. (2018), "What makes information in online consumer reviews diagnostic over time? the role of review relevancy, factuality, currency, source credibility and ranking score", *Computers in Human Behavior*, 80, ss. 122-131.
- Fill, M. M. A., Lloyd, J., Chakraverty, T., Sweat, D., Manners, J., Garman, K., Hlavsa, M. C., Roellig, D. M., Dunn, J. R., Schaffner, W. ve Jones, T. F. (2017), "Cryptosporidiosis outbreak associated with a single hotel", *Journal of Environmental Health*, 79(9), ss. 16-22.
- Google Play, (2024), Google Maps (Uygulama). <https://apps.apple.com/tr/app/google-haritalar/id585027354?l=tr> (23.10.2024).
- Google Trends, (2024a), "temizlik" <https://trends.google.com/trends/explore?cat=12&date=today%205-y&q=temizlik&hl=tr> (24.10.2024).
- Google Trends, (2024b), "hijyen" <https://trends.google.com/trends/explore?cat=12&date=today%205-y&q=hijyen&hl=tr> (24.10.2024).
- Gursoy, D. ve Chi, C. G. (2020), "Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: Review of the current situations and a research agenda", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527-529.
- Gül, K., Gül, M. ve Saatçi, G. (2018), "Konaklama sektöründe hijyen kaynaklı müşteri sağlık riski algısı: Bursa ve Diyarbakır'daki tesislere yönelik kıyaslama", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), ss. 23-37.
- Güler, Ç. (2000), "Kişisel hijyen", *Koruyucu Hekimlik Bülteni*, 43, 119-132.
- Güler, Ç. ve Çobanoğlu, Z. (1994), "*Su Kirliliği*", 1. Baskı Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi, (25).
- Güler, O. ve Yayla, F. (2020), "Hijyen restoranlar için hala bir şikâyet nedeni mi? Mersin'deki alakart restoranlara yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetleri üzerinden bir araştırma", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), ss. 3740-3753.
- Gürbüz, E. ve Ormankıran, G. A. (2020), "Müşterilerin otel işletmelerine yönelik yorum ve şikâyetlerinin değerlendirilmesi", *Journal of Applied Tourism Research*, 1(1), ss. 17-32.
- İşgören, H. (2017), Sanal kullanıcı yorumlarının tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Jacoby, J. ve Jaccard J. J. (1981), "The sources, meaning and validity of consumer complaint behavior: a psychological analysis. *Journal of Retailing*", 57 (3), ss. 4-24.
- Karasakal, S., Doğan, O., Yücesoy, S., (2022), "Airbnb Yorumları üzerine bir araştırma: Antalya örneği", 22. Ulusal Turizm Kongresi, 27-29 Ekim 2022 Burdur, ss. 417-429.
- Kaya, B., Enes, K. ve Kanca, B. (2022), "Türkiye'nin Doğu Karadeniz bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin yiyecek içecek bölümlerine yönelik Tripadvisor yorumlarının değerlendirilmesi", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), ss. 1239-1252.

- Kayayurt, Y. (2002), Dört-beş yıldızlı otel mutfaklarında çalışan personelin yiyecek hazırlama, pişirme ve saklama konusundaki bilgi düzeylerinin tespiti ve buna uygun hizmet içi eğitim programı önerisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kızıldemir, Ö., İbiş, S. ve Çöp, S. (2019), "Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin değerlendirilmesi", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), ss. 1315-1324.
- Kozak, A. M. ve Çiçek, D. (2005), "Kat hizmetlerinde HACCP uygulaması üzerine bir model önerisi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), ss. 31-45. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/16789/174428>
- Kozak, M. A. (1997), "Kat hizmetleri departmanında hijyenin önemi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), ss. 32-37.
- Lee, J., Park, D. H. ve Han, I. (2008), "The Effect of Negative Online Consumer Reviews on Product Attitude: An Information Processing View, Electronic Commerce Research and Applications", 7(3), ss. 341-352.
- Levy, S. E., Duan, W. ve Boo, S. (2013), "An analysis of one-star online reviews and responses in the Washington, DC, lodging market", *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(1), ss. 49-63.
- Liu, B. ve Gray, L. P. (2015), "Bed bugs bite the hospitality industry? A framing analysis of bed bug news coverage", *Tourism Management*, 48, ss. 33-42.
- Lues, J.F.R. ve Van Tonder, I. (2007), "The occurrence of indicator bacteria on hands and aprons of food handlers in the delicatessen sections of a retail group", *Food Control*, 18(4), ss. 326-332.
- Mayring, P. (2000), "Qualitative content analysis forum", *Qualitative Social Research*, 1(2), ss. 1-10.
- Merdol, T. K., Beyhan, Y., Ciğirim, N., Sağlam, F., Tayfur, M., Baş, M. ve Dağ, A. (2000), *Toplu beslenme yapılan kurumlarda çalışan personel için sanitasyon/hijyen eğitimi*, Ankara: Hatipoğlu Yayınevi.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994), *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. New York: Sage Publications, Inc.
- Murphy, R. (2018), Comparison of local review sites: Which platform is growing the fastest? <https://www.brightlocal.com/research/comparison-of-local-review-sites/>, (23.10. 2024).
- Oosterom, J. (1998), "The importance of hygiene in modern society", *International Biodeterioration & Biodegradation*, 41, ss. 185-189.
- Öğüt, H. ve Taş, B.K.O. (2012), "The Influence of Internet Customer Reviews on Online Sales and Prices in Hotel Industry", *The Service Industries Journal*, 32(2), ss. 197-214.
- Ricci, F. ve Wietsma, R.T. (2006), "Product reviews in travel decision making", in Hitz, M., Sigala, M. and Murphy, J. (Eds), *Information and Communication Technologies in Tourism 2006 Proceedings of the International Conference in Lausanne, Switzerland, 2006*, Springer-Verlag, Vienna, ss. 296-307, available at: [http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-211-32710-X\\_41](http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-211-32710-X_41)
- Rodrigues, A, Gandra, E, Conceição, R, Silveira, D. ve Timm, C. (2018), "Good hygienic practices and identification of contamination sources in Hotel Food and Beverage sector", *Food Science and Technology*, 38(1), 154-159. <https://doi.org/10.1590/fst.17417>
- Schall, M. (2003), "Best practices in the assessment of hotel-guest attitudes. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*", 44 (2), ss. 51-65.
- Sever, G. N. ve Buzlu, M. Ö. (2015), "Turizm Fakülteleri Bünyesindeki Rekreasyon Programları için Müfredat Kapsamı Önerisi: Bilimetric Bir Çalışma", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), ss. 381-395.



- Sormaz, Ü. ve Şanlıer, N. (2017), "Zorunlu hijyen eğitiminin yiyecek içecek hizmetleri personelinde hijyen alışkanlıklarına, davranışlarına ve bilgi düzeylerine etkisi", *Journal of Human Sciences*, 14(2), ss. 1356-1369. doi: 10.14687/jhs.v14i2.4545
- Sparks, B. ve Browning, V. (2011). "The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of customer service", *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 128-131.
- Stevens, J.L., Spaid, B.I., Breazeale, M. ve Esmark Jones, C.L. (2018), "Timeliness, transparency, and trust: a framework for managing online customer complaints", *Business Horizons*, 61, ss. 375-384.
- Şimşek, A. (2017), "Hijyen alışkanlıklarını belirlemeye yönelik bir araştırma: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi örneği", *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(2), ss.149-156.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020), "Türkiye Günlük Koronavirüs Tablosu" <https://covid19.saglik.gov.tr/> (09.12.2023).
- T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, (2001), "Turizm Sağlığı Eğitimi Kitabı" Ankara.
- Taşkıran, N., Khorshid, L. ve Sarı, D. (2019), "Üniversite öğrencilerinin hijyen davranışlarının karşılaştırılması", *Sağlık ve Toplum*, 29(2), ss: 65-78.
- Tayar, M. (2018), "Hijyen ve sanitasyon", T.C. Bursa Uludağ Üniversitesi, Karacabey Meslek Yüksekokulu, Ders notu, ss: 2-40.
- The Power of UV Disinfection in Hotels and Hotel Facilities, June 2020, 23.10.2024. [https://purolighting.com/wp-content/uploads/2020/10/Puro-Whitepaper\\_Power-of-UV-Disinfection-in-Hotels.pdf](https://purolighting.com/wp-content/uploads/2020/10/Puro-Whitepaper_Power-of-UV-Disinfection-in-Hotels.pdf)
- Tunçalp, O. ve İrge, N. T. (2018), "Turizm pazarlamasında çevrimiçi sitelerindeki müşteri yorumları ve puanlama sisteminin otel satış fiyat tercihlerine etkisi", *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), ss. 42-57.
- Türer, C. (1991), "Eğitimde içerik analizi", *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(3), ss. 321-327.
- Türkyılmaz, A. (2010), *Dünyada ve Ülkemizde Su: Su Yönetimi ve Mevzuatı*, Türkiye Belediyeler Birliği Yayınları, Ankara.
- Uçan, B. A. ve Kodaş, B. (2024) "Konaklama İşletmesi Misafirlerinin E-Şikâyet Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Mardin Örneği", *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 6(2), 99-115.
- Ünlüönen, K. ve Cömert, M. (2013), "Otel işletmeleri mutfak çalışanlarının personel hijyeni bilgi düzeylerinin belirlenmesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), ss. 3-12.
- Wang H., Fakao, Z. H. U. ve Yongzhan, M. I. U. (2015), "Analysis of the Quality of Hotel Rooms from Perspective of Customer Satisfaction--Taking Taizhou City of Jiangsu Province as an Example", *Journal of Chongqing Jiaotong University Social Sciences Edition*, 15(6), 53-56.
- WHO (2002), "Guidelines on Hand Hygiene in Health Care; First Global Patient Safety Challenge; Clean Care is Safer Care", [http://whqlibdoc.who.int/publications/2009/9789241597906\\_eng.pdf](http://whqlibdoc.who.int/publications/2009/9789241597906_eng.pdf), (14.11.2023).
- WHO (2023), "Drinking-water", <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/drinking-water>, (19.01.2025).
- Ye, Q., Law, R., Gu, B. ve Chen, W. (2011), "The Influence of User-Generated Content on Traveler Behavior: An Empirical Investigation on The Effects of E-Word-Of-Mouth to Hotel Online Bookings", *Computers in Human Behavior*, 27, ss.634-639.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011), *Sosyal Bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.



<b>Hakem Değerlendirmesi:</b> Dış bağımsız.	<b>Bilgilendirilmiş Onam Formu:</b> Bu çalışma, herkesin ulaşabileceği çevrimiçi yorumlardan elde edilen veriler kullanılarak yürütülmüştür. Herhangi bir doğrudan katılımcı ile iletişime geçilmemiş ve bireysel kimlik bilgileri kullanılmamıştır. Bu nedenle bilgilendirilmiş onam gerekmemektedir.
<b>Teşekkür:</b> Çalışmamıza katkılarından dolayı hakemlere ve değerli değerlendirmeleri için editöre teşekkür ederiz.	<b>Araştırmacıların Katkı Oranı:</b> Üç yazarlı bir çalışmadır. Tüm yazarlar çalışmaya katkı sağlamıştır. Katkı oranları şu şekildedir: 1. yazar %50, 2. yazar %25 ve 3. yazar %25.
<b>Destek Bilgisi:</b> Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.	<b>Etik Kurul Onayı:</b> Bu çalışma, etik kurul kararı gerektiren veri toplama yöntemleri (anket, mülakat vb.) içermediğinden ve yönteminde içerik analizi kullanıldığından, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar kategorisine dahildir.
<b>Çıkar Çatışması:</b> Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	