



Şanlıurfa'daki Konaklama İşletmelerinin Çevrimiçi Olumsuz Yorumlarının İçerik Analizi (Content Analysis of Online Negative Comments Associated with Accommodation Companies in Sanliurfa)

* Ali Rıza MANCI ^a , Engin TENGİLİMOĞLU ^b 

^a Harran University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Tourism Management, Şanlıurfa/Turkey

^b Selçuk University, Beyşehir Ali Akkanat Tourism Faculty, Department of Tourism Management, Konya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 24.05.2021

Kabul Tarihi: 17.06.2021

Anahtar Kelimeler

Konaklama işletmeleri

Olumsuz çevrimiçi yorumlar

Şanlıurfa

TripAdvisor

Tüketici

Keywords

Accommodation companies

Online negative comments

Şanlıurfa

TripAdvisor

Consumer

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

Son yıllarda tüketicilerin turizm ürünlerine ilişkin deneyimlerini online ortamlarda paylaşmaları küresel bir eğilim haline gelmiştir. Bu süreçte internet, turizm ile ilgili bilgi arayışında başvurulan önemli bir kaynaktır. Öyle ki, ziyaretçiler seyahat planlarını oluştururken çoğunlukla online yorumlardan faydalanmaktadır. Turizm ürünlerine ait çevrimiçi yorumlar olumlu veya olumsuz yönde olabilmektedir. Tüketiciler tarafından paylaşılan yorumlar geleneksel pazarlama faaliyetlerinden daha güvenilir olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla tüketici karar süreci üzerinde daha büyük bir etki oluşturmaktadır. Fakat tüketicilerin olumsuz yorumlara daha çok güven duyması, satın alma karar süreci üzerinde oldukça etkilidir. Bu nedenle, tüketiciler özellikle konaklama işletmelerine yönelik olumsuz yorumlarla karşılaştıklarında satın almaktan kolayca vazgeçebilmektedirler. Bu çalışmanın amacı, Şanlıurfa'da yer alan farklı türdeki konaklama işletmelerine ilişkin TripAdvisor sitesine bırakılmış olumsuz yorumların çözümlenmesidir. Bu bağlamda, Maxqda nitel veri analiz programı aracılığıyla yorumlar içerik analizine tabi tutulmuş ve ilgili oldukları temalara göre kodlama işlemi gerçekleştirilmiştir. Yorumlar içerisinde otel, oda, gece ve kahvaltı gibi kelimelerin sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir. Olumsuz yorumların konum, olanaklar, personel, odalar, ücretler, yemekler, hizmet, deneyim ve tavsiye temaları içerisinde toplandığı belirlenmiştir. Sonuç olarak, olumsuz yorumların büyük oranda odalar, personel ve yiyecek-içeceklerle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Odalarla ilgili olumsuz düşünceler arasında en çok temizlik, bakımsızlık ve gürültü problemi ön plana çıkarken, personele ait olumsuz yorumlarda ise bilgisizlik, uygunsuz davranış, ilgisizlik ve bahşiş sorunları göze çarpmaktadır.

Abstract

In recent years, it has become a global trend for consumers to share their experiences regarding tourism products online. In this process, the internet is an important resource in search of information about tourism. So much so that visitors mostly benefit from online comments when creating their travel plans. Online comments on tourism products can be positive or negative. Comments shared by consumers are perceived as more reliable than traditional marketing activities. Hence, it has a greater impact on the consumer decision process. However, the fact that consumers have more confidence in negative comments is very effective on the purchasing decision process. For this reason, consumers can easily refrain from purchasing when faced with negative comments, especially for accommodation businesses. The purpose of this study is to resolve the negative comments left on the TripAdvisor site about different types of accommodation businesses in Sanliurfa. In this context, the comments were subjected to content analysis by means of the qualitative data analysis program in Maxqda and the coding process was carried out according to the themes they are related to. It has been found that words such as hotel, room, night and breakfast are frequently used in the comments. It has been determined that the negative comments are gathered under the themes of location, facilities, staff, rooms, prices, meals, service, experience and advice. As a result, it has been determined that the negative comments are mostly related to rooms, staff and food and beverages. Among the negative thoughts about the rooms, cleaning, neglect and noise problems are the most prominent, while in the negative comments of the staff, ignorance, inappropriate behavior, affectlessness of personel and tip problems stand out.

* Sorumlu Yazar

E-posta: armanci@harran.edu.tr (A.R. Mancı)

DOI:10.21325/jotags.2021.832