



5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerine Yönelik Çevrimiçi Yorumların İncelenmesi: Ankara Örneği (Analysis of Online Reviews of 5 Star Accommodation Businesses: Ankara Case)

* Halime EŞİYOK^a , Yüksel ÖZTÜRK^b 

^a Cukurova University, Vocational School of Adana, Department of Travel -Tourism and Entertainment Services, Adana/Turkey

^b Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Ankara/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 20.09.2021

Kabul Tarihi: 23.11.2021

Anahtar Kelimeler

Otel işletmeleri

Tripadvisor

Kullanıcı yorumları

Ankara

Keywords

Push travel motivation

Hotel business

Tripadvisor

User comments

Ankara

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Öz

İnternet kullanımının yaygınlaşması ile paralel olarak çevrimiçi satın alma miktarı da artma eğilimi göstermektedir. Ayrıca tüketiciler çevrimiçi sitelerden satın aldıkları ürün, hizmet ve işletme hakkında yorum yapmaktadırlar veya daha önce yapılmış yorumlar tüketicilerin satın alma davranışını etkilemektedir. Otel/tatil yorum platformları, potansiyel turistlerin otel işletmelerini tercih etmelerinde önemli bir bilgi kaynağı olmasının yanı sıra otel işletmelerinin eksikliklerini takip etmelerine ve kendilerini geliştirmelerine de olanak sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı Ankara ilinde yer alan 5 yıldızlı otellerle ilgili Tripadvisor otel/tatil sitesinde yapılan tüm dillerdeki kullanıcı yorumlarını içerik analizi yöntemi ile incelemektir. Bu bağlamda kullanıcı yorumları içeriklerine göre belirli başlıklar altında kategorize edilmiştir. Sonuç olarak en fazla olumlu yorum hizmetten memnun olma, odaların temiz olması ve personelin güler yüzlü olması şeklinde sıralanmıştır. En fazla olumsuz yorum ise odaların kirli olması, odaların bakıma ihtiyacı olması, kahvaltı/yemeğin lezzetsiz olması olarak ifade edilmiştir. Ayrıca, Ankara'daki 5 yıldızlı otellerde konaklayan misafirlerin memnuniyet düzeylerinin genel olarak yüksek olduğu da ifade edilebilir.

Abstract

In parallel with the widespread use of the internet, the amount of online purchases also tends to increase. In addition, consumers make comments about the products, services and businesses they buy from online sites, or previous comments affect the purchasing behavior of consumers. Hotel/holiday comment platforms are an important source of information for potential tourists to prefer hotel businesses, as well as allowing hotel businesses to follow their deficiencies and improve themselves. The aim of this study is to analyze with content analysis method the user comments in all languages on the Tripadvisor hotel/holiday site about 5-star hotels in Ankara. In this context, user comments are categorized under certain headings according to their content. As a result, the most positive comments were listed as being satisfied with the service, clean rooms and friendly staff. The most negative comments were expressed as the rooms being dirty, the rooms in need of maintenance, the breakfast/food being tasteless. In addition, it can be stated is generally high that the satisfaction level of the guests staying in 5-star hotels in Ankara.

* Sorumlu Yazar

E-posta: hesiyok@cu.edu.tr (H. Eşiyok)

DOI:10.21325/jotags.2021.952