



## Sağlık Turizmine Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği (Investigation of Complaints Related to Health Tourism: The Case of Tripadvisor)

Gencay SAATCI<sup>a</sup> , \* Büşra TOZAN<sup>b</sup>  Erkut Gökhan ÇOKAY<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Çanakkale/Turkey

<sup>b</sup> Çanakkale Onsekiz Mart University, Graduate School of Education, Department of Health Tourism, Çanakkale/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 01.12.2021

Kabul Tarihi: 14.02.2022

### Anahtar Kelimeler

Müşteri

Müşteri şikâyetleri

Sağlık

Sağlık turizmi

Tripadvisor

### Öz

Son yıllarda insanlar konaklama işletmelerini yalnızca tatil yapmak ve eğlenmek için değil aynı zamanda sağlık problemlerini çözmek, tedavi olmak ve doğal kaynaklardan yararlanmak amacıyla da tercih etmektedirler. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesisleri ziyaret eden müşterilerin Tripadvisor seyahat sitesinde belirli kategorilerde yaptıkları olumsuz yorumları incelemektedir. Çalışma, sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesislere yönelik Tripadvisor’da Ocak 2013- Kasım 2021 tarihleri arasında yapılan olumsuz yorumları kapsamaktadır. Çalışmada, nitel veri yöntemlerinden içerik analizi ve betimsel analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Tripadvisor üzerindeki olumsuz yorumlar incelenerek içerik analizi yöntemiyle temalara ayrılarak kategorilendirme yapılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda beş yıldızlı termal tesislere yönelik yapılan şikâyetlerin en çok “personel, temizlik, teknik ve yemek” konularında olduğu, en az ise “yapı, buklet, etkinlik ve güvenlik” konularında olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda, elde edilen bulgular sonucunda işletmelere öneriler de sunulmuştur.

### Keywords

Customer

Customer complaints

Health

Health tourism

Tripadvisor

### Abstract

In recent years, people have been choosing accommodation businesses not only for holidays and fun, but also for solving health problems, treating themselves and taking advantage of natural resources. The aim of this study is to examine the negative comments made by customers who visit five-star thermal facilities providing health tourism services in Turkey in certain categories on the Tripadvisor travel site. January 2013- November 2021, the study covers negative reviews on Tripadvisor for five-star thermal facilities providing health tourism services. In the study, content analysis and descriptive analysis methods were used from qualitative data methods. Negative reviews on Tripadvisor were analyzed and categorized by dividing them into themes using the content analysis method. As a result of the examinations, it was determined that the complaints made about five-star thermal facilities were mostly about “personnel, cleanliness, technique and food” and the least was about “structure, boucle, efficiency and safety”. At the same time, as a result of the findings obtained, recommendations were made to enterprises.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: busra\_tozan1907@hotmail.com (B. Tozan)

DOI:10.21325/jotags.2022.988

## GİRİŞ

Globalleşen dünyada, ülkeler arasındaki iş birliğinin, seyahat olanaklarının ve özgürlüklerinin artması, sağlık hizmetlerinde gelişmelerin yaşanması, insanların yaşamlarını sürdürdükleri yer dışında farklı yerlere giderek konaklayıp tedavi olmayı amaçlamaları sağlık turizmi ortaya çıkarmaktadır. Sağlık turizmi; kısaca insanların iyileşmek amacıyla koruyucu, tedavi edici, rehabilite edici ve sağlığı geliştirici hizmetlerden yararlanmak amacıyla ikamet ettikleri ülkeler dışındaki ülkeleri ziyaret etmeleridir. Sağlık turizmi, sadece tıp merkezlerinde tıbbi bakım amacıyla yapılmakta olan planlı bir uygulama olmamakla birlikte, termal sağlık işletmelerinde ve yaşlı bakım ve rehabilitasyon merkezlerinde de süregelen hastalıkların takiplerini de kapsayan bir uygulamadır. Aynı zamanda, doğal şifalı su kaynakları, kür merkezleri, kaplıca, sıcak su ve çamur banyoları gibi doğal kaynaklara sahip olan bölgeler de turizmi içerisinde yer almaktadır (SATURK, 2021).

Dünya’da sağlık turizminin gelişmesine paralel olarak daha fazla işletme açılmakta ve mevcut işletmelerde kendi aralarında rekabete girerek pazar paylarını artırmayı amaçlamaktadırlar. İletişim teknolojilerinde gelişmelerin yaşanması ve insanların her çeşit bilgiye erişimde kolaylık yaşamalarıyla işletmelerin birbirleriyle rekabet etmeleri hizmet kalitelerini arttırarak, müşteri tatmini sağlamalarıyla öne çıkmaktadır. Bu da müşterilerin istek ve gereksinimlerini en iyi biçimde anlayıp şikâyetlerine çözüm bularak gerçekleşmektedir (Çimen & Yazıcı Ayyıldız, 2021). Şikâyet, genel olarak memnuniyetsizliği ifade etmektedir. Satın alınan bir ürün veya hizmetin beklentileri tam anlamıyla karşılayamaması veya ürün ve hizmetlerin kullanım sırasında meydana gelen beklenmedik durumların karşılığı olarak da bilinmektedir (Sujithamrak & Lam, 2015). Aslında şikâyet, işletmelerin sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin devamlı iyileştirilmesi amacıyla bir geri bildirim aracıdır. İşletmeler kusursuz bir şekilde hizmet sunmayı amaçlarsalar da hataları ve eksikliklerini tam olarak ortadan kaldırmaları mümkün olmamaktadır. Bu sebeple işletmeler, hatları ve eksikliklerini en iyi biçimde analiz ederek değerlendirmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin, yapılan şikâyetler ve yorumları kendi lehine ve fırsata çevirmeleri, o şikâyetlerden ders çıkararak hatalarını tekrarlamamaları hem işletme açısından hem de müşteri memnuniyeti açısından büyük önem taşımaktadır (Arpacı, 2016). İnsanlar artık şikâyetlerini dile getirirken çeşitli araç ve yöntemlere başvurumaktadırlar. Son yıllarda müşteriler, teknolojinin sunmuş olduğu imkânlar sayesinde ürün ve hizmetlere yönelik şikâyetlerini daha kolay ve hızlı bir biçimde dile getirebilmektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle tüketiciler ve işletmeler arasında hızlı iletişim sağlanabilmektedir (Kızıldemir, İbiş & Çöp, 2019).

Turistler hem sağlıklarını korumak hem de tatil yapmak amacıyla gidecekleri turizm destinasyonlarını seçme konusunda seyahat sitelerini çok yaygın olarak kullanmaktadırlar. Turistlerin kullanmış oldukları bu seyahat sitelerinin en önemlilerinden birisi de Tripadvisor’dur. Tripadvisor, 2000 yılında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ’nde kurulan, seyahat amaçlı konaklamalar için dünyanın en popüler web sitelerinden biridir. Aynı zamanda Tripadvisor, son yıllarda seyahat eden turistlerin %80’nden çoğu Tripadvisor’u kullanmaktadır. Bu seyahat sitesi hem işletmeler hem de potansiyel turistler açısından oldukça önemlidir (Vasquez, 2011). Seyahat siteleri, işletmelere en iyi şekilde analiz etme ve değerlendirme yapma, potansiyel müşteriler açısından da alternatifleri değerlendirip seçim yapmaları ve satın aldıkları ürün ve hizmet sonrasında deneyimlerini paylaşma imkânı sunmaktadırlar. İnternet üzerinden yapılan yorumların dikkatli bir şekilde incelenmesi, memnuniyet ve şikâyetlerin hangi konularda yoğunlaştığının belirlenmesi konaklama işletmelerinin müşteri memnuniyeti sağlaması ve hizmet kalitesini arttırması bakımından oldukça önemlidir (Geranaz & Yetgin, 2021).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesisleri ziyaret eden müşterilerin Tripadvisor seyahat sitesinde belirli kategorilerde yaptıkları şikayetleri incelemektir. Çalışmada, sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesislere yönelik Tripadvisor’da Ocak 2013- Kasım 2021 tarihleri arasında yapılan olumsuz yorumlar araştırılarak incelemeler yapılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bulgulara yönelik olarak, müşterilerin daha çok hangi konularda şikâyetinde buldukları içerik analizi ve betimsel analiz yöntemiyle kategorilendirilerek belirlenmiş, tesislere bu konuda öneriler sunulmuştur.

Bu çalışma, Türkiye’nin beş bölgesi ele alınarak o bölgelerde sağlık turizmi hizmeti sunan beş yıldızlı termal tesislere ilişkin olumsuz yorumlar ile sınırlandırılmıştır. Bunun sebebi ise, beş yıldızlı otellerin sektörde üst düzey hizmet vadetmeleri ve bu beş bölgede termal tesis bulunduğunun tespit edilmesidir. Bu çalışma ile gelecek yıllarda yapılacak olan çalışmalara da hem literatür hem de araştırma konusunda yol göstericilik hedeflenmiştir.

### **Kavramsal Çerçeve**

Bu bölümde çalışmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda okuyucuya, sağlık turizmi, müşteri şikayetleri ve bir seyahat sitesi olan Tripadvisor hakkında bilgiler verilmektedir.

### **Sağlık Turizmi**

Son yıllarda insanlar artık sağlık problemlerini çözerken, sadece kendi yaşadıkları ülkelerdeki hekimleri ve fiyatları değil; aynı zamanda sağlıklarına kavuşmak için en iyi çözümü ve en iyi fiyat alternatiflerini de değerlendirerek hareket etmektedirler. Buna bağlı olarak, insanların seyahat etmek amacıyla ikamet ettikleri yerler dışındaki yerlerde konaklayıp tedavi olmayı amaçlamalarıyla alternatif turizm türlerinden ve özel bir turizm türü olan sağlık turizmi ortaya çıkmıştır. Sağlık turizminin hedef kitlesini, sağlığı bozulan ve sağlığını korumaya duyarlı olan kişiler oluşturmaktadır. Dolayısıyla, tedavi ve tatil amaçlı olarak, şehirlerarası veya ülkelerarası yapılan seyahatlerden doğan tüm faaliyetlere “sağlık turizmi” denmektedir (Aydın, 2012).

Sağlık turizmi; iyileşmek amacıyla belirli bir süre için (genellikle 21 gün) ikamet ettikleri yerler dışındaki doğal kaynaklara sahip olan turistik amaçlı hizmet veren tesislere giderek konaklama, kür uygulaması, beslenme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamaları sonucunda ortaya çıkan hareketler olarak tanımlanmaktadır (Boz, 2004). Sağlık turizmi insanların istek ve ihtiyaçlarının artması sebebiyle çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu nedenle de sağlık turizmi kendi içerisinde çeşitlere ayrılmaktadır. Bu ayrımlar her geçen gün farklılıklar göstermektedir. Sağlık turizmi ilk ortaya çıktığında üç ana başlık altında ele alınmıştır. Bunlar; “medikal turizm, termal turizm ve ileri yaş turizmi” şeklindedir (Aydın, 2012; Özer & Songur, 2012; Daştan, 2014; Yardan vd., 2014). Kaynakların zamanla çeşitlenmesiyle birlikte sağlık turizmi dört ana başlık altında ele alınmıştır. Bunlar; “medikal turizm, termal turizm, engelli turizmi ve yaşlı turizmi” olarak bilinmektedir (Cohen, 2008). Son dönemlerde teknolojinin de gelişmesiyle birlikte kaynaklarda da çoğalmalar başlamış ve sağlık turizmi, “medikal turizm, termal turizm, wellness-SPA turizmi, engelli turizmi ve ileri yaş turizmi” olmak üzere beş ana başlık altında ele alınmaya başlamıştır (Özsarı & Karatana, 2013; Altsoy & Taştan Boz, 2019). Buradan yola çıkarak sağlık turizmi çeşitleri aşağıdaki gibidir:

Medikal turizm; sağlık hizmetlerinden yararlanmak amacıyla bir ülkeden başka ülkeye yapılan seyahatler olarak ifade edilmektedir (Reed, 2008). Aynı zamanda medikal turizm, insanların tıbbi ve cerrahi bakım almak için uzun mesafeler kat ederek başka ülkelere gitmelerini ve genel anlamda birer tatilci olduklarını da ifade etmektedir. Buna

bağlı olarak medikal turizm, kısaca insanların sağlıklarını korumak ve iyileşmek amacıyla başka ülkelere yaptıkları seyahatlerdir (Connell, 2006).

Termal turizm; “termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen turizm türü” olarak tanımlanmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Wellness-SPA turizmi; SPA kelimesi Latince “Salus Per Aquam” ifadesinden gelmektedir. Bu kelimenin Türkçe karşılığı “Sudan Gelen Sağlık” olarak bilinmektedir. Wellness kelimesi ise, vücut ve akıl sağlığının yenilenmesi anlamına gelmektedir. SPA ve wellness kavramları ilk olarak 19. yüzyılın ilk zamanlarında suyun tedavi amaçlı kullanılmasının yanında masaj, cilt bakımı, talosoterapi ve çamur banyosu tedavi olarak da kullanılmıştır (Vukovic, vd., 2015).

Engelli turizmi; engele sahip olan bireylerin turizm aktivitelerine katılım göstermeleri anlamına gelmektedir. Engelli turizminin asıl amacı engellilerin herhangi bir problemle karşılaşmadan aileleriyle birlikte turizm imkânlarından yararlanmaları, seyahatleri ve konaklamaları esnasında tatillerinden zevk almalarını, tadını çıkarmalarını veya tatillerinin kalitesini düşürecek bir sorunla karşı karşıya kalmamalarını sağlamaktır (Sen & Mayfield, 2003).

İleri yaş turizmi; ikamet ettikleri yerlerden başka yerlere tedavi olmak için giden kişilere tedavi hizmetlerinin yanında tatil yapma imkânı da sunduğu için oldukça ilgi çekicidir. Buna bağlı olarak ileri yaş turizmi, yaşlı bireylerin gereksinimlerine uygun, onların yaşantılarını geliştirecek ve yaşamlarını daha da renkli hale getirecek bir sağlık turizmi çeşidi olarak bilinmektedir (Dalan & Arıkan Saltık, 2021).

Son yıllarda insanlar kalitenin yüksek ve maliyetlerin daha düşük olduğu sağlık hizmetlilerini talep etmektedir. Bu durum da sağlık turizminin gelişim göstermesinde büyük rol oynayan birinci basamak olarak ifade edilmektedir (Tengilimoğlu, 2013). Bunun yanında, sağlık turizminin gelişmesine imkân sağlayan başka sebepler de bulunmaktadır. Bunları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021);

- Tedavi olmak amacıyla gidilen sağlık kuruluşlarında uzun süreli olan hasta bekleme listelerinden kurtulma isteği,
- Kalitesi yüksek ve bekleme süresi az olan sağlık hizmetlerinden yararlanmak,
- Yüksek kaliteli sağlık teknolojilerine erişmek,
- Yüksek olan sağlık maliyetlerini daha aza indirmek,
- Madde bağımlısı kişilerin daha farklı ve kendilerine uygun ortamlarda bulunmak istemeleri,
- Süreğen (kronik) hastalıklı bireylerin, yaşlıların ve engelli bireylerin daha farklı ortamlara gitme ve tedavi alma arzularının artması,
- Tedavi olmanın yanında gittikleri yerlerde hem eğlenme hem de farklı kültürler tanıma isteği,
- İnsanların hayata daha fazla tutunma ve yaşam istekleri.

İnsanları turizm faaliyetlerine yönelten nedenlerden biri de hiç şüphesiz ki, sağlıktır. Bu unsur, kimi zaman kaybolan sağlığı yeniden kazanmak için olduğu gibi, kimi zaman da sağlığı uzun süre koruyabilmek amacıyla da ortaya çıkmıştır (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002). Bu bağlamda, sağlık turizminin ortaya çıkışı çok eski zamanlara dayandığı bilinmektedir. Antik Yunan İmparatorluğu'ndaki hasta insanlar Akdeniz ülkelerine termal sularından tedavi olmak için gelirlerken, 18. yüzyıl sonrasında Avrupa'nın zengin insanları kaplıca tedavilerinden yararlanmak amacıyla Nil Nehri'ne, 21.yüzyılda ise teknolojinin gelişmesiyle beraber düşük maliyetli ve bekleme sürelerinin az olduğu ülkelere tedavi için gidilmektedir. Sağlık turizminde önde gelen ülkeler; Tayland, Kosta Rika, Hindistan, Singapur, Kolombiya, Filipinler, Kolombiya, Filistin ve Küba'dır (Çiçek & Avderen, 2013).

Turizmin çeşitlenmesinde son yıllarda hızlı gelişmeler gösteren sağlık turizmi Türkiye için büyük öneme sahip olan bir turizm çeşididir. Türkiye, sahip olduğu altyapı olanakları, kaliteli sağlık hizmetleri, tedavi hizmetinin yanında tatil imkânlarının sunulması, deneyimli doktor ve sağlık personeli, düşük tedavi masrafları, tedavi için bekleme sürelerinin olmaması, rekabetçi fiyat avantajları, devlet desteği, bulunduğu coğrafi konum bakımından sahip olduğu eşsiz doğal ve tarihi zenginlikler ve iklim şartları ile birleşen kaliteli turizm işletmeciliği ve dünyaca bilinen Türk misafirperverliği ile medikal turizm alanında her geçen gün daha fazla paya sahip olduğu görülmektedir (Buzcu & Birdir, 2019). Sahip olduğu altyapı imkanları, akredite belgesine sahip olan sağlık kuruluşları, yüksek kaliteye sahip sağlık hizmetleri, uzman doktorları, cerrahları, gelişmiş teknolojisi ile plastik ve estetik cerrahi, göz ameliyatları, check-up, kalp-damar hastalıkları, by-pass ameliyatları, saç ektirme, deri hastalıkları, tüp bebek tedavisi, kanser tedavisi, kulak burun boğaz cerrahisi, beyin cerrahisi, jinekoloji, ortopedi, diş protezi, SPA, fizik tedavi rehabilitasyon hizmetleri gibi tedavilerin Türkiye'de daha uygun fiyatlarla sunulması, Türkiye'nin medikal ve sağlık turizminde daha çok pay sahibi olmasının bir göstergesidir (İçöz, 2009).

Uluslararası alanda akreditasyon belgesi olan sağlık kuruluşları, ikamet ettikleri yerlerden farklı yerlere tedavi olmak amacıyla gidecek olan hastalar için oldukça önemlidir. Sağlık turizminden pay almayı amaçlayan sağlık kuruluşları için uluslararası alanda alınmış olan bir akreditasyon belgesi, o sağlık kuruluşlarının belli standartlarda hizmet verebilmelerinin bir göstergesidir. Son dönemlerde sağlık kuruluşlarını akredite eden en önemli kuruluşlardan biri Joint Commission International (JCI) olarak kabul edilmektedir (Cabi, 2020). Joint Commission International (JCI), dünya genelinde sağlık kuruluşlarını ve programlarını akredite eden ve onaylayan bağımsız kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Joint Commission International (JCI) akreditasyonu ve sertifikasyonu, sağlık bakımı kalitesi ve hastaların güvenliği için küresel bir lider olarak bilinmektedir (Joint Commission International, 2021).

### **Müşteri Şikâyetleri ve Tripadvisor**

Şikâyet, kişilerin herhangi bir mal ya da hizmeti satın alması öncesi ya da sonrasında ortaya çıkan olumsuz geri bildirimler olarak ifade edilmektedir (Bell, vd., 2004). Bir başka tanıma göre şikâyet, kişilerin gereksinimleri, istekleri ve beklentilerinin karşılanmaması durumunda oluşan memnuniyetsizliğin sözlü ya da yazılı olarak belirtmelerine verilen addır (Aylan, Arpacı & Celiloğlu, 2016). Şikâyet, kısaca bir tüketicinin bir ürün ya da hizmete karşı olan memnuniyetsizliğinden kaynaklanmaktadır (Namkung, vd., 2011). Bir işletmeye gelerek satın almış oldukları ürün ya da hizmetlerden memnun kalmayan müşteriler, genellikle dört sebepten dolayı şikâyet etmektedirler. Bu sebepler şu şekildedir (Taştan & Kızılcık, 2017);

- Satın alınmış olan bir ürün ya da hizmeti geri iade etmek ve tazminat almak,

- Bir ürün ya da hizmete karşı olan memnuniyetsizliklerini dile getirmek,
- Hizmet kalitesinin artırılmasını talep etmek,
- Diğer kişilerin de memnuniyetsiz olmamaları için tecrübelerini paylaşarak onları düşünmek.

İşletmelerin, müşteri memnuniyetini yakalayabilmeleri için işletmeye gelen kişilerin istekleri ve beklentilerinin neler olduğunu bilmeleri gerekmektedir. Müşterilerin beklentilerinin üzerine çıkan ya da beklentilerini tam anlamıyla karşılayabilen işletmeler hem müşteri memnuniyetini yakalamış olacaklar hem de müşterilerin almış oldukları hizmeti kaliteli olarak algılamalarına imkân sağlayacaklardır. Fakat müşteriler beklentilerinin altında bir hizmet alırlarsa memnuniyet seviyelerinin düşeceği ve algılamalarının da kalitesiz yönde olabileceği söylenebilir (Kitapçı, 2008). İşletmelerin sunmuş olduğu hizmetlerden memnun kalmayan müşteriler, çoğu zaman dolaylı davranış sergilemektedirler. Bir başka ifadeyle, verilen hizmetten memnun kalmayan müşteri şikâyetini doğrudan işletme yöneticisine dile getirmek yerine, çevresindeki kişilere o işletmeye yönelik olumsuz yorumlar yaparak ya da bir daha o işletmeye gitmemelerini söyleyerek dolaylı davranış sergilemiş olurlar (Kim, vd., 2003). Bu bağlamda işletmeler, müşteri memnuniyetini yakalamak için sunmuş oldukları mal ya da hizmetlerin kalitesini hep üst seviyede tutmalı ve müşteri dinleyerek şikâyetlerine önem vermelidirler. Eğer işletmeler ılımlı davranış sergilerlerse rekabet avantajını da elde etmiş olacaklardır (Kitapçı, 2008).

Şikâyetler, kelimelere dökülmüş olan problemleri ifade eder ve aynı zamanda işletmeler açısından da değerli uyarı sinyalleridirler. Eğer bir işletmeye şikâyet gelmezse, o işletmede küçük sorunlar, beklenmedik aksilikler ve performansta düşüklük yaşayacağından dolayı daha büyük sorunlara yol açabilmektedir. Aslında yapılan her şikâyet, tüketici ile işletme arasındaki ilişkinin tehlikeye girmesini önlemekte ve aralarındaki ilişkinin daha da iyi olması için bir fırsattır (Kozak, 2007).

Son yıllarda internetin gelişmesi ve yoğunlaşması ile birlikte artık şikâyetler elektronik ortama taşınmaya başlamıştır. Bu gelişmeler sayesinde insanların olumsuz düşüncelerini ve rahatsızlıklarını daha kolay bir şekilde paylaşabilmeleri için sanal platformlar ortaya çıkmıştır (Keleş, vd., 2016). Elektronik şikâyet, bir ürün ya da hizmetten yararlanan insanların, bu deneyimde yaşamış oldukları problemleri elektronik ortamlarda ifade etmesi olarak tanımlanmaktadır (Schall, 2003). Teknolojinin gelişmesi ile birlikte insanların ürünler ve hizmetler hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşlerini rahat bir şekilde paylaşım yapabildikleri sanal ortamlar oluşmuştur. İnternetin sağlamış olduğu olanaklar sayesinde, tüketicilerin daha önce elde edemedikleri olanakları sunarak farklı bir şikâyet kanalı oluşturulmuş ve böylelikle tüketiciler için sanal ortamdan yapılan şikâyetler daha çok önem kazanmaya başlamıştır (Şahin, vd., 2018).

Turistler hem sağlıklarını korumak hem de tatil yapmak amacıyla gidecekleri turizm destinasyonlarını seçme konusunda seyahat sitelerini çok yaygın olarak kullanmaktadırlar. Turistlerin kullanmış oldukları bu seyahat sitelerinin en önemlilerinden birisi de Tripadvisor'dur. Dünya'nın en büyük seyahat rehberliği platformu olan Tripadvisor, ABD'nin Massachusetts eyaletinde 2000 yılında kurulmuştur. Tripadvisor, dünya genelinde 43 pazarda ve 22 dilde hizmet veren bir seyahat rehberliği şirkettir. Yaklaşık sekiz milyon işletmeye ait 988 milyondan fazla yorum ve görüşlerle turistler, konaklama fırsatı yakalamak, lezzetli restoranlara rezervasyon yaptırmak ve yakınlarındaki harika yerleri keşfetmek amacıyla Tripadvisor'a başvurumaktadırlar (Tripadvisor, 2019). Sitede yapılmış olan yorumlar tüketicilerin deneyimlerine dayanması sebebiyle, kullanıcılar Tripadvisor'a güvenle

yaklaşmaktadır (Onorati & Giardulla, 2020). İnternetin gelişmesi ve erişimin kolaylaşması sayesinde, sitede işletmeler hakkında yapılmış olan olumlu ve olumsuz yorumları gören kullanıcıların sayılarında da artışlar olmaktadır (Hwang & Mattila, 2020). Özellikle, sağlığı korumak, tedavi olmak ve tatil yapmak amacıyla gidilen sağlık turizmi hizmeti veren tesislerde olumsuz deneyim yaşamış olan bireyler, en kötü yorumları yapabilme potansiyeline de sahip olurlar. Bu sebepten dolayı, sağlık turizmi hizmeti veren konaklama işletmeleri, yapılan yorumları dikkatli bir şekilde değerlendirmeliler, olumlu şekilde geri dönütler yapmalılar ve sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerin kalitelerini artırma yönelimi göstermelidirler.

## Yöntem

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin beş bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı sağlık turizmi hizmeti veren termal tesislere yönelik Tripadvisor üzerinden yapılan şikâyetlerin incelenmesidir. Yapılan incelemeler sonucunda elde edilen bulgulara göre, bu tesisleri ziyaret eden müşterilerin yapmış oldukları şikâyetlerin yoğunlaşmış olduğu konularda işletmelere öneriler sunmak ve yarar sağlamak da çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır. Çalışma ile ilgili literatür ve işletmelere yönelik Tripadvisor'da yapılan şikâyet yorumları göz önüne alınarak, bu beş bölgedeki beş yıldızlı termal tesislere yönelik yapılan şikâyetler sınıflandırılarak ana ve alt temalara ayrılmıştır. Yapılan incelemelerden elde edilen sonuçlar, beş bölgede yer alan beş yıldızlı termal tesislerin müşterilere sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerin kalitelerini artırılabilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır.

## Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada veri kaynağı olarak kullanılan Tripadvisor sitesindeki yorumlar beş kategoride sınıflandırılmaktadır. Bu yorumlar, "1 puan=berbat", "2 puan=kötü", "3 puan= ortalama", "4 puan= çok iyi" ve "5 puan=mükemmel" olarak isimlendirilmektedir. Bu çalışmada ise, tesislere yönelik şikâyetlerin değerlendirme kapsamına alındığından dolayı yalnızca "1 puan=berbat" ve "2 puan=kötü" olan yorumlar dikkate alınarak değerlendirme yapılmaktadır.

Bu araştırmada yararlanılan nitel araştırma; gözlem, görüşme ve belge analizi gibi yöntemlerin kullanıldığı, olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde anlaşılmasına yönelik bir araştırma yöntemidir. Nitel araştırma yöntemlerinin tercih edilmesi problemlerin daha iyi anlaşılmasına ve daha isabetli çözümlerin ortaya konulmasına katkı sağlayabilmektedir (Baltacı, 2019). Çalışmanın amaç ve kapsamına yönelik olarak bu çalışmada, iki farklı analiz yönteminden yararlanılmıştır. Bunlar; nitel veri analiz yöntemlerinden olan içerik analizi ve betimsel analizdir. İçerik analizi; mesaj değeri olan her türlü verinin bir amaca yönelik olarak taranması, kategorilere (temalara) ayrılması, özetlenmesi, bulguların araştırmanın amacına ilişkin analiz edilmesi ve yorumlanması işlemlerini kapsayan bilimsel bir araştırma yöntemidir. Diğer bir ifadeye göre içerik analizi, araştırma yapılacak olan konu ile ilgili dokümanlardaki bilgilerin, mesajların, sloganların, simgelerin, karakterlerin vb. durumların incelenmesi ve sayısallaştırılması olarak ifade edilmektedir (Karagöz, 2019). Betimsel analiz; elde edilen verilerin, daha önceden belirlenmiş olan kavramsal çerçeve ya da temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasıdır. Betimsel analiz yönteminde, görüşülmüş ya da gözlemlenmiş olan kişilerin görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılar sık sık yer verilmektedir. Betimsel analizdeki en temel amaç, yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bulguları düzenlenmiş, özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Bu bağlamda, Türkiye'nin beş bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı termal tesislere yönelik Tripadvisor'da Ocak 2013-Kasım 2021 tarihleri arasında Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren 24 adet tesise ait 1353 yorum, Marmara Bölgesi'nde sekiz adet tesise yönelik 250 yorum, Akdeniz Bölgesi'nde bulunan bir adet tesise yönelik 11 yorum,

Karadeniz Bölgesi'nde bulunan üç adet tesise yönelik 154 yorum ve İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren dokuz adet termal tesise yönelik 285 adet şikâyet içerikli yorum kullanılarak içerik analizi ve betimsel analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırmada içerik analizi yapılırken genel bir çerçeve içerisinde kodlama süreci uygulanmıştır.

## Bulgular

Bu bölümde Türkiye'nin beş bölgesinde sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesislere yönelik Tripadvisor'da "kötü" ve "berbat" yönlü temalardan oluşan yorumlar değerlendirme kapsamına alınmıştır. Ege Bölgesi'nde hizmet veren 24 adet termal tesisin yorumları dikkate alındığında toplamda yapılan "kötü" ve "berbat" başlıklı yorumların 1353 adet olduğu tespit edilmiştir. Marmara Bölgesi'nde hizmet veren sekiz adet termal tesisin "kötü" ve "berbat" başlıklı yorumların 250 adet olduğu tespit edilmiştir. Karadeniz Bölgesi'nde yer alan üç adet termal tesise yönelik toplam 154 adet yorum yer almaktadır. İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren dokuz adet termal tesisine yönelik toplam 285 adet yorum yer almaktadır. Son olarak Akdeniz Bölgesi'nde ise, sadece bir adet termal tesise yönelik yorumlar dikkate alındığında toplam 11 adet yorum yer almaktadır. "Kötü" ve "berbat" başlıklı yorumlara ait olan ana ve alt temalara yönelik yapılan şikâyetler ise aşağıdaki Tablo.1'de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Türkiye'nin Beş Bölgesinde Faaliyet Gösteren 5 Yıldızlı Termal Tesislere Yönelik Şikâyetlerin Sınıflandırılması

	ANA VE ALT TEMALAR	AKDENİZ	EGE	İÇ ANADOLU	KARADENİZ	MARMARA
<b>PERSONEL</b>	Yetersiz Bilgi	1	104	15	3	15
	Az Olması	-	90	4	-	8
	Kaba	7	264	62	43	47
	İlgisiz	2	569	124	75	107
	Niteliksiz	5	282	51	25	48
<b>TEMİZLİK</b>	Fazla Klor	-	4	4	-	-
	Odanın Temizliği	3	470	118	36	115
	Havuzun Temizliği	3	288	71	37	49
	Genel Alan Temizliği	-	225	33	13	41
	Restoran Temizliği	-	125	14	7	17
<b>YAPI</b>	Odanın Küçüklüğü	1	42	1	2	2
	Ses Yalıtımı Olmaması	-	59	4	12	11
	Otel Mimarisi	-	218	33	19	28
	Havuzların Küçüklüğü	-	62	14	24	18
<b>GÜVENLİK</b>	Mahremiyet	-	47	8	6	11
	Sağlık Personeli Eksikliği	-	10	-	2	1
	Görevli Personel Eksikliği	-	42	10	4	14
	Güvensizlik	-	20	5	2	7
<b>YEMEK</b>	Kısa Yemek Saati	-	5	1	-	2
	Soğuk Olması	-	34	4	4	5
	Lezzetsiz	3	462	112	62	95
	Çeşitlilik	2	287	77	34	73
	Bayat	-	64	14	1	5
	Bitmesi	-	50	10	1	6
	Koku	-	15	7	1	2
	Bozuk Olması	-	44	11	17	5
<b>TEKNİK</b>	Arızalı Eşya	1	210	64	20	59
	Odanın Sıcaklığı	-	27	3	3	2
	Odanın Soğukluğu	1	32	12	11	8
	Otelin Soğukluğu	-	44	28	3	14
	Havuzun Soğukluğu	3	61	30	19	23
	Suların Soğukluğu	1	30	11	3	16
<b>BUKLET</b>	Olmaması	-	90	20	4	23
	Eski Olması	-	27	10	3	10
	Kirli Olması	-	48	11	12	11



**Tablo 1.** Türkiye'nin Beş Bölgesinde Faaliyet Gösteren 5 Yıldızlı Termal Tesislere Yönelik Şikâyetlerin Sınıflandırılması (Devamı)

<b>ETKİNLİK</b>	Olmaması	-	43	6	4	2
	Yetersiz Olması	1	41	2	7	9
	Rahatsız Etmesi	-	32	2	2	3
<b>DİĞER</b>	Kalabalık	1	117	26	5	10
	İçecek Fiyatı	0	98	10	5	4
<b>TOPLAM</b>		<b>35</b>	<b>4782</b>	<b>1042</b>	<b>528</b>	<b>926</b>

Tablo.1’de görüldüğü gibi analiz sonuçlarına göre dokuz adet ana tema 44 adet alt tema tespit edilmiştir. Ana temalar; “personel, temizlik, yapı, yemek, teknik, güvenlik, buklet, etkinlik ve diğer” şeklindedir. Personel ana temasına ait beş, temizlik ana temasına ait beş, yemek ana temasına ait sekiz, yapı temasına ait dört, güvenlik ana temasına ait dört, teknik ana temasına ait altı, buklet ana temasına ait üç, etkinlik ana temasına ait üç ve diğer olarak adlandırılan ana temaya ait ise iki alt tema yer almaktadır. Akdeniz Bölgesi’nde sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesislere yönelik yapılan şikâyetlerin en az olduğu görülmekle birlikte toplam şikâyet sayısı 35’tir. Ege Bölgesi incelendiğinde, sağlık turizmi hizmeti veren termal tesislere yönelik yapılan şikâyetlerin en fazla olduğu görülmektedir. Toplam şikâyet sayısı 4782’dir. Alt temalar incelendiğinde, Ege Bölgesi’nde hizmet veren termal tesisleri ziyaret eden müşterilerin yorumlarda “personel, temizlik, teknik, yemek ve diğer” temalarına daha fazla yoğunlaştıkları görülmektedir. En az yoğunlaşma olan yorumlar ise, “buklet, etkinlik ve güvenlik” temalarının olduğu görülmektedir. İç Anadolu Bölgesi incelendiğinde, Ege Bölgesi’nden sonra en fazla şikâyet alan tesislerin yer aldığı görülmektedir. Toplam şikâyet sayısı 1042 olarak tespit edilmiştir. Alt temalar incelendiğinde İç Anadolu Bölgesi’nde faaliyet gösteren termal tesislere ziyaret eden müşterilerin “personel, teknik, temizlik ve yemek” temalarına daha fazla yoğunluk gösterdikleri tespit edilmiştir. Müşterilerin en az yoğunlaşmış olduğu temalar ise, “yapı, güvenlik, buklet, etkinlik ve diğer” olarak tespit edilmiştir. Karadeniz Bölgesi incelendiğinde, en fazla yorum alan dördüncü bölge olduğu görülmektedir. Karadeniz Bölgesi’ne ait olan toplam şikâyet sayısı 528’dir. Alt temalar incelendiğinde, Karadeniz Bölgesi’nde sağlık turizmi hizmeti veren termal tesisleri ziyaret eden müşterilerin en fazla “personel, temizlik, teknik ve yemek” temalarına yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. En az şikâyet yapılan temalar ise, “yapı, güvenlik, buklet, etkinlik diğer” olarak belirlenmiştir. Son olarak, Marmara Bölgesi’ne yönelik şikâyetlere bakıldığında, bu bölge en fazla şikâyet alan üçüncü bölge olarak tespit edilmiştir. Marmara Bölgesi’ne ait olan toplam şikâyet sayısı 926’dır. Alt temalar incelendiğinde, Marmara Bölgesi’nde sağlık turizmi hizmeti vermekte olan termal tesisleri ziyaret eden müşteriler daha çok “personel, temizlik ve yemek” temalarına yoğunlaşmışlardır. Müşterilerin en az şikâyetçi oldukları temalar ise, diğer bölgelerde olduğu gibi “yapı, güvenlik, teknik, buklet, etkinlik ve diğer” olarak saptanmıştır.

Yapılan şikâyetlerin bölge bazında incelendiğinde ise, Türkiye’de sağlık turizmi hizmeti veren beş yıldızlı termal tesislere yönelik yapılan şikâyetlerin en az Akdeniz Bölgesi’nde, en fazla ise Ege Bölgesi’nde olduğu tespit edilmiştir. Bu bölgelerde yer alan sağlık turizmi hizmeti sunan beş yıldızlı termal tesisleri ziyarette bulunan müşterilerin daha çok “personel, temizlik, teknik ve yemek” temalarına yoğunlaştıkları, en az ise “yapı, güvenlik, etkinlik, buklet ve diğer” ana temalara yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Aşağıdaki Tablo 2’de en çok şikâyet alan temalara ilişkin tüketici yorumlarından örnekler yer verilmiştir.

**Tablo 2.** En Çok Şikâyet Alan Temalara İlişkin Tüketici Yorumlarına Örnekler

Temalar	Yorumlar
Personel	“Her yıl konaklama yaptığımız bir otel. Yine her şey güzeldi. 3 gece konaklama yaptık. Çıkış günü kahvaltıda, en önde omler sırası beklerken, arkamda garson pardon dedi hafif yana çekildim. Arkamda da sırada insanlar var. Daha sonra adının Onur olduğunu öğrendiğim Garson yiyecek etiketlerini topluyordu. Sonrasında bana ben burada çalışıyorum, korkmayın sıranıza geçmeyeceğim diye bir cümle kurdu. Ve kendisiyle tartıştık. Restoran şefine durumu izah ettim. Bazen her şey güzel olsa da son anda bir şey olur ve ağızımızın tadını bozmaya fazlasıyla yeter. Yaşadığım olay da böyleydi” (Marmara, Ocak 2019).
Temizlik	“Oda temizliği iyi olmadığından bir daha gelmeyi düşünmüyorum. Dolaplar, küvet, kapı kolları çok kirli. Otel ve bahçesi çok güzel ama oda temizliği her şeyden önde olmalı. Bahçedeki salıncak çok keyifli” (Ege Bölgesi, Ağustos 2020).
Yemek	“Hiçbir şekilde tavsiye etmem. Yemekler, hizmet çok kötü. Kahvaltıda kokmuş peynir, çürük domates ve yeşillik sunuyorlar. Peynirler personelin çıplak elleriyle harmanlanıyor. Kahvaltıyı dışarıda yaptık. Yemek çeşit çok az ve kötü. Termal denilen tesiste 7 kişilik hamam var. Yer bulmak çok zor. Etraf pislik içinde. Çıkışta kafadan ekstra uydurup yazmışlardı. Verdiğimiz ücretin hiçbir karşılığını alamadık. Bir daha yakınından dahi geçmem. Sözümlerine 5 yıldızımış.” (İç Anadolu Bölgesi, Mart, 2020).
Teknik	“Ailem ile beraber geldim bir daha kesinlikle gelmem. Personellerin hepsi ukala ve kendini beğenmiş. Termal kaplıca suyu çok soğuk ve soruyorum neden soğuk bana verilen cevap ortam suyu soğutuyor. Böyle kalitesizlik görmedim. Yıllardır kaplıca otellerine giderim böylesini görmedim. Buraya gelen herkes ilk ve son gelişi oluyor. Termal otel dediğin suyu sıcak olur ama burası öyle değil termal havuzu normal havuz ile aynı. Odamda klima sistemi sıkıntılı odayı ısıtmıyor. Gelmemeyi gelecekseniz bile gelen birini arayın lütfen” (Akdeniz, Ocak 2021).
Diğer	“Rize’den 1,5 saat uzaklıkta bulunan dağlık bir yerde. Sadece oda ve akşam yemeği fiyata dâhil. Yemekte alınan tüm içecekler ve çay ücretli. Havuzlar çok küçük. Aile banyosu adıyla satılan yerler 150 TL saati. Çay ve içecekler çok pahalı. Çay 5 TL. Yaşlı veya işi gücü olmayan kişiler için bir gün gelinir. Ama keyifli bir tatil için pek mantıklı değil. Hizmet farkı var. Fiyatlar aynı olmasına rağmen. Odalarda termal su yok ama adı termal otel” (Karadeniz, Şubat 2021).

Tablo 2 incelendiğinde, müşteriler gittikleri bu beş bölgedeki konaklama işletmelerinde çalışan personellerin kaba olmasından, ilgisiz olmasından ve niteliksiz olmaları konusunda şikâyet ettikleri tespit edilmiştir. Yemek konusunda, yemeklerin lezzetsiz olması, çeşitliliğin az olması, yiyeceklerin kokmuş ve bozuk olmalarından şikâyetçi oldukları saptanmıştır. Temizlik konusunda, odaların temizlenmemesi, banyoların, duşların kirli olması ve yatakların eski olmasından şikâyet ettikleri görülmektedir. Teknik konusunda, genel olarak kaplıca sularının soğuk olması, klimaların arızalı olması, odadaki bazı eşyaların çalışmaması ve internet bağlantısında problem yaşanması konusunda şikâyetler yer almaktadır. Son olarak, “diğer” şeklinde isimlendirilen temada yer alan “kalabalık ve içecek fiyatı” alt temalarına yönelik, kalabalıktan dolayı havuzlarda yer bulamamaları, restoranda yemek sırası beklerken herkesin iç içe olması ve çay ve içeceklerin fiyatlarının pahalı olması hakkında şikâyetlerin yoğun olduğu görülmektedir.

### Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda insanlar artık sağlık problemlerini çözerken, sadece kendi yaşadıkları ülkelerdeki hekimleri ve fiyatları değil; aynı zamanda sağlıklarına kavuşmak için en iyi çözümü ve en iyi fiyat alternatiflerini de değerlendirerek hareket etmektedirler. Bu doğrultuda insanlar, sağlıklarını korumak ve kendilerini daha zinde hissetmek istedikleri için sağlık turizmi hizmeti sunan konaklama işletmelerini tercih etmektedirler. Konaklama işletmeciliğinde başarılı olabilmenin en önemli basamaklarından biri, işletmeye yönelik yapılan olumsuz yorum ve şikâyetleri göz önünde bulundurarak bir daha tekrarlanmamasına özen göstermektir. İşletmeye gelen müşteriden her zaman işletmeye yönelik sadece olumlu yorumların yapılması beklenmemelidir. Yapılan şikâyetler aslında işletmeyi kötülemek amacıyla değil, bazı durumlarda da işletmenin sunmuş olduğu hizmetlerde eksik oldukları taraflarını belirlemesinde ve kalitelerini arttırmaları açısından da oldukça önemlidir. Yapılan şikâyetlerin çoğunlukla hangi kategoride daha yoğun olduklarını belirleyip, hangi konularda eksiklik olduğunu görmeleri ve düzenlemelerin yapılması gerektiği işletme yöneticileri tarafından dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda, bu

çalışmanın amacı ve kapsamına yönelik olarak, Türkiye'nin beş bölgesinde faaliyet gösteren beş yıldızlı sağlık turizmi hizmeti sunan konaklama işletmelerine yönelik Tripadvisor üzerinden yapılan şikâyet içerikli yorumlar incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda elde edilen bulgularda, en fazla şikâyetin Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmelerine olduğu, en az şikâyetin ise Akdeniz Bölgesi'ndeki konaklama işletmelerine olduğu tespit edilmiştir. Müşterilerin daha çok "işletmelerde sunulan yemekler, personel, temizlik, teknik, otelin kalabalık olması" ile ilgili konulara yönelik şikâyetlere yoğunlaştıkları görülmektedir. En az yoğunlaşılan şikâyet konularının ise "yapı, buklet ve etkinlik" olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Yeşilyurt, Çalışkan & Okat (2020) yaptıkları çalışmada, yapılan şikâyetlerin en çok yiyecek-içecek konulu olduğunu ve en sık tekrarlanan şikâyetlerin ise, kahvaltı çeşitliliği, yiyecek kalitesi, odaların tasarımı, temizliği ve bakımı hususunda olduğunu tespit etmişlerdir. Yine Çimenci & Yazıcı Ayyıldız (2021) yapmış oldukları bir çalışmada, Pamukkale'de faaliyet göstermekte olan dört ve beş yıldızlı termal otellere yönelik e-şikâyetleri incelemeyi amaçlamışlardır. En yoğun olan şikâyetler, hizmet, yiyecek-içecek, otel mimarisi ve personel sınıflandırması yer alırken; en çok şikâyet olan konuların ise, oda/banyo temizliği, yemeklerin lezzeti ve personel davranışları olduğu belirlenmiştir. Farklı olarak ise Tuncer (2020) yapmış olduğu bir çalışmada, termal ya da spa hizmeti alan müşterilerin bir şikâyet portalında yaptıkları şikâyetlerin temalarının neler olduğunu tespit etmeyi amaçlamıştır ve en çok öne çıkan şikâyetlerin, hizmet fiyatları ve genel hizmetler yönünde olduğu tespit etmiştir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda incelenen şikâyet içerikli yorumlar doğrultusunda, sağlık turizmi hizmeti sunan konaklama işletmelerine yönelik olarak bazı öneriler sunulmuştur. Bu öneriler, müşterilerin en çok yoğunlaşmış olduğu şikâyetlere yöneliktir ve bu şikâyetlerin en başında personel gelmektedir. Müşteriler gittikleri konaklama işletmelerinin personellerinin kaba olmasından, otele gelen misafirlere karşı ilgisiz olmalarından, otelde yeterli sayıda personel olmamasından, personellerin yeterli niteliğe sahip olmamalarından ve müşteriye yeterli bilgi vermemelerinden şikâyetçidirler. Bu bağlamda, işletmelerin bu şikâyetlerin tekrarlanmaması için, personellere diksiyon, iletişim ve müşteri memnuniyeti sağlama konusunda eğitimler vermeleri gerekmektedir. Bunun yanında, işletmede daha fazla personel bulundurarak misafirlerin isteklerine daha hızlı yanıt vermeleri ve özenle istekleri yerine getirmeleri sağlanmalıdır. Aynı zamanda, personellerin çalışma esnasında motivasyonlarının yüksek olması açısından terfi edebilme, ödüllendirme ve gerekli imkanların sağlanması da gereklidir.

En çok şikâyet edilen ikinci konu, temizliktir. Müşteriler gittikleri konaklama işletmelerinin odalarının temiz olmamasından, termal havuzların temiz olmamasından, genel alanların ve restoranların temiz olmamalarından şikâyet etmektedirler. Temizlik, insan sağlığı için en önemli konulardan biridir. Bu sebeple işletmeler, otel odalarına, termal havuzlara, genel alanlara ve restoranlara temizlik açısından daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. Özellikle, termal havuzların temiz olması insanların enfeksiyon kapmamaları açısından en çok önem verilmesi gereken alandır.

Üçüncü olarak en çok şikâyet edilen konu, yemektir. Müşteriler gittikleri konaklama işletmelerinde sunulan yemeklerin lezzetsiz olması, çeşitliliğin az olması, yiyeceklerin bayat olması, hemen bitmesi, kötü kokması ve bozuk olmaları konusunda şikâyet etmektedirler. Bu bağlamda, işletmelerin sundukları yemeklerin daha taze olması, lezzetlerinin iyileştirilmesi, çeşitliliğinin fazlaştırılması anlamında daha özenli olmaları önerilmektedir. Ayrıca, menüler hazırlanırken sağlıklı ve ilgi çekici olarak hazırlanması, menüde yer alan besinlerin değerlerinin ve

kalorilerinin de belirtilmesi gerekmektedir. Çölyak hastaları gibi özel besinlerle beslenen misafirlerin de olabileceği düşünülmektedir. Çölyak hastaları gibi özel besinlerle beslenen misafirlerin de olabileceği düşünülerek gerekli malzemelerin tedarik edilmesi ve hazırlanmasına özen gösterilmelidir.

Dördüncü olarak en çok şikâyet edilen konu, tekniktir. Müşteriler gittikleri konaklama işletmelerinin teknik anlamda odalarda bulunan eşyaların arızalı olmasından, odaların soğuk ve sıcak olmalarından, otelin genel anlamda soğuk olmasından, sıcak suyun olmamasından ve termal havuzların sıcak olmaları gerektiği halde soğuk oldukları yönünde şikâyet etmektedirler. Bu anlamda işletmelerin odaların ve otelin genel alanlarının ısılarının mevsimsel sebepler de dikkate alınarak sıcaklık ve soğukluk seviyelerinin istenilen seviyede olmasına özen göstermelidir. Özellikle, insanların sağlığı açısından termal havuzların gerekli ısıda kalmasına önem vermelidirler. Ayrıca, termal havuzlardan odalara geçişlerde misafirlerin üşmemeleri için gerekli sıcaklığın korunması gereklidir. Misafir odaya girmeden önce, odada bulunan ekipmanların kontrolü yapılmalı herhangi bir problem var ise tespit edilip, arızanın giderilmesine de özen gösterilmelidir. Son olarak, otel binasının dış görünümü, ses yalıtımı ve ısı yalıtımı gibi konularda da eksikliklerinin giderilmesi gerekmektedir.

Son olarak en çok şikâyet alan konu ise, diğer olarak adlandırılan kalabalık ve içecek fiyatıdır. Müşteriler gittikleri konaklama işletmelerinin kalabalık olması ve ücretsiz olması gereken içeceklerin fiyatlarından şikâyetçi olmaktadır. Covid-19 pandemi sürecinin hala devam etmesi sebebiyle otellerin kalabalık ve kurallara uyulmaması konusunda şikâyetler yoğunluk göstermektedir. Ayrıca, restoranlarda yemek sırası beklerken insanların iç içe olmaları ve maske takmamaları konusunda da şikâyetler yoğunluk göstermektedir. Bu bağlamda, işletmelerin Covid-19 pandemi sürecini daha fazla dikkate alarak, temizlik, maske ve mesafe kurallarına daha fazla uyulması hakkında önlemler almaları önerilmektedir. Termal havuzları her yaşta kişilerin kullanabilmesi için de havuzların çeşitlendirilmesi ve alanların da daha geniş olmasına özen gösterilmelidir. İçecek fiyatları konusunda işletmelerin daha makul fiyatlar vererek misafirlerin daha fazla içecek tüketimini de sağlayabilirler.

## Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

## KAYNAKÇA

- Altsoy, S. & Taştan Boz, İ. (2019). Medikal turizm alanında faaliyet gösteren hastanelerdeki mevcut sorunlar ve çözüm önerileri. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(1), 113-134.
- Arpacı, Ö. (2016). Seyahat acentalarının tur hizmetlerine yönelik müşteri e-şikâyetlerinin örgütsel öğrenme aracı olarak değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(29), 203-219.
- Aydın, O. (2012). Türkiye'de alternatif bir turizm; sağlık turizmi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 91-96.
- 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.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 368-388.

- Bell, S., Mengüç, B., & Stefani, S. L. (2004). When customers dissappoint: A model of relational internal marketing and customer complaints. *Journal of Academy of Marketing Science*, 32(2), 112-126.
- Boz M. (2004). *Turizmin gelişiminde alternatif turizm pazarlamasının önemi (Yayınlanmamış Doktora Tezi)*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Buzcu, Z., & Birdir, K. (2019). Türkiye’de medikal turizm incelemesi: Özel hastanelerde bir çalışma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1), 311-327.
- Cabi, A. (2020). *Turizm türlerine profesyonel yaklaşım*, A. Bilge ve A. Cabi (Ed.). Konya: Sage Yayınları.
- Cohen, E. (2008). Medical tourism in Thailand. *AU-GSB e-Journal*, 1(1), 24-37.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 27(6), 1093-1100.
- Çiçek, R., & Avderen, S. (2013). Sağlık turizmi açısından İç Anadolu Bölgesi’ndeki kaplıca ve termal tesislerin mevcut yapısının ve potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(2), 25-35.
- Çimenci, M., & Yazıcı Ayyıldız, A. (2021). Pamukkale’de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı termal otel işletmelerine yönelik e-şikâyetlerin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 1945-1960.
- Dalan, C., & Saltık, I. A. (2021). Paydaşların bakış açısıyla Muğla ili sağlık turizmi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1451-1473.
- Daştan, İ. (2014). Türkiye’de sağlık turizmi: Türkiye ve özelinde İzmir’de sağlık turizminin mevcut durum analizi ve strateji önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 143-163.
- Geranaz, H., & Yetgin, D. (2021). SPA otel işletmelerinin çevrimiçi müşteri değerlendirmeleri: Tripadvisor örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2800-2818.
- Hwang, Y., & Mattila, A. S. (2020). The impact of customer compassion on face-to-face and online complaints. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 848-868.
- İçöz, O. (2009). Sağlık turizmi kapsamında medikal (tıbbi) turizm ve Türkiye’nin olanakları. *Journal of Yasar University*, 4(14), 2257-2279.
- Joint Commission International (JCI) (2021). About JCI. Erişim Adresi: <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/> (Erişim Tarihi: 19.12.2021).
- Karagöz, Y. (2019). *SPSS ve AMOS uygulamalı nitel-nicel karma bilimsel araştırma yöntemleri ve yayın etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Keleş, A., Kılınç, C., & Ateş, A. (2016). Türkiye turizmine yönelik yabancı turizm operatörlerine yapılan e-şikâyet konularının içerik analizi ve tur operatörlerinin müşteri yönlendirmesi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8(15), 211-228.
- Kızıldemir, Ö., İbiş, S., & Çöp, S. (2019). Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1315-1324.

- Kim, C., Kim, S., Im, S., & Shin, C. (2003). The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), 352-371.
- Kitapçı, O. (2008). Restoran hizmetlerinde müşteri şikâyet davranışları: Sivas ilinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (31), 111-120.
- Kozak, M. (2007). Turizm sektöründe tüketicilerin şikâyetlerini bildirme eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1), 137-151.
- Namkung, Y., Jang, S. S., & Choi, S. K. (2011). Customer complaints in restaurants: Do they differ by service stages and loyalty levels? *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 495-502.
- Onorati, M. G., & Giardullo, P. (2020). Social media as taste re-mediators: Emerging patterns of food taste on tripadvisor. *Food, Culture and Society*, 23(3), 347-365.
- Özer, Ö., & Songur, C. (2012). Türkiye'nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 69-81.
- Özsarı, S. H. & Karatana, Ö. (2013). Sağlık turizmi açısından Türkiye'nin durumu. *Journal of Kartal Training & Research Hospital*, 24(2), 136-144.
- Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm uygulamalı bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(10), 183-195.
- Reed, C. M. (2008). Medical tourism. *Medical Clinics of North America*, 92(6), 1433-1446.
- Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (SATURK) (2021). Sağlık turizmi nedir? <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf>
- Schall, M. (2003). Best practices in the assessment of hotel-guest attitudes. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(2), 51-65.
- Sen, L., & Mayfield, S. (2004). Accessible tourism: Transportation to and accessibility of historic buildings and other recreational areas in the city of Galveston, Texas. *Public Works Management and Policy*, 8(4), 223-234.
- Sujithamrak, S. & Lam, T. (2005) Relationship between customer complaint behavior and demographic characteristics: A study of hotel restaurants' patrons. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(3), 289-307.
- Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H., & Coşkun, G. N. (2018). Turistlerin e-şikâyet davranışları üzerine bir araştırma: Alaçatı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 68- 82.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). Sağlık ve Termal Turizmi Tanımı. Erişim adresi: <https://yigm.ktb.gov.tr>
- Taştan, H., & Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik tripadvisor.com'da paylaşılan şikayetlerin sınıflandırılması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270-284.
- Tengilimoğlu, D. (2013). Sağlık turizmi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Tripadvisor (2019). Tripadvisor Hakkında. Erişim adresi: <https://www.tripadvisor.com.tr/>

- Tuncer, M. (2020). Termal ve spa hizmetleri sunan otel işletmelerinde şikâyet konuları: Bir şikâyet portalında uygulama. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(63), 3966-3971.
- Vásquez, C. (2011). Complaints online: The case of TripAdvisor. *Journal of Pragmatics*, 43(6), 1707-1717.
- Vuković, P., Čavlin, G., & Čavlin, M. (2015). Complementarity in the development of rural tourism with the development of thermal baths, spa and wellness tourism. *Економика пољопривреде*, 62(1), 259-270.
- Yardan, E. D., Dikmetaş, H., Us, N. C., & Yabana, B. (2014). Türkiye ve Dünya’da sağlık turizmi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 8(2), 27-42.
- Yeşilyurt, H., Çalışkan, C., & Okat, Ç. (2020). Potansiyel turizm destinasyonlarında bulunan otellerle ilgili e-şikâyetlerin coğrafi bakışla değerlendirilmesi: Adıyaman örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2003-2017.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**Investigation of Complaints Regarding Health Tourism: The Example of Tripadvisor****Gencay SAATCI**

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale/Turkey

**Büşra TOZAN**

Çanakkale Onsekiz Mart University, Graduate School of Education, Çanakkale/Turkey

**Erkut Gökhan ÇOKAY**

Çanakkale Onsekiz Mart University, Graduate School of Education, Çanakkale/Turkey

**Extensive Summary**

With the development of health tourism in the world, more and more enterprises are being opened and they are aiming to increase their market share by competing among themselves in existing enterprises. With the developments in communication technologies and the convenience of people in accessing all kinds of information, it is important for businesses to compete with each other by increasing their service quality and providing customer satisfaction. This is achieved by understanding the requests and requirements of customers in the best way and finding solutions to their complaints (Çimen & Yazıcı Ayyıldız, 2021). The complaint expresses dissatisfaction in general. It is also known as the inability of a purchased product or service to fully meet expectations or the provision of unexpected situations that occur during the use of products and services (Sujithamrak & Lam, 2015). In fact, a complaint is a feedback tool for the purpose of constantly improving the products and services offered by businesses. Although enterprises aim to provide services flawlessly, it is not possible for them to completely eliminate errors and shortcomings. For this reason, enterprises should evaluate the lines and their shortcomings by analyzing them in the best way. Therefore, it is of great importance for businesses to turn the complaints and comments made to their advantage and opportunity, not to repeat their mistakes by learning from these complaints, both from the point of view of the business and from the point of customer satisfaction (Arpacı, 2016). People now resort to various tools and methods when expressing their complaints. In recent years, customers have been able to express their complaints about products and services more easily and quickly thanks to the opportunities offered by technology. With the development of information and communication technologies, fast communication between consumers and businesses can be achieved (Kızıldemir, İbiş & Çöp, 2019).

Tourists very widely use travel sites to choose the tourist destinations they will go to both to protect their health and to have a vacation. One of the most important of these travel sites used by tourists is Tripadvisor. Tripadvisor is one of the most popular websites in the world for travel accommodation, founded in 2000 in the United States (USA). At the same time, Tripadvisor, more than 80% of tourists who have traveled in recent years, use Tripadvisor. This travel site is very important for both businesses and potential tourists (Vasquez, 2011). Travel sites offer businesses the opportunity to analyze and evaluate in the best way, evaluate and make choices about alternatives for potential customers, and share their experiences after the products and services they purchase. Careful examination of comments made on the Internet, determining what issues satisfaction and complaints are concentrated on is very important for accommodation businesses to provide customer satisfaction and improve the quality of service (Geranaz & Yetgin, 2021).



The purpose of this study is to examine the complaints made by customers who visit five-star thermal facilities providing health tourism services in Turkey in certain categories on the Tripadvisor travel site. January 2013-November 2021, negative reviews were investigated and reviews were made on Tripadvisor for five-star thermal facilities providing health tourism services in the study. Based on the research findings, a lot of customers complaining about where they were by the method of content analysis and descriptive analysis kategorilendirile designated by the facility recommendations in this regard are presented. This study was carried out by considering five regions of Turkey and limited to negative comments about five-star thermal facilities offering health tourism services in those regions. The reason for this is that five-star hotels promise high-level services in the sector and it has been determined that there are more thermal facilities in these five regions. With this study, it is aimed to guide both the literature and the research to the studies to be carried out in the coming years.

In this study, two different analysis methods were used for the purpose and scope of the study. These are content analysis and descriptive analysis, which are one of the qualitative data analysis methods. Content analysis is a scientific research method that covers the processes of scanning all kinds of data with message value for a purpose, dividing them into categories (themes), summarizing them, analyzing and interpreting the results related to the purpose of the research. In other words, content analysis is based on the analysis of information, messages, slogans, icons, characters, etc. in documents related to the subject to be investigated. It is expressed as the study and digitization of situations (Karagöz, 2019). Descriptive analysis is the summarization and interpretation of the obtained data according to the previously determined conceptual framework or themes. In the method of descriptive analysis, direct quotations are often included in order to strikingly reflect the opinions of people who have been interviewed or observed. The most basic purpose of descriptive analysis is to present the findings obtained as a result of the researches in an edited, summarized and interpreted form to the reader (Yıldırım & Şimşek, 2018). In this context, Turkey on TripAdvisor for 5 Star Hotel Thermal Resort, which operates in five regions of January 2013-2021 November 1353 comment that operate in the Aegean region between the dates of 24 of the facility, 250 comments eight facilities in the Marmara region, located in the Mediterranean region at one of 11 comments comments and 154 in the Black Sea region central Anatolia region for three thermal plant facilities that operate in 285 for nine pieces complaint with the content of the comments using content analysis and descriptive analysis was carried out. In the research, while analyzing the content, a coding process was applied within a general framework.

When examined complaints against the district generally, these five regions are located in medical tourism services providing 5-Star thermal plants during the visit, customers are more “staff, cleanliness, food and technical” issues peaks, at least “structure, security, efficiency, Boucle and other” peaks of the main themes have been identified. The results of the analysis according to the thermal facilities providing health services in Turkey of 5 stars complaints against at least in the Mediterranean region, mainly in the Aegean region has been determined to be.

For the purpose and scope of this study, the complaints-based comments made on Tripadvisor for accommodation establishments offering 5-star health tourism services operating in five regions of Turkey were examined. A result of the review, the findings of most complaints in the Aegean region, operating 5-star accommodation establishments to, at least, of the complaint to the accommodation establishments in the Mediterranean region has been found. It seems that customers are focusing more on complaints about “the food served at the establishments, the staff, the cleanliness,

the technique, the overcrowding of the hotel". It has been determined that the least concentrated complaint topics are "structure, curls and effectiveness".

In line with the purpose of the study, some suggestions were presented for accommodation establishments providing health tourism services in accordance with the complaint-based comments examined. These recommendations are aimed at complaints that customers are most focused on, and the staff is at the very beginning of these complaints. Customers complain that the staff of the accommodation establishments they go to are rude, that they are indifferent to the guests who come to the hotel, that there are not enough staff in the hotel, that the staff do not have enough qualifications and that they do not provide enough information to the customer. In this context, in order for businesses not to repeat these complaints, business managers should provide trainings on providing diction, communication and customer satisfaction to employees. In addition, by having more staff in the business, guests should be able to respond to their requests faster and fulfill their requests diligently.

The second most complained-about issue is cleanliness. Customers complain that the rooms of the accommodation establishments they go to are not clean, the thermal pools are not clean, and the public areas and restaurants are not clean. Cleanliness is one of the most important issues for human health. For this reason, businesses should pay more attention to hotel rooms, thermal pools, public areas and restaurants in terms of cleanliness. In particular, the cleanliness of thermal pools is the area that should be given the most importance in terms of people not getting infected. Jul, the most important thing is that thermal pools should be clean.

Thirdly, the most complained-about topic is food. Customers complain that the dishes offered in the accommodation establishments they go to are tasteless, the variety is small, the food is stale, they run out immediately, it smells bad and they are broken. In this regard, it is recommended that enterprises be more attentive to the fact that the dishes they offer are fresher, their taste is improved, and their diversity is increased

Fourth, the most complained about issue is the technique. Customers complain that the accommodation establishments they go to are technically defective, the rooms are cold and hot, the hotel is cold in general, there is no hot water and the thermal pools are cold even though they should be hot. In this sense, enterprises should take care that the temperature of the rooms and incoming areas of the hotel is at the desired level, taking into account seasonal reasons, and the temperature and cold levels are at the desired level. In particular, they should pay attention to the fact that thermal pools retain the necessary heat from the point of view of people's health. In addition, when moving from thermal pools to rooms, it is necessary to maintain the necessary temperature so that guests do not get cold. Before the guest enters the room, the equipment in the room should be checked, if there are any problems, they were detected and no attention was paid to fixing the malfunction. Finally, it is necessary to correct the shortcomings of the hotel building for the guests, such as its external appearance, sound insulation and thermal insulation.

Finally, the issue that receives the most complaints is the price of food and drinks, which is also called the other. Customers complain about the overcrowding of the accommodation establishments they go to and the prices of drinks that should be free. Due to the fact that the Covid-19 pandemic process is still ongoing, complaints are increasing about the overcrowding of hotels and non-compliance with the rules. In addition, there are also complaints about people being intertwined and not wearing masks while waiting for a food queue in restaurants. In this regard, it is recommended that enterprises take measures on increased compliance with the rules of cleanliness, masks and distance, taking into account the Covid-19 pandemic process further. In order for people of all ages to use the thermal

pools, it is necessary to diversify the pools and take care that the areas are also wider. As for beverage prices, businesses can also ensure that guests consume more beverages by giving more reasonable prices.