

JOBS

İşletme Bilimi Dergisi
2019
Cilt:7 Sayı:2



Sakarya Üniversitesi / Sakarya University
İşletme Fakültesi / Sakarya Business School

i

Cilt/Volume : 7
Sayı/Issue : 2
Yıl/Year : 2019

ISSN: 2148-0737
DOI: 10.22139/jobs

İNDEKS BİLGİLERİ/ INDEXING INFORMATION



Kurucu Sahip/Founder

Prof. Dr. Gültekin YILDIZ

İmtiyaz Sahibi / Owner

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ

Editör / Editor

Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT

Editör Yardımcıları / Assoc. Editors

Prof. Dr. Mustafa Cahit UNGAN

Mizanpaj Editörü / Layout Editor

Arş. Gör. Özgün ÜNAL

Danışma Kurulu/Advisory Board

| | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Bülent SEZEN | Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü |
| Prof. Dr. Dilaver TENGİLİMOĞLU | Atılım Üniversitesi |
| Prof. Dr. Erman COŞKUN | İzmir Bakırçay Üniversitesi |
| Prof. Dr. Kadir ARDIÇ | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mehmet BARCA | Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi |
| Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ | İstanbul Şehir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Orhan BATMAN | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Recai COŞKUN | İzmir Bakırçay Üniversitesi |
| Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Selahattin KARABINAR | İstanbul Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sıdıka KAYA | Hacettepe Üniversitesi |
| Prof. Dr. Şevki ÖZGENER | Nevşehir Üniversitesi |
| Prof. Dr. Türker BAŞ | Galatasaray Üniversitesi |
| Doç. Dr. Surendranath Rakesh JORY | Southampton Üniversitesi |

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Kadir ARDIÇ
Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT
Doç. Dr. Mustafa Cahid ÜNĞAN

Sekreteryaya / Secreteria

Arş. Gör. Özgün ÜNAL
Arş. Gör. Mustafa AMARAT
Arş. Gör. Ayhan DURMUŞ

iv

Dergimize yayınlanmak üzere gönderilen makalelerin yazımında etik ilkelere uyulduğu ve yazarların ilgili etik kurulundan gerekli yasal onayları aldığı varsayılmaktadır. Bu konuda sorumluluk tamamen yazarlara aittir. İşletme Bilimi Dergisi'nde yer alan makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

It is assumed that the articles submitted for publication in our journal are written in ethical principles and the authors have obtained the necessary legal approvals from the relevant ethics committee. The responsibility of this matter belongs to the authors. Scientific responsibility for the articles belongs to the authors themselves. Published articles could be cited in other publications provided that full reference is given.

İşletme Bilimi Dergisi; www.dergipark.gov.tr/jobs Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi jobs@sakarya.edu.tr Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan/SAKARYA

Bu Sayıda Katkıda Bulunan Hakemler *Reviewers List of This Issue*

İşletme Bilimi Dergisi
2019
Cilt:7 Sayı:2

| | |
|----------------------------------|--|
| Prof. Dr. Abdullah Naralan | Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mehmet Adak | İstanbul Üniversitesi |
| Prof. Dr. Selahattin Karabınar | İstanbul Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sima Nart | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ali Taş | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Bora Yıldız | İstanbul Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ece Armağan | Adnan Menderes Üniversitesi |
| Doç. Dr. Hakan Tunahan | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mehmet Han Ergüven | Kırklareli Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ümit Alnaçık | Kocaeli Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Kar | Kırıkkale Üniversitesi |
| Doç. Dr. Bora Yenihan | Kırklareli Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Emrah Özsoy | Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Esra Dil | Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ebru Özlem Bilgin | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Fatih Şantaş | Bozok Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Gökçe Cerev | Fırat Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Osman Uslu | Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Pınar Memiş Sağır | Sakarya Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Dr. Aykut Yılmaz | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |
| Öğr. Gör. Dr. Gökhan GÜRLER | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |

Değerli Bilim İnsanları,

Anadolu'da yeniden dirilişimizin yıl dönümü olan 30 Ağustos Zafer Bayramında İşletme Bilimi Dergisi'nin 2019 yılı ikinci sayısını (Cilt 7, Sayı 2) yayınlamanın mutluluğu içerisindeyiz. Bu sayımızda işletme biliminin farklı disiplinlerden araştırmacıların yazdığı 9 makaleye bulunmaktadır.

Bu sayının ilk çalışmasında Mahmut HIZIROĞLU ve Elif AKKAYA "Küresel Zihniyet ve Ar-Ge Yoğun Kobi'lerin Uluslararasılaşması: Türkiye Biyoteknoloji Sektörü Örneği" başlıklı çalışmalarında Ar-Ge yoğun KOBİ'lerinin uluslararasılaşması üzerine küresel zihniyetin nasıl bir rol oynadığını tartışmaktadırlar. Çalışmada Ar-Ge yoğun KOBİ'lerin küresel zihniyete sahip olup olmadıkları, küresel zihniyete sahip olanların daha çok hangi özellikleri taşıdıkları, hangi unsurların Ar-Ge yoğun Türk KOBİ'lerinde küresel zihniyeti etkilediği ve küresel zihniyete sahip Ar-Ge yoğun KOBİ'lerin uluslararasılaşma mekanizmalarının neler olduğu araştırılmıştır.

"Mağaza Atmosferinin Mağazaya Yönelik Duygusal Yakınlık, Müşteri Memnuniyeti ve Tavsiye Etme Davranışı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Giyim Sektörü Örneği" başlıklı ikinci çalışmada, Osman EMİNLER, Remzi ALTUNIŞIK ve Ersin ESKİLER, mağaza atmosferi, mağazaya duygusal yakınlık, müşteri memnuniyeti ve tavsiye etme davranışları arasındaki ilişkiyi nedensel bir model geliştirerek tartışmaktadırlar.

Üçüncü çalışmada Sinan ESEN, Işıl AYAS ve Baldauryen IDAN "Dahilde İşleme Rejiminde Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri" çalışmalarında Dahilde İşleme Rejimi'nin (DİR) işleyişinde karşılaşılan sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin neler olduğunu araştırmaktadırlar.

Dördüncü çalışmada Merve VURAL ve Aykut Hamit TURAN, Yönetim Bilişim Sistemleri alanında başarılı mezunların tanımlanabilmesi için işletmeler tarafından işe alım sürecinde aranan yetkinlikler belirlenerek, bölüm profillerinin ve eğitim programlarının sektörle uyumlu hale gelmesi, bu alandan mezun olan bireylerin istihdam olanaklarına katkı sağlanması için yapılması gerekenleri ortaya koymaktadır.

Beşinci çalışmada Erşan ÇAKIR ve Özgür UĞURLUOĞLU "Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Sessizlik, Sessizliğin Nedenleri ve Sonuçlarına İlişkin Görüşleri" başlıklı çalışmalarında sağlık çalışanlarının sessiz kaldığı konuların neler olduğunu, sessizleşme nedenlerini ve sessizleşmenin sağlık çalışanları açısından algılanan sonuçlarının neler olduğunu ortaya koymaktadır.

Sendika Temsilcilerinin Liderlik Tutum ve Davranışlarının Sendikal Bağlılık Üzerine Etkisi: Sakarya İli Örneği başlıklı çalışmada Hilal KİŞİOĞLU ve Tuncay YILMAZ, Sakarya kamu eğitim kurumlarında, iş yeri sendika

temsilcilerinin liderlik davranış özelliklerinin üyelerin sendikal bağlılıkları üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır.

Sevinç ASLAN ve Nurperihan TOSUN ve Sümeyye ARSLAN KURTULUŞ "Çocuk Dostu Oteller İle İlgili Şikâyetlere Yönelik Bir İçerik Analizi" başlıklı çalışmalarında ailelerin çocuklarıyla birlikte kalabilecekleri otellerin niteliklerini belirlemeyi hedeflemektedirler.

Yatırım Projeleri Değerlendirme Yöntemlerinden Net Bugünkü Değer Yöntemi ve İç Verim Oranı Yönteminin Karşılaştırılması başlıklı çalışmada Begüm ÖKTEM, iki proje örneği üzerinde yatırım projelerini net bu günkü değer ve iç verim oranı yöntemi ile değerlendirmektedir.

Elif TECEREN, "Türkiye'de Kadın Konusu Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik İncelemesi (2008-2018)" başlıklı çalışmada, Türkiye'de sosyal bilimler alanında "kadın" konusunda yazılmış YÖK tez veri tabanında yer alan erişime açık 2008-2018 yılları arasındaki 738 adet lisansüstü tez, bibliyometrik özellikleri açısından incelemiştir.

Dergimiz bu sayısında da işletmeciliğin farklı disiplinlerinde değerli bilim insanlarının kıymetli çalışmalarıyla zengin bir içerikle hazırlanmıştır. Dergi politikası olarak bundan sonraki sayılarımızda da işletme bilimine dayalı farklı disiplinlerden gelen çalışmaları yayınlamaya özen göstereceğiz. Bu sayımızda göndermiş oldukları makaleler ile dergimize katkı sağlayan tüm yazarlarımıza, dergimize gönderilen makalelerin değerlendirilmesi için kıymetli vakitlerini ayıran saygıdeğer hakemlerimize ve makalelerin dergide yayınlanmaya hazır hale gelmesi için yoğun bir gayret gösteren editör kurulumuz ve dergi sekretaryamıza teşekkürü borç bilirim. Dergimizin okurlarımız ve bilim insanlarına faydalı olması dileklerimizle sonraki sayılarımızda işletmeciliğin güncel çalışmalarını bilim dünyasının hizmetine sunmak için siz değerli bilim insanları ve araştırmacıların katkılarını bekliyoruz.

Saygılarımızla...

Doç. Dr. Mahmut AKBOLAT

Editör

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Yıl (Year) 2019 Cilt (Vol.) 7 Sayı (No) 2

Araştırma Makaleleri/Research Articles

- Küresel Zihniyet Ve Ar-Ge Yoğun Kobi'lerin Uluslararasılaşması: Türkiye Biyoteknoloji Sektörü Örneği**
Global Mindsets And Internationalization Of R&D Intensive SMEs: A Multiple Case Study From Turkey 275-312
Doç. Dr. Mahmut HIZIROĞLU, Elif AKKAYA
-
- Mağaza Atmosferinin Mağazaya Yönelik Duygusal Yakınlık, Müşteri Memnuniyeti Ve Tavsiye Etme Davranışı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Giyim Sektörü Örneği**
A Study On The Effects Of Store Atmosphere On Store Affect, Customer Satisfaction And Customers' Recommendation Behavior: The Case Of Clothing Industry 1313-330
Osman EMİNLER, Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK, Dr. Öğr. Üyesi Ersin ESKİLER
-
- Dahilde İşleme Rejiminde Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri**
Inward Processing Regime: Challenges And Proposed Solutions 331-355
Doç. Dr. Sinan ESEN, Dr. Öğr. Üye. Işıl AYAS, Baldauryen IDAN
-
- Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Mezunlarının Sahip Olması Gereken Bilgi, Beceri Ve Yetkinlikler**
Knowledge, Skills And Competencies That Must Have Of The Graduates Of Management Information Systems 357-388
Arş. Gör. Merve Vural, Prof. Dr. Aykut Hamit Turan
-
- Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Sessizlik, Sessizliğin Nedenleri Ve Sonuçlarına İlişkin Görüşleri**
Opinions of Healthcare Employees About Organizational Silence, Reasons And Sequences Of Silence 389-423
Uzm. Erşan ÇAKIR, Doç. Dr. Özgür UĞURLUOĞLU
-
- Sendika Temsilcilerinin Liderlik Tutum Ve Davranışlarının Sendikal Bağlılık Üzerine Etkisi: Sakarya İli Örneği**
The Effect Of Leadership Attitudes And Behaviors On Trade Union Commitment Sample Of Sakarya Province 425-449
Hilal KİŞİOĞLU, Doç. Dr. Tuncay YILMAZ
-
- Çocuk Dostu Oteller İle İlgili Şikâyetlere Yönelik Bir İçerik Analizi**
A Content Analysis For Complaints Related To Child - Friendly Hotels 451-475
Arş.Gör. Dr. Sevinç ASLAN, Dr. Öğr. Üyesi Nurperihan TOSUN, Arş.Gör.Dr. Sümeyye ARSLAN KURTULUŞ

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Yıl (Year) 2019 Cilt (Vol.) 7 Sayı (No) 2

İşletme Bilimi Dergisi

2019

Cilt:7 Sayı:2

Yatırım Projeleri Değerlendirme Yöntemlerinden Net Bugünkü Değer Yöntemi Ve İç Verim Oranı Yönteminin Karşılaştırılması
Comparison Of The Net Present Value Method And Internal Rate Of Return Method Of Evaluation Methods Of Investment Projects 477-497

Arş. Gör. Dr. Begüm ÖKTEM

Türkiye’de Kadın Konusu Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik İncelemesi (2008-2018)
A Bibliometric Analysis Of The Graduate Theses Written On Woman Title In Turkey (2008-2018) 499-530

Elif TECEREN

ÇOCUK DOSTU OTELLER İLE İLGİLİ ŞİKÂyetLERE YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ¹

Çocuk Dostu
Otel İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi
451

Arş.Gör. Dr. Sevinç ASLAN

*İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
goktepe@istanbul.edu.tr*

ORCID ID: 0000-0002-0856-0278

Dr. Öğr. Üyesi Nurperihan TOSUN

*Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
nkarabulut@cumhuriyet.edu.tr*

ORCID ID:0000-0001-6548-3099

Arş.Gör.Dr. Sümeyye ARSLAN KURTULUŞ

*İstanbul Medeniyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü
sumeyye.kurtulus@medeniyet.edu.tr*

ORCID ID: 0000-0003-4782-5061

ÖZ

Amaç: Ebeveynler tatillerini planlarken, konaklayacakları otel işletmesinin hem kendileri, hem de çocukları için uygun bir tesis olmasına dikkat etmektedirler. TÜİK 2017 verilerine göre Türkiye’de toplam hane halkı içerisinde eş ve çocuklardan oluşan aile oranının % 43,5 olduğu düşünüldüğünde, çocuklu ailelerin turistik ürün satın alma kararlarının önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Yalnızca yerli turistler değil, yurt dışından gelen turistler de çocuklarıyla rahat tatil yapabilecekleri otel arayışına girmektedirler. Bu noktada “çocuk dostu otel” niteliği taşıyan tesisler, çocuklu ailelerin ilgisini çekmektedir. Bu tür tesisler, aileler tarafından çocuklarının rahat etmesi açısından öncelikli olarak tercih edilebilmektedir. Seyahat eden çocuklu ailelerin sayısı ve talepleri arttığandan; çocuklar için çeşitli imkan ve faaliyetleri barındıran, aileler için uygun oda, yeme içme gibi olanakları sunabilen oteller olarak tanımlanan çocuk dostu otellere ilişkin araştırmalar yapmak önem kazanmıştır. Çocuk dostu otel olma niteliğinin tam olarak yerine getirilmesi bu açıdan önemlidir. Ancak bu otellere de bir takım şikâyetler geldiği gözlemlenmektedir. Bu çalışma ile bu şikâyetlerin

1 Bu makalenin özeti I.Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi’nde sözlü bildiri şeklinde sunulmuştur.

Makale Geliş Tarihi/Received for Publication : 06/12/2018

Revizyon Tarihi/ 1th Revision Received : 22/05/2019

Kabul Tarihi/Accepted : 26/08/2019

belirlenmesi ve kategorileştirilmesi yoluyla, bu alanda hizmet veren işletmeler için yol gösterici olmak amaçlanmaktadır.

Yöntem: Bu çalışmada, 2018 yılı Nisan ayına kadar Türkiye’de ultra her şey dahil çocuk dostu otellerden hizmet alan ve çok bilinen bir web sitesine yorum bırakan müşterilerin bu otellere ilişkin bütün yorumları içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışma nitel özellikte olup, web sitesindeki şikâyetlerden meydana gelmektedir. İlgili stedeki yorumların tamamı incelenerek en çok tekrarlanan kelimeler üzerinden kategorizasyon yapılmıştır.

Bulgular: Araştırma sonucunda şikâyetler: genel temizlik; sağlık; çocuklara yönelik hizmetler; otelle ilgili genel sıkıntılar; çalışanlar ve davranışlarına ilişkin şikâyetler olarak 5’e ayrılmıştır. En çok tekrarlanan kelimeler ise sırayla “Havuz, Yemek, Kötü, Temiz ve Para”dır.

Sonuç: Ailelerin bu otelleri çocuklarının rahat etmesini sağlamak amacıyla seçtikleri yapılan yorumlardan anlaşabilmektedir. Otellerin bu tür bir konsepte sahip olması ailelerin beklentisini yükseltmekte dolayısıyla şikâyet oranını artırmaktadır. Özellikle hijyen, temizlik, sağlık gibi konularda çokça şikâyet görmek mümkündür. Otel yönetimlerinin bu şikâyetleri değerlendirerek çözüm bulması, çocuklu aileler tarafından daha fazla tercih edilmelerini sağlayacaktır.

Anahtar Sözcükler: Çocuk Dostu Oteller, Şikâyet, Turizm, Pazarlama

A CONTENT ANALYSIS FOR COMPLAINTS RELATED TO CHILD - FRIENDLY HOTELS

ABSTRACT

Aim: The parents are paying attention to the fact that the hotel is a convenient facility for both themselves and their children when planning their vacations. Considering that families with children rate 43,5 % of total households in Turkey according to TSI, 2017 data, the importance of the tourism product purchase decisions of families with children would be better understood. Not only domestic tourists, but tourists from abroad are also looking for a hotel where they can have a comfortable holiday with their children. At this point, facilities that are “child-friendly hotels” attract the attention of families with children. Such facilities can be preferentially preferred by families for their children's comfort. Since the number and demands of families with children are increased, it is important to make researches on child-friendly hotels, which are defined as hotels that offer

various facilities and activities for children, suitable rooms for families, facilities for eating and drinking. In this context, it is important to fulfill the nature of being child-friendliness. However, it was observed that there are some complaints about these hotels. The aim of this study is to investigate the complaints about child-friendly hotels by content analysis. With this study, it is aimed to be a guide for the businesses serving in this field through the identification and categorization of these complaints.

Method: In this study, content analysis was conducted on all reviews, related to these hotels, of the customers, who got service from ultra-all-inclusive child-friendly hotels and commented on a well-known website. The study is qualitative and consists of complaints on the website. All of the comments were reviewed and categorized through the most repetitive words.

Findings: As a result of the research, complaints are divided into 5 categories which are: general cleanliness; health; services for children; general complaints about the hotel; complaints about employees and their behavior. The most frequently repeated words are, "Pool, Food, Bad, Clean and Money".

Results: It can be understood from the reviews that families choose these hotels in order to ensure their children's comfort. The fact that the hotels have such a concept increases the expectation of families and the complaint rate. It is a possibility to observe so many complaints, especially on hygiene, cleanliness, and health. If the hotel management evaluates these complaints and finds solutions, they will be more preferred by families with children.

Keywords: Child - Friendly Hotels, Complaint, Tourism, Marketing.

I. GİRİŞ

Turistik satın alma faaliyetlerinin büyük kısmının aileler tarafından gerçekleştirilmesi, pazarlamada aileyi ön plana çıkarmaktadır. Aile hem bireysel olarak hem de bir bütün olarak karar almaktadır (Aymankuy ve Ceylan, 2013). Türkiye’de toplam hane halkı içerisinde eş ve çocuklardan oluşan aile oranının % 43,5 (TUIK, 2017) olduğu düşünüldüğünde, çocuklu ailelerin turistik ürün satın alma kararlarının önemi daha fazla anlaşılabilir. Ailelerin satın alma kararlarında çocukların etkisinin özellikle turizm ve seyahat endüstrisinde giderek daha önemli hale gelmesi, turistik mal ve hizmetlerin ailelerin gereksinimlerini karşılayacak şekilde üretilmesini zorunlu kılmaktadır (Emir ve Pekyaman, 2010). Bu zorunluluk, turizm endüstrisinde çocuklar için pazarlama uygulamalarını benimsemek adına birçok işletmeyi teşvik etmektedir. Bu işletmelerin içinde oteller turizm sektöründeki diğer kuruluşlar gibi, pazarlama çalışmalarına uygun olarak çocuklara yönelik ürün ve hizmetlerini çeşitlendirmeye

başlamışlardır (Özel, 2015). Tatil kararında çocukların da etkisi olduğu veya çocukların ihtiyaç ve isteklerinin de ebeveynleri tarafından dikkate alındığı düşünüldüğünde, ailelerin pazar bölümlerine ayrılması ihtiyacının ortaya çıkması kaçınılmazdır (Çakıcı ve İyitoğlu, 2011).

Çocuklu aileler hem kendilerinin hem de çocuklarının rahat edebilecekleri tatil mekanlarını tercih etmektedir. Bir işletmenin çocuklara yönelik hizmet vermesi konusunda iddialı olması, ailelerin beklentilerini yükseltmekte, dolayısıyla gördükleri sorunları çeşitli mecralardan paylaşma konusunda hevesli olmalarına neden olmaktadır. Bu çalışmada, çocuk dostu otel konseptini tercih eden ailelerin şikâyetleri incelenmiş ve en çok hangi unsurlar üzerinde durdukları ortaya konulmuştur.

II. Kavramsal Çerçeve

2.1. Çocuklu Ailelerin Tatil Kararını Belirleyen Unsurlar

Farklı turist tiplerinin farklı seçim nitelikleri bulunmaktadır. Bu niteliklerin önemi, spesifik olarak seçim bağlamından etkilenmektedir. Seçim bağlamında, seyahatin katılım büyüklüğü (tek başına veya aile) ve otelin konumu (şehir merkezi veya tatil beldesi gibi) otel seçimi için tercih edilen özellikleri etkileyebilir (Kim ve Park, 2017). Çocuklarıyla seyahat eden turistler, çift veya bekâr olarak seyahat edenlere kıyasla bir otelden farklı beklentiler gösterebilirler (Yavas ve Babakus, 2005).

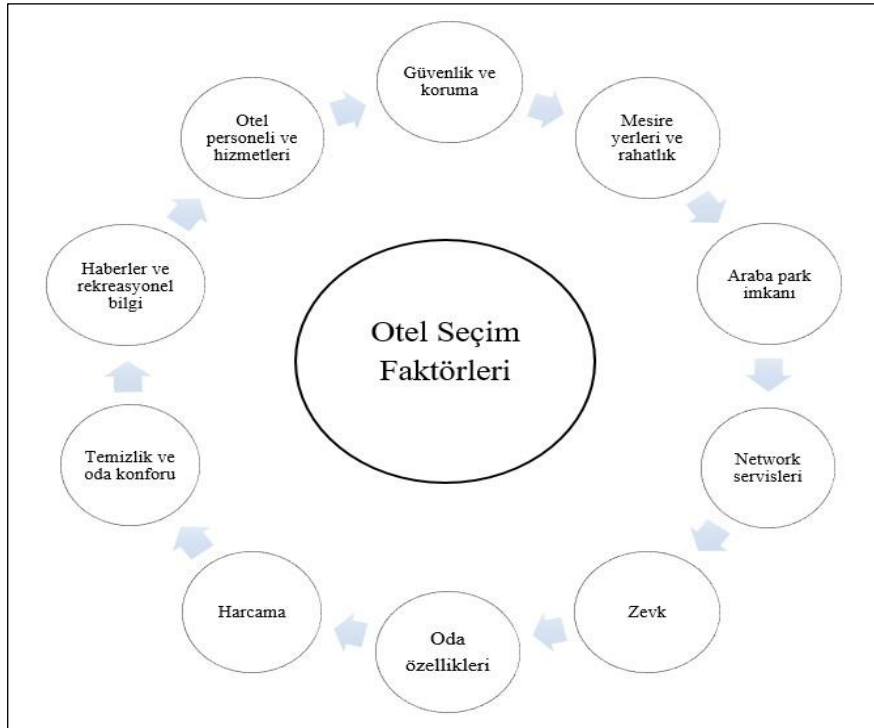
Ailelerin tatil süreci ile ilgili yapılan çalışmalarda, genel olarak karar alma süreçleri ve aile bireylerinin bu süreç içindeki rolü üzerine odaklanılmıştır. Ailelerin tatil kararında üç yol izlediği görülmektedir. Bunlar kocanın baskın olduğu; hanımın baskın olduğu ve ortak olarak verilen kararlar olarak belirtilebilir. Bunun yanı sıra karar alma biçimleri aile durumsal dinamiği ve tatil türüne göre değişmektedir. Çocukların, eşlerin ve geçmiş karar deneyimlerinin, aile karar verme ve memnuniyetine etki ettiği söylenebilir (Lehto vd., 2009). Aile tatil pazarının büyüdüğünü ve çocukların satın alma kararları üzerindeki etkisinin giderek güçlendiğini gösteren yeterli miktarda veri bulunmaktadır (Nickerson ve Jurowski, 2001).

Turizm genellikle bireylerin diğer kültürlere ve sosyal gerçeklere maruz kalması vasıtasıyla öğrenmeye istekli olmasına dayanırken; bu durum çocukların seyahat deneyimleri için geçerli olmamaktadır. Çocuklar genellikle iradelerinin dışında ailelerinin bir parçası olarak hareket etmektedirler (Poria ve Timothy, 2014). Bu noktada çocuklar ailelerine etki edebilmektedirler. Çocuklar, ebeveynleri kadar rasyonel düşünmemekte dolayısıyla finansal, sosyal ve fiziksel birçok durumu dikkate almadan tatil

konusunda ısrarcı olabilmekte ve ailesini etkileyebilmektedir (Çakıcı ve İyitoğlu, 2011). Çocuklu aileler, diğer bireylere göre daha farklı beklenti ve isteklere sahip olabilmektedirler. Aileler kendi istek ve ihtiyaçlarından önce çocuklarının isteklerini göz önünde bulundururlar. Bununla birlikte daha fazla sorumluluk alarak tatile çıkmaktadırlar. Çocuklar yabancılaşma hissedebilir, her yemeği beğenmeyebilir veya eğlence isteyebilirler. Bu istek ve ihtiyaçlara yönelik unsurların yerine getirilmesi aileler için önemlidir (Emir ve Pekyaman, 2010). Cullingford (1995)'e göre aileler diğer çocukların da varlığı olmak üzere, çocuklarını mutlu edebilecek tüm imkânları göz önüne almaktadırlar. Kısaca ailelerin asıl endişesi çocuklarının rahatça konaklayabilecekleri bir mekân bulmaktır.

2.2. Çocuk Dostu Otel Kavramı

Çocuk dostu otellerle ilgili çok fazla çalışma göze çarpmamaktadır. Bunun nedeni ise net bir tanımın olmamasıdır. Yapılan çalışmalar genellikle çocuklu ailelerin otel tercihlerini araştırmaya yöneliktir. Aşağıdaki şekilde ailelerin otel seçerken hangi unsurları dikkate aldığı görülebilmektedir.



Şekil 1.
Otel Seçim Faktörleri

Kaynak: Sohrabi vd., 2012: 102

**Çocuk Dostu
Otel İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

456

Khoo-Lattimore ve arkadaşları. (2015) yaptıkları çalışmada özellikle küçük çocukların, ebeveynlerinin konaklama tercihlerinde önemli bir rol oynadığını belirtmişlerdir. Yaptıkları çalışmanın sonucunda ailelerin konaklama tercihlerini etkileyen 5 boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar: seyahat mesafesi, etkileşim kalitesi, çocuk dostu olanaklar, güvenlik ve aile odaklı programlardır.

Çocuklu ailelerin istek ve ihtiyaçlarını karşılama adına “çocuk dostu otel” olarak adlandırılan bir konsept bulunmaktadır. Bununla birlikte aile dostu, aile oteli gibi kavramlar da kullanılmaktadır. Literatürde çocuk dostu otel kavramının tanımına ulaşmak oldukça zordur. Genel olarak genç pazara hitap etmek ve aile yoğunluğu olacak şekilde tasarlanmış, her yaş grubu için farklı oyun alanları, küçük çocuklar için özel havuzlar, çocuk kulübü, özel menüler ve hatta bebek bakımı olanaklarının bulunduğu tesisler olarak değerlendirilebilir (Obrador, 2012). Çocuklarıyla birlikte tatil yapan misafirlere yönelik oda seçenekleri, yeme-içme alternatifleri ve otel aktiviteleri gibi imkânları sağlayan oteller bu sınıfa girmektedir (ETS TUR, 2018). Başka bir ifade ile çocuk dostu otel, denetimli veya planlı aktivitelere sahip, eğlence mekanlarına yakın, daha büyük odaları olan ve çocuklar için özel menü gibi olanaklarla donatılmış tesisler olarak nitelendirmişlerdir (Lim vd., 2009). Kısaca çocuk dostu otel, çocuklar için çeşitli imkan ve faaliyetleri barındıran, aileler için uygun oda, yeme içme gibi olanakları sunabilen oteller olarak tanımlanabilir.

Çocuklu aileleri ağırlamak karmaşık bir yönetim anlayışı gerektirmektedir. Otel yöneticileri sadece fiziksel özellikler ve fonksiyonlara odaklanmakla kalmayıp, müşterilere unutulmaz ve keyifli deneyimler sağlamalıdır. Otel yöneticileri yeni bir otel ve/veya ürün geliştirdikçe, duygusal ve/veya duyusal özellikleri göz önünde bulundurarak, deneyimsel değer açısından ayırt edebilmelidirler (Kim ve Perdue, 2013). Bu noktada müşterileri ve ihtiyaçları bilmek ve bu ihtiyaçlardan hangisine cevap verilebileceğini kestirmek işletme açısından önem taşımaktadır. Bu, işletmeye pazarını genişletme açısından segmentasyon yapmasını sağlayabilir. Örneğin otelciler çocukların ebeveynlerinin odasında ücret ödemedi kalmasını sağlayarak ya da restoranda çocuk menüsü hizmeti vererek ailelere hitap edebilir (Nicholls ve Roslow, 1989). Bu konuda yurt dışında farklı örnekler görmek mümkündür. Örneğin Hyatt otelleri özel olarak aile turistlerini hedef alan “Club Hyatt Program” uygulaması yapmaktadır. Yine, Radisson, Holiday Inn, Four Seasons gibi büyük oteller çocuklara yönelik olarak pazarlama programları oluşturmaktadır. Hilton benzer şekilde aile pazarına girerek, tüm çocuklara öğle yemeği veya atıştırmalıkların bulunduğu yalıtımlı, bölmeli yanında file içecek tutucusu

olan bir kanvas çanta ve yolda çocukların eğlenebileceği, çeşitli hediyeleri içinde bulunduran ekstra bir paket vermektedir (Lehto vd., 2009).

2.3. Şikâyet Yönetimi

Tüketiciler tarafından, belirli bir ihtiyacı gidermek amacıyla satın alınan ürünün beklentileri karşılaması hedeflenmektedir. Beklentilerinin karşılanmadığı bir durumla karşılaşıldığında ise memnuniyetsizlik ortaya çıkmaktadır. Şikâyet bu memnuniyetsizliklerin farklı kanallar aracılığıyla ortaya konması durumudur (Argan, 2014).

Aileler için çocuklarının kaldıkları otelden memnun olduğunu görmek önemlidir. Zira çocuk dostu otel konseptini çocukları için tercih etmektedirler. Bu anlamda beklentileri karşılanmadığında memnun olmamakta ve şikâyet edebilmektedirler. Şikâyet yönetimi, müşteri memnuniyetsizliğinin çeşitli nedenlerini belirlemek ve düzeltmek amacıyla bilginin yaygınlaştırılması ve iletilmesi işlemidir. Kurumun güvenilirliğine müşteri güvenini geri kazandırmak için şirketlerin önceki hatalarını gidermek ve bunlardan öğrenmek için kullandıkları stratejileri tanımlamaktadır (Hart vd., 1990). Dolayısıyla, müşteri şikâyetlerinden elde edilen bilgiler, ürün kalitesi ve hizmet sunma sistemindeki zayıflıkları düzeltmek ve öğrenmek için kullanılabilirliği için kalite yönetimi süreci için büyük önem taşır (Filip, 2012).

Etkili hizmet geliştirme stratejilerinin tasarımında, memnuniyetsizliğin potansiyel kaynaklarını ve müşterilerin olumsuz durumlara tepkilerinin belirlenmesi gerekmektedir (Lovelock ve Wirtz, 2004). Bütün bu istenmeyen durumlara karşı işletmelerin süreklilikleri açısından uzun vadeli sadık müşterilere sahip olmaları ve müşteri memnuniyeti yaratmalarına bu doğrultuda memnuniyetsizliklerini ileten müşterilerinin şikâyetlerini etkin bir şekilde çözümlemelerine bağlıdır.

Müşteriler şikâyetlerini çoğunlukla yöneticilere ya da ilgili kişilere ileterek çözüm arama yoluna girerler. Ancak cevap alamadıklarında bu durumu çeşitli kanallar vasıtasıyla iletirler. Yakın arkadaş ve ailelerine söyleyerek o oteli tercih etmelerini etkileyebilirken; internet siteleri üzerinden çok daha büyük kitlelere ulaşabilirler (Sparks ve Browning, 2010). Bu da işletme hakkında olumsuz bir ağızdan ağıza pazarlama anlamına gelebilir ve işletme bu nedenle itibar kaybedebilir (Özcan, 2010).

İnternet siteleri üzerinden yapılan yorumlar bu açıdan otel yöneticileri için önem taşımaktadır. Zira memnun müşterilerden çok memnun olmayan müşteriler yorum yapmayı tercih ederler. Bu da işletme

imajının zedelenmesine neden olabilmektedir. Bu durum ise başka memnun olmayan müşteriler yaratabilir (Zheng vd., 2009). Bu noktada oteller şikâyetleri dikkate alarak bir takım önlemler alabilir. Bazı durumlarda bir özür bile durumu çözmeye yetebilecektir (Goodwin ve Ross, 1990).

III. Yöntem

Çocuk dostu aile otellerinin yeni bir konsept olması, hitap ettiği pazarın istek ve ihtiyaçlarının karşılanması adına işletmelerin daha dikkatli olmasını gerektirmektedir. Çocuklu aileler tarafından özellikle bu otellerin seçiliyor olması beklenti düzeyini artırmaktadır. Ailelerin memnuniyetsizliği çevrelerini ve dolayısıyla başka çocuklu ailelerin satın alma davranışlarını etkileyebileceğinden, bu memnuniyetsizliğin giderilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, bu tür otellere yönelik şikâyetlerin değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Otellere yönelik şikâyetleri ele alan çeşitli çalışmalara rastlamak mümkündür (Manickas ve Shea, 1997; Min vd., 2002; Yavas vd., 2004; Changuk ve Hu, 2004; Karatepe, 2006; Sparks ve Browning, 2010; Vásquez, 2011). Bu çalışmada, "çocuk dostu otel" olarak görülen, ultra her şey dâhil otellere yönelik şikâyetler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Otellerin listesi çok bilinen bir tatil websitesinden alınmıştır. Aynı şekilde şikâyetler de yine çok bilinen bir şikâyet sitesinde bu tür otel konseptini tercih eden bireylerin yorumlarından elde edilmiştir. 2018 Nisan ayına kadar yapılan bütün yorumlar değerlendirilmiştir. Otellerin listesinin alındığı websitesine göre Türkiye'de toplam 45 adet ultra her şey dâhil otel bulunmaktadır. Bu otellerin bazıları zincir otel olduklarından websitesinde tek bir başlık altında toplanmıştır. Listede bulunan bazı oteller ise hiç şikâyet almamıştır. Nihayetinde 17 otel analize dâhil olmuştur. Şikâyetler kendi arasında frekansa göre kategorilere ayrılarak değerlendirilmiştir. Otellere gelen şikâyetler, "çocuk", "aile", "hijyen" gibi kelimelerle sınırlandırılarak değerlendirilmiştir. Toplamda 152 adet şikâyet analize dâhil edilmiştir.

Tablo 1.
Otelere Gelen Şikâyet Sayısı

| OTELLER | ŞİKÂYET SAYISI |
|---------|----------------|
| O1 | 46 |
| O2 | 3 |
| O3 | 5 |
| O4 | 16 |
| O5 | 12 |
| O6 | 3 |
| O7 | 3 |
| O8 | 3 |
| O9 | 18 |
| O10 | 7 |
| O11 | 1 |
| O12 | 1 |
| O13 | 10 |
| O14 | 2 |
| O15 | 5 |
| O16 | 1 |
| O17 | 16 |
| TOP: 17 | TOP: 152 |

IV. Bulgular

Analiz sonucunda bazı kelimelerin çok fazla tekrar ettiği tespit edilmiştir. Öncelikle 152 şikâyetten 31’inde “çocuk dostu otel” ibaresi geçmektedir. Şikâyetlerin içeriğine bakıldığında ailelerin “çocuk dostu otel” olduğu için buraya geldik şeklindeki ifadeleri göze çarpmaktadır.

“Otel bizi büyük hayal kırıklığına uğrattı. Eğer çocukluysanız bunları göz önüne alıp gelin. Kesinlikle çocuk dostu bir otel değil”.

“Tur şirketi bizi çocuk dostu otel olarak yönlendirdi ama kesinlikle çocuk ile gidilmemesi gereken bir otel. O kadar parayı hak etmiyor ne yazık ki. Sıfır aktivite, sıfır ilgi”.

Şikâyetlerin içeriği incelenerek tekrarlanan kelimeler belli kategoriler halinde toplanmıştır. Toplam 5 kategori ortaya çıkmıştır. Aşağıdaki tabloda kelimeler ve tekrarlanma sayıları görülebilmektedir.

Tablo 2.
Şikâyetlerin İçeriğinde Geçen Kelimelerin Frekansları

| Kategori 1 | | Kategori 2 | | Kategori 3 | | Kategori 4 | | Kategori 5 | |
|---|----|--------------|----|------------|-----|------------|----|-------------|----|
| Kelime | f | Kelime | f | Kelime | f | Kelime | F | Kelime | f |
| Kalite | 24 | Doktor | 41 | Havuz | 100 | Para | 50 | Müşteri il. | 17 |
| Hijyen | 18 | Kusma | 8 | Yemek | 89 | Ücret | 26 | Şikâyet | 31 |
| Temiz | 63 | Ateş | 38 | Gürültü | 5 | Yönetim | 10 | Hakaret | 5 |
| Eski | 10 | İshal | 12 | Mini kulüp | 13 | Güvenlik | 9 | Problem | 21 |
| Pis/Kirli | 46 | Enfeksiyon | 10 | Animasyon | 10 | Önlem | 5 | Küfür | 3 |
| Leke | 6 | Hastane | 36 | Eğlence | 6 | | | İlgisiz | 12 |
| Kötü | 64 | Virüs | 15 | Lezzet | 11 | | | Özen | 5 |
| Hayvan (Kedi, böcek, yılan, fare, kene, sinek) | 31 | El-ayak-ağız | 7 | | | | | Kaba | 3 |
| | | Hastalık | 26 | | | | | | |
| | | Mikrop | 9 | | | | | | |

f: Frekans

4.1. Genel Temizliğe İlişkin Şikâyetler (Kategori 1)

Otellerin genel temizliği ile ilgili şikâyetleri içeren kategori 1’de, şikâyetler içerisinde geçen kelimeler incelendiğinde en çok “pis/kirli” kelimeleri ile “temizlik” kelimesi dikkat çekmektedir. Şikâyetler otellerin kirli olduğu ve yeterince temizlik yapılmadığı yönünde yoğunlaşmaktadır. En çok kullanılan kelime ise “kötü” kelimesidir. Bireyler genel olarak yorumlarını netleştirmek amacıyla bu kelimeyi kullanmışlardır.

“Bu kadar pis servis, kirli ve lekeli çatal kaşıklar ve oda temizliği yok. (...) Havolular lekeli ve pis, odalar süpürülmüyor. Kalite sıfır, yapmıyorsanız kapatın, hizmet sektöründe böyle hizmet veren başka kurum görmedim”.

“Bu kadar kötü bir yerde kalacağımızı tahmin edemedim. Çocuğumun yatması için çekyat hazırladılar. Eşim 3 gün boyunca çekyatta yatmak zorunda kaldı. Hava çok sıcak olmasına rağmen kliması hep sabit çalışıyordu”.

Ayrıca hijyen, kalite, eski olması ve lekeli eşyalar olması gibi konularda da şikâyetler gelmiştir.

“Oda temizliği sadece çarşaf değiştirmek için yapılıyor, zemin temizliğini şikâyet etmek suretiyle ancak yaptırabildik. Havolular değişmiyor değiştirilmiş gibi katlanıp geri konuyor. Bebeğimin dökülen şurubunu sildiğim havluyu akşam duş esnasında aynen katlanmış olarak geri buldum. Otel tam bir hayal kırıklığı”.

Bunun yanı sıra yemeklerden böcek çıkması, yeterli ilaçlama yapılmaması, restoranlarda kedi dolaşması gibi içeriklere sahip şikâyetler söz konusudur.

“Temizlik ve hijyene hiç önem vermiyorlar. Bir bardak çay içelim dedik, bardağın kenarları kırılmış cam parçası damağıma battı”.

“Gittiğimiz alakart balık restoranında salatamızdan karafatma böceği çıktı canlı bir şekilde. Otel yetkililerine çektiğimiz videoyu izlettik, karafatmanın uçarak salataya girebileceğinden bahsettiler”.

4.2. Sağlığa İlişkin Şikâyetler (Kategori 2)

Kategori 2’de, sağlık ile ilgili kelimelerin yer aldığı şikâyetler bulunmaktadır. En çok dikkat çeken nokta ise çocukların hastalandığı durumlarda doktor olmadığını vurgulayan “doktor” kelimesidir. Ayrıca hastaneye ulaşımın sıkıntılı olduğu söylenmiştir.

“Arkadaşım rahatsızlandı bir doktor dahi yok. Acil servisin kapısı kilitli, içeride bir hemşire var uyuyor yapacak bir şeyim yok diyor, bir ağrı kesicileri bile yok, ama karşıda eczane var diyorlar”.

“Konakladığımız dönemde kızımın eli bahçede bir kedi tarafından ısırıldı ve akabinde resepsiyona başvurarak otelin doktoru tarafından gerekli bir müdahale ya da bilgilendirme için hakkımız olduğunu düşündüğüm sağlık hizmeti almayı talep ettik ama maalesef 5 yıldızlı otelde doktor olmadığımızı öğrendik”.

En çok geçen kelimelerden biri “hastalık” kelimesidir. Bunun yanı sıra çocukların çeşitli hastalıklara yakalandığını belirten “ateş”, “ishal”, “enfeksiyon”, “virüs”, “kusma” gibi kelimeler kullanılmıştır. Çocukların havuzdan el-ayak-ağız hastalığı kapıldığını belirten şikâyetler söz konusudur.

“Konaklamamızın 3. günü gece 3 yaşındaki kızım kuma ve ateş başladı. Ertesi sabah eşimde ve daha sonra bende de aynı şekilde ishal ve kusma başladı. Son akşam acilde enfeksiyon nedeni ile bana serum takıldı. Eşim çocuğumuzu bırakmadığı için hastaneye gidemedi. 2 gündür yemek yiyemedik”.

“Otelde kaldığımız süre içinde önce eşim sonra ben ve 1,5 yaşındaki kızım kusma, bulantı, ishal geçirdik. Ben ve kızım hastaneye kaldırıldık, serum yedik. Viral enfeksiyon dendi. Kızım coxsackie virüsüne (el-ayak-ağız) yakalandı. Kendimizi tatili bitirmeden eve zor attık. Kız kardeşimin 1 yaşındaki bebeğine de maalesef bulaştı şu an tedavi görüyor”.

4.3. Çocuklara Yönelik Hizmetlere İlişkin Şikâyetler (Kategori 3)

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

462

Kategori 3, çocuklara yönelik hizmetlerle ilgilidir. Havuz, yemek, animasyon, mini kulüp gibi kelimeler bu kategoride yer almaktadır. Burada da en çok dikkat çeken havuz güvenliği ve olanakları ile ilgili şikâyetlerdir. Ayrıca yemeklerin çocuklar, için yetersiz ve lezzetsiz olduğu konuları üzerinde durulmuştur.

“Yemekler her gün aynı, vasat, lezzetsiz, salatalar yeterli temizlenmemiş, sunum kötü, yemeklerin üzerinde sinekler uçuşuyordu. Şezlonglar yetersiz sayıda. Tatilimiz rezil oldu, kızım çok büyük hayal kırıklığı yaşadı”.

Animasyon ve mini kulüp ve diğer eğlence olanaklarının zayıf olduğu bu kategoride yer almaktadır.

“Mini kulüpte bir dünya abla olmasına rağmen o kadar ilgisizler ki çocuğumla kendim ilgileniyorum. Çocuklar için evet imkân var ama sandığımız gibi bir kalite yok. Hatta küçük bir çocuğun kolunu çekiştirdiklerini de gördüm mini kulüpte”.

“Animasyon sıfır, çalışanlar sürekli birbirlerine bağırıp çağırıyorlar! Sanki size diyorlar gibi oluyor”.

4.4. Otelle İlgili Genel Sıkıntılara İlişkin Şikâyetler (Kategori 4)

4. kategoride yer alan kelimeler otellerle ilgili genel sıkıntıları kapsamaktadır. Bu noktada çocuklara yönelik hizmetlerin (bebek bezi, mama vb.) ücretlerinin yüksek oluşu, bazı otellerde çocuk için ek ücret istenmesi şikâyetlere konu olmuştur. Bunun yanı sıra yönetimin zayıflığı, güvenlik ile sıkıntılar ve yeterli önlem alınmaması gibi unsurlar söz konusudur. Özellikle havuz güvenliği çocuklar açısından üst sıralarda gelmektedir.

“Bu kadar çok çocuğun olduğu bir yerde havuzların etrafında hiçbir şekilde güvenlik önlemi alınmamış olması. Çocuk kulübünün önünde eniştem çok ciddi bir kaza geçirdi zeminin kaygan olmasından dolayı”.

“Havuzlarda güvenlik sorunu var, kaydırdıktan kaymadan önce görevliye kayayım mı önce giden çıktı mı diye sordum, güvenli, kayabilirsiniz dediler ama tam kaydırak sonlanmışken, ben bir anne ve çocuğuna çarptım, boynum sakatlandı, çarpıştığımız kadının boynu sakatlandı. Bir başka çocuğun ayağına çocuk havuzunda cam battı, yaklaşık 10 cm yara ile kanlar içinde kaldı”.

Müşterilerin şikâyet ettiği diğer bir sıkıntı ise yöneticilerin davranışlarından ileri gelmektedir.

“Oyun alanındaki görevli 8 yaşındaki çocuğumu korkutup, küfürlü konuşmuş. Olaya şahit olan otel gece sorumlu müdürleri sessizce izleyip, otel

personeli olmadığı, taşeron firma çalışanı olduğu için müdahale edemediklerini belirtmiştir. Bu otelde taşeron firma çalışanları size ve ailenize hakaret edebilir, küfür edebilir ve yönetim buna sessiz kalır”.

“Başımıza gelenler karşısında otel yönetiminin ilgisiz ve umursamaz tutumundan bahsetmek istiyorum. Önce rutubet kokan bir odada kalmak zorunda kaldık. Ardından 2. gün eşim ve 20 aylık bebeğim gıda zehirlenmesi yaşadı. (...) Otelde yine hiçbir yetkili ilgilenmedi. Bizim beklentimiz sadece ilgi ve özürdü ama maalesef karşımızda bunu anlayabilecek düzeyde kimse yoktu. Anlayacağımız paramızla sefil olduk. Tatil burnumuzdan geldi”.

4.5. Çalışan ve Davranışlarına İlişkin Şikâyetler (Kategori 5)

5. kategoride ise çalışanlar ve davranışları ile ilgili şikâyetlerde en fazla geçen kelimeler yer almaktadır. En çok dikkat çeken “şikâyet” ve “problem” kelimeleridir. Problemlerin şikâyet etmek suretiyle personele veya yetkililere bildirildiği, fakat yeterli cevap verilmediği belirtilmiştir.

“Saat 18:00-19:00 arasında otelde yiyecek hiçbir şey bulmak mümkün değil, oğlum açktan ağladığı halde misafir ilişkileri dâhil hiç kimse bize yardımcı olmadı. Verilen yanıt 30 dk. sonra akşam yemeği başlayacak”.

“Şikâyetlerimi aşağı inip önce müşteri ilişkilerine sonra müdür yardımcısına ilettiğimde oda numaramı alıp, size kendimizi affettireceğiz denmesine rağmen dalga geçer gibi hiçbir şey yapılmadı. Bir daha aileme veya arkadaşlarıma bu oteli önermeyeceğim”.

“Çocuk yatağı diye koydukları çekyatın yanlarında koruma olmadığından dolayı hiç yatıramadım, düşecek diye yanıma alınca da eşimi çekyatta yatırmak zorunda kaldım. Bunu söyleyince kenar korumalıklarının diğer misafirler tarafından kullanıldığı ve olmadığı söylendi. Çözüm bulun dediğimde de, sandalyeyi ters çevirip yatağın kenarına koymalarına inanamadım, dehşete kapıldım. Defalarca şikâyet edip görüşmeme rağmen ne odayı değiştirdiler, ne de çözüm buldular”.

Bunun yanı sıra personelin hakaret, küfür etmesi, kaba, özensiz ve ilgisiz davranması diğer şikâyetlerdendir.

“Otel görevlilerin söylediği gibi bebek arabamızı kapının önüne koyduk. Kapımızın önünden izinsiz alındı tüm gün boyunca kullanıldı üstüne küfür yedik alıp giden kişilerden. Otel çalışanları bu durum karşısında olayın çözme aşamasında aynı ilgisiz ve lakayt tavırları sergiledi”.

“Ana havuzun yanındaki snack barda bir çalışan tarafından hakarete uğramamız, yumruklarını yapıp, yani dövebileceğini hesaplarsa kesin vuracak”.

V. SONUÇ ve TARTIŞMA

Çocuklu ailelerin satın alma karar süreçlerinde pek çok unsur önemli rol oynamaktadır. Çocukların faydalanabilecekleri çocuk oyun havuzu, animasyonlar, çocuk menüleri, çocuk oyun kulüpleri, tuvalet ihtiyacını karşılama konusunda eğitilmiş Mini Club personeli, aquapark, ana restorantta aile oturumlu ve çocuk oturumlu ayrı yemek yeme alanı, çocukların en sevdiği yiyecekler olan hamburger, patates kızartması, köfte, pilav, makarna ve sandviçlerin her daim tesisin pek çok yerinde hemen her saat sunuluyor olması, çocuk indirimi olması gibi kriterler ön plana çıkmaktadır. Bunların yanısıra temizlik ve güvenlik gibi unsurlar büyük önem taşımakta ve ailelerin özellikle çocuk dostu otel konseptini tercih etmesinin temelini oluşturmaktadır.

Çocuk dostu otellerin bir takım şikâyetler aldığı ve ailelerin memnun olmadığı durumların olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma sonucunda şikâyetler beş kategori altında toplanmıştır. Birinci kategoride genel temizliğe ilişkin şikâyetler bulunmaktadır. Otel temizliği, hijyen, yemek güvenliği, çevre temizliği gibi unsurlar bu kategoride yer almaktadır. Kalite, hijyen, kirli, leke, böcek gibi kelimelerin bu kategoride geçtiği görülmektedir. Özellikle çocuklu aileler için en önemli unsurlardan biri temizliktir. Otel personeli, çoğu otel odasını ve ortak alanları düzenli olarak temizlemesine rağmen, temizliğin etkinliği ile ilgili araştırmalar, daha fazla temizliğin gerekli olabileceğini düşündürmektedir (Park vd., 2017).

Juwaheer (2004) tarafından yapılan çalışmada otel misafirleri, temizlik, hijyen, yatak odalarının çekiciliği, temiz plajlar, banyoların temizliği ve konforu gibi odayla ilgili faktörleri önemli bulmuştur. Özellikle ultra her şey dâhil otellerde ailelerin beklentileri yüksek olmaktadır. Dolayısıyla bir konuk, kirli bir yatak odasına girdiğinde, kesinlikle fark etmekte ve muhtemelen şikâyetinde bulunmaktadır (Balmer ve Baum, 1993). Benzer şekilde Emir ve Pekiyan (2010) tarafından yapılan çalışmanın sonucunda, aileler tarafından en yüksek düzeyde önem verilen konu "otel hizmetlerindeki hijyen koşulları"dır. Otel işletmelerinde hijyen, çocukların sağlığı ile doğrudan ilişkili olduğu için aileler açısından önemsenmesi beklenen bir durumdur. Xiang ve arkadaşları (2015) tarafından otel müşterilerinin yorumları üzerine yapılan çalışmada "oda", "temiz" gibi kelimelerin müşteriler tarafından sıklıkla kullanıldığı görülebilmektedir. Yine Desmet ve arkadaşları (2009) tarafından yapılan 348 otel misafiri üzerine yapılan çalışmada, hijyen faktörü hoş olmayan duygular arasında yüksek seviyelerde çıkmıştır. Gıda hijyeni uygulamaları, kullanılan ekipmanı ve çevreyi temiz tutmak için personelin ne yapması gerektiğini kapsamaktadır. Bir görev sırasında yapılması gereken gıda hijyeni becerileri

ve bilgisi bu kapsama girmektedir (Vathsala ve Fook, 2004). Özellikle yemek güvenliği tüketiciler için çok önemlidir. Bu anlamda kendini rahat hissetmeyen tüketiciler alternatif yerleri tercih edecektir (Jeinie vd., 2016).

İkinci kategori sağlığa ilişkin şikâyetlerdir. Özellikle yapılan şikâyetlerde doktor bulamama, tıbbi teçhizatın yeterli olmaması, çocukların havuzdan el-ağız-ayak hastalığı kapması gibi sorunlar dile getirilmiştir. Bazı otel odalarında potansiyel mikrobiyal tehlikelerin var olabileceği yapılan çalışmalarda ortaya konulmuştur (Almanza vd., 2015). Sifuentes ve arkadaşları (2014) yaptıkları çalışmada özellikle uzun tatillerde viral bulaşmanın potansiyel bir enfeksiyon riski oluşturduğunu saptamışlardır. Buna göre; hem konuklar hem de çalışanlar, virüsleri kirli bir odadan diğer odalara ve ortak alanlara taşıyabilmektedirler. Ayrıca otellerde salgın hastalıkların hızla yayılmasının belli başlı nedenleri olabilmektedir. Bunlar arasında misafir devir hızı, yüksek doluluk seviyesi, misafirlerin arasında ileri yaşlara sahip ya da engelli kişilerin bulunması sayılabilir (Cheesbrough vd., 2000).

Üçüncü kategori çocuklara yönelik hizmetlere ilişkin şikâyetleri içermektedir. Havuz olanakları, mini kulüp, animasyon gibi faaliyetlerin yetersiz olması yorumlara konu olmuştur. Benzer şekilde Dominici ve Guzzo (2010) yarı yapılandırılmış şekilde 100 müşteriyle görüştüğü çalışmasında 5 olumlu yön tespit etmiştir. Bunlar: organizasyon; mini kulüp; sağlanan hizmetlerin sayısı; aile ortamı ve eğlence olanaklarıdır. Dolayısıyla bu unsurlar ailelerin tercihini etkileyebilmektedir. Özellikle mini kulüpler çocukların öz saygılarının gelişmesine katkıda bulunma, öğrenmeye yönelik ilgilerini çekme ve çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimine katkıda bulunma gibi görevleri üstlenmektedir. Mini kulüp personelinin pedagojik eğitiminin iyi olması, bir veya iki yabancı dili konuşması, sabırlı olması, çocukları ve doğayı sevmesi gerekmektedir (Özel, 2015). Otel animasyonu ailelerin önem verdiği diğer bir konudur. Animasyon, deniz ve güneş alanlarındaki tatil köylerinin sunduğu rekreasyon hizmetlerini tanımlamak için sıkça kullanılan bir terimdir (Mikulic ve Prebezac, 2011). Türkay ve arkadaşları (2015) animasyon üzerinde durarak, otel işletmelerinde sunulan animasyon hizmetinin kalite ve çeşitliliğinin otelin rekabet yarışında rakiplerinin önüne geçmesine önemli katkı sağlayacağını belirtmiştir. Çocuk programları, müşteriler memnun kaldıklarında yeni müşteriler için olumlu önerilerde bulunmaları durumunda, potansiyel olarak ağızdan yazılı reklamlara yardımcı olabilmektedir (Gaines vd., 2004).

Dördüncü kategori otelle ilgili genel sıkıntılara ilişkin şikâyetleri kapsamaktadır. Bu kategoride genellikle otelin ücretinin çok yüksek olması, yönetimin sorunlara hemen çözüm bulamaması, güvenlik gibi unsurlar söz

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

466

konusudur. Özellikle yüzme havuzunda yaşanan sıkıntılar yorumlarda sıkça dile getirilmiştir. Havuzlar çocukların en çok vakit geçirdiği yerlerden biridir. Dolayısıyla temizliği ve güvenliği işletmeler tarafından mutlaka sağlanmalıdır. Endüstride yüzme havuzlarındaki güvenlik ve hijyen standartlarını iyileştirmek için, özellikle de yüzlerce kişiye bir seferde hizmet veren kuruluşlarda, daha büyük çabalar gerekmektedir. Yurt dışında yapılan çalışmalarda otel havuzlarında 5 ila 14 yaş arası çocukların yaşamını kaybettiğine ve yetişkinlerin de sakatlandığına ilişkin veriler yer almaktadır (Lakin, 2002: 194). Güzel (2014) tarafından bilinen bir otele yönelik şikâyetlerin incelendiği araştırmada, güvenlik boyutundan bahsedilmiş ve şikâyet çoğunluğunu havuz kenarının kaygan olması oluşturmuştur, “küvet kenarının yüksek olması, sahilde/havuzda cankurtaranın olmaması, çocuk havuzunun derinliğinin iyi ayarlanmaması ve havuz kenarında kırılan bardak kalıntılarının toplanmaması” ifadeleri de ortaya çıkan alt temalardır.

Beşinci ve son kategori ise çalışan ve davranışlarına ilişkin şikâyetleri içermektedir. Müşteri ilişkilerinin zayıflığı, şikâyetlere uygun cevap alamamak ve çalışanların ilgisizliği burada yer almaktadır. Çalışan davranışları ailelerin oteli tekrar tercih etmelerinde etkili olmaktadır. González ve arkadaşları (2007) tarafından yapılan çalışmada müşterilere nasıl davranması gerektiğini bilen ve sıcak/arkadaşça davranan çalışanların önemi ortaya konulmuştur. Yine Kuo (2007) tarafından yapılan çalışmada farklı çalışan davranışlarının müşteri memnuniyetini etkilediği ortaya çıkmıştır. Oteller, müşteri şikâyetlerinin değerli geri bildirimler olduğunu ve şikâyetlerin uygun şekilde ele alındığında, müşterilerin gerçekten daha mutlu olduklarını anlamalı ve ona göre hareket etmelidir (Yavas vd., 2004). Müşteri şikâyetlerinin temelinde yapılan yanlışlıkların düzeltilmesi ve özür dilenmesi isteği yatmaktadır. Şikâyet müşterilerin yönetime yaptıkları geri dönüşlerdir. Bu anlamda yönetim ve müşteriler arasında iletişim kurulması önemlidir (Heung ve Lam, 2003). Problem çözme faktörü, özellikle müşteriler şikâyet ettiğinde veya memnun olmadığında problem çözme konusunda olumlu bir bakış açısı ile ilgilidir. Bu nedenle, çalışanların şikâyetleri veya memnuniyetsizlikleri çözmede daha sabırlı ve verimli olmaları gerekmektedir (Kuo, 2007). Müşterinin problemini çözme, gelişmiş bir servis hizmet tekniğidir. Karatepe ve Ekiz (2004) tarafından yapılan çalışmada da şikâyetlere karşı verilen organizasyonel karşılıklar (özür, kefaret, kolaylaştırma, açıklama, dikkat ve çaba) memnuniyet üzerinde olumlu etkiler yarattığı sonucu çıkmıştır. Müşterilerin deneyimsel değerlerinin geliştirilmesi adına yöneticilerin müşteri etkileşimini sağlaması önemlidir (Wu ve Liang, 2009). Zira bütçe ve karlar dışında yöneticinin değerlendirilmesini sağlayabilecek sayılamayan unsurlar şikâyetlerdir (Brown, 1996).

İnternet kaynakları ve alanları ağızdan ağıza iletişim için oldukça müsaittir. Tüketiciler sosyal medyayı almayı istedikleri hizmetin araştırmasını yapmak için kullanmaktadırlar. Sosyal medyada oluşturulan paylaşım siteleri, bloglar, kişisel siteler, forumlar ve şikâyet siteleri artık insanların yalnızca hizmet almaya karar verdiklerinde internete bir göz atmakla kalmayıp, tavsiyeler doğrultusunda satın alma kararlarını netleştirdikleri ortamlar olarak görülebilir (Kutluk ve Avcıkurt, 2014).

Şikâyet paylaşım hizmeti veren birçok İnternet işletmesine ait sistemler vardır. Deneyimlerinden memnun olmayan tüketiciler bu sistemlerde paylaşım yapmaktadırlar. İlgili işletme de müşterisinin şikâyeti çözüldüğünde aynı siteye problemin ortadan kalktığına dair bir cevap yazısı gönderebilmektedir. Bu şekilde şikâyetlerin ilgili işletme tarafından çözülmesini sağlamak için bir sosyal baskı yaratılmaktadır (Özcan, 2010).

İşletmelerin şikâyetleri cesaretlendirmesi ve müşteriden gelen e-şikâyeti hızlı bir şekilde cevaplandırması müşteri memnuniyeti açısından çok önemlidir. Şikâyet almamak mümkün olmadığı gibi en iyi işletmelerin bile eksiklikleri olabilmektedir. Önemli olan işletmeye ulaşan şikâyetlerin en kısa zamanda çözüme ulaşmasını sağlamaktır (Argan, 2014). Böylece işletmeler, daha sonraki mal ve hizmet üretimlerinde de bu tecrübelerini kullanarak hatasız ve müşteri beklentilerini daha iyi karşılayan üretimler yapabileceklerdir (Alabay, 2012).

Şikâyetlerin değerlendirilmesi otel yöneticileri için önem taşımaktadır. Özellikle aileler tarafından tercih edilen çocuk dostu otel konseptine sahip otellere yönelik şikâyetler diğer ailelerin de seçim tercihini etkileyebilir. Bu anlamda şikâyetlerin değerlendirilerek çözülmesi ve yeni sıkıntılar olmaması adına önlemler alınması yöneticilerin dikkate alması gereken konulardır. İşletmeler için müşterilerin beklenti, ihtiyaç ve isteklerini doğru şekilde tahlil etmek ve onların memnuniyetini sağlamak hem işletmenin karlılığını arttırabilir hem de müşterilerin işletmeye ilişkin olumlu konumlama yapmalarını, diğer bir ifade ile müşterilerin sorun yaşamamalarını ve şikâyetçi olmamalarını sağlayabilir (Albayrak, 2013).

Bu çalışma yalnızca çocuk dostu otelleri kapsamaktadır. “Çocuk dostu” konseptine sahip olan otellerin bu anlamda herhangi bir belgesi olmadığından, bu otellerin listesine ancak tatil sitelerinden ulaşmak mümkün olmaktadır. Bu tür analizler tüm oteller için uygulanabilir, böylece oteller tarafından değerlendirilerek müşteri memnuniyeti sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

468

- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16): 137-157.
- Albayrak, A. (2013). Restoran işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyete ilişkin davranışlar. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, Temmuz/July 2013, 9 (2): 24-51.
- Almanza, B. A., Kirsch, K., Kline, S. F., Sirsat, S. ve Olivia, S. (2015). How clean are hotel rooms? Part I: visual observations vs. microbiological contamination. *Journal of Environmental Health*, 78(1): 8-13.
- Argan, M. T. (2014). E-Şikâyetle İlgili Tanımlayıcı Bir Çalışma: Şikâyet Forumu Olarak Bir Web Sitesinin Sosyal Ağ Analizi. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(1): 49-66.
- Aymankuy, Y. ve Uğur C. (2013). Ailelerin turistik ürün satın alma karar sürecinde çocukların rolü (Yerli turistler üzerinde bir araştırma). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45): 105-122.
- Balmer, S. ve Tom, B. (1993). Applying Herzberg's hygiene factors to the changing accommodation environment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(2): 32-35.
- Brown, M. (1996). Environmental policy in the hotel sector: "green" strategy or stratagem?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3): 18-23.
- Cheesbrough, J. S., Green, J., Gallimore, C. I., Wright, P. A., & Brown, D. W. G. (2000). Widespread environmental contamination with norwalk-like viruses (nlv) detected in a prolonged hotel outbreak of gastroenteritis. *Epidemiology & Infection*, 125(1): 93-98.
- Cullingford, C. (1995). Children's attitudes to holidays overseas. *Tourism Management*, 16(2): 121-127.
- Çakıcı, A. C. ve İyitoğlu, V. (2011). Tatil kararlarında çocukların etkisine göre Antalya'ya gelen ailelerin pazar bölümlerine ayrılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 08: 1-20.
- Desmet, P. Ma., Caicedo, D. G. ve Hout, M. V. (2009). Differentiating emotional hotel experiences, *International Hospitality and Tourism Educators EuroCHRIE Conference*, 22-24 October 2009, Helsinki, Finland.
- Devi, J. T. 2004. Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach—a case study of Mauritius. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(5): 350-364.
- Dominici, G. ve Guzzo, R. (2010). Customer satisfaction in the hotel industry: a case study from Sicily. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2): 3-12.

- Ets Tur. 2017. *Çocuklu Misafirlere Uygun Oteller*. https://Www.Etstur.Com/Cocuklu-Misafirlere-Uygun-Tesisler?Gclid=Ea1aiqobchmupzmvipfc2qivws0zch1d6qnmeaayasaaeigklfd_Bwe&Gclsrc=Aw.Ds, E.T. 16.07.2018.
- Filip, A. (2013). Complaint management: A customer satisfaction learning process. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 271-275.
- Gaines, B. L., Hubbard, S. S., Witte, J. E. ve O'Neill, M. A. (2004). An analysis of children's programs in the hotel and resort industry market segment. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 5(4): 85-99.
- González, M. E. A., Lorenzo, R. C., ve José A. F. B. (2007). Assessing tourist behavioral intentions through perceived service quality and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 60(2): 153-160.
- Goodwin, C. ve Ivan, R. (1990). Consumer evaluations of responses to complaints: What's fair and why. *Journal of Consumer Marketing*, 7(2): 39-47.
- Güzel, F. Ö. (2014). Marka itibarını korumada şikayet takibi: çevrimiçi seyahat 2.0 bilgi kanallarında bir uygulama. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(1): 5-19.
- Hart, C. W., James L. H. ve Sasser, J. W. (1990). The profitable art of service recovery. *Harvard Business Review*, 68(4): 148-156.
- Heung, V. C.S., ve Terry, L. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5): 283-289.
- Jenie, M. H., Sharif, M. S. M., Saad, M. ve Nor, N. M. (2016). Food safety and hygiene practice among hotel in Malaysia: Qualitative approach. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 1(3): 150-155.
- Karatepe, O. M. (2006). Customer complaints and organizational responses: the effects of complainants' perceptions of justice on satisfaction and loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 25(1): 69-90.
- Karatepe, O. M., ve Ekiz, E. H. (2004). The effects of organizational responses to complaints on satisfaction and loyalty: a study of hotel guests in Northern Cyprus. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(6): 476-486.
- Khoo-Lattimore, C. G. P. ve Ben, L. C. (2015). Kids on board: Exploring the choice process and vacation needs of Asian parents with young children in resort hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(5): 511-531.
- Kim, D., ve Byung-Jin, R. P. (2017). The moderating role of context in the effects of choice attributes on hotel choice: A discrete choice experiment. *Tourism Management*, 63: 439-451.

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

470

- Kim, D. ve Richard, R. P. (2013). The effects of cognitive, affective, and sensory attributes on hotel choice. *International Journal of Hospitality Management*, 35: 246-257.
- Kuo, C-M. (2007). The importance of hotel employee service attitude and the satisfaction of international tourists, *The Service Industries Journal*, 27(8): 1073-1085.
- Kutluk, A., & Avcıkurt, C. (2014). Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Müşterilerin Satın Alma Karar Süreçlerine Etkisi ve Bir Uygulama; İstanbul Seyahat Acenteleri Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29): 612-622.
- Lakin, R. (2002). Hotel safety: Can things only get better, *International Travel Law Journal*, 4: 189-194.
- Lee, C. C. ve C, H. (2005). Analyzing hotel customers' E-complaints from an internet complaint forum. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(2-3): 167-181.
- Lehto, X. Y., Choi, S., Lin, Y. C. ve Macdermid, S. M. (2009). Vacation and family functioning,. *Annals of Tourism Research*, 36(3): 459-479.
- Lim, N. R., Patrick, S-D. ve Rachel, R. (2009). Some challenges in the design of comparative and evaluative question answering systems. Proceedings of the 2009 Workshop on Knowledge and Reasoning for Answering Questions, Association for Computational Linguistics 15-18.
- Lovelock, C. H., ve Jochen, W. (2007). *Services marketing: People, Technology, Strategy*, (5 th ed.) Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Manıckas, P. A., ve Linda J. S. (1997). Hotel complaint behavior and resolution: a content analysis. *Journal of Travel Research*, 3(2): 68-73.
- Mikulić, J. ve Darko, P. (2011). Evaluating hotel animation programs at Mediterranean sun-and-sea resorts: An impact-asymmetry analysis. *Tourism Management*, 32,(3): 688-696.
- Min, H., Hyesung, M., ve Ahmed, E. (2002). A data mining approach to developing the profiles of hotel customers, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(6): 274-285.
- Nancy, V. ve Ong, S. F. (2004). Awareness of hygiene practices among the different groups of people involved in a food production system in a selected hotel. Presented at the Second National Educators Conference 2003. *Tourism Educators Association Of Malaysia*, 1(1): 1-9.
- Nicholls, J. A. F., ve Sydney R (1989). Segmenting the hotel market. *Hospitality Review*, 7(1): 39-47.
- Nickerson, Norma P., ve Claudia Jurowski (2001). "The influence of children on vacation travel patterns", *Journal of Vacation Marketing*, 7.1: 19-30.
- Obrador, P. (2012). The place of the family in tourism research: Domesticity and thick sociality by the pool. *Annals of Tourism Research*, 39(1): 401-420.

- Oktay, E. ve Asuman, P. (2010). Çocuklu ailelerin otel işletmesi seçiminde etkili olan faktörler: Afyonkarahisar’da bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2): 159-181.
- Özcan, S. O. (2010). İnternet pazarlama faaliyetlerinde tüketici satın alma karar süreci. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 1(2): 29-39.
- Özel, Ç. H. (2015). Understanding mini club managers’ perceptions of kid-friendly hotels’ marketing practices in Turkey: An application of analytic hierarchy process. *Proceedings International Marketing Trends Conference*.
- Park, H, Kim, J., Zhang, M., Fisher, J. J. (2017). Hotel key cards: how clean is the first thing guests touch on their way to their rooms?. *Journal Of Environmental Health*, 80 (2): 16-19.
- Poria, Y. ve Dallen J. T. (2014). Where are the children in tourism research?, *Annals of Tourism Research*, 47: 93-95.
- Sifuentes, L. Y., Koenig, D. W., Phillips, R. L., Reynolds, K. A. ve Gerba, C. P. (2014). Use of hygiene protocols to control the spread of viruses in a hotel. *Food And Environmental Virology*, 6(3): 175-181.
- Sohrabi, B., Vanani, I. R., Tahmasebipur, K. ve Fazli, S. (2012). An exploratory analysis of hotel selection factors: A comprehensive survey of Tehran hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1): 96-106.
- Sparks, B. A. ve Victoria, B. (2010). Complaining in cyberspace: The motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7): 797-818.
- TUİK (2018). “İstatistiklerle Aile 2017”, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27597>, Sayı: 27597: (10 Mayıs 2018).
- Türkay, O., Korkutata, A., Şengül, S. ve Solmaz, S. A. (2015). Animasyon hizmetlerinin rekabet gücüne katkısı: otel işletmelerinde katılımcı ve pazar yönlü örgüt kültürünün etkileri bağlamında bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12): 79-102.
- Vásquez, C. (2011). Complaints online: The case of TripAdvisor. *Journal of Pragmatics*, 43(6): 1707-1717.
- Wu, C. H-J., ve Rong-Da, L. (2009). Effect of experiential value on customer satisfaction with service encounters in luxury-hotel restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 28(4): 586-593.
- Xiang, Z., Schwartz, Z., Gerdes Jr, J. H. ve Uysal, M. (2015). What can big data and text analytics tell us about hotel guest experience and satisfaction?. *International Journal of Hospitality Management*, 44: 120-130.

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

472

- Yavas, U. ve Emin, B. (2005). Dimensions of hotel choice criteria: congruence between business and leisure travelers. *International Journal of Hospitality Management*, 24.3: 359-367.
- Yavaş, U., Karatepe, O. M., Babakus, E. ve Avcı, T. (2004). Customer Complaints and Organizational Responses: A Study of Hotel Guests in Northern Cyprus. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 11(2-3): 31-46.
- Zheng, T., Hyewonl Y. and Clark, S. K. (2009), An analysis of customers' E-complaints for luxury resort properties. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(7): 718-729.

A CONTENT ANALYSIS FOR COMPLAINTS RELATED TO CHILD - FRIENDLY HOTELS

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

473

EXTENDED ABSTRACT

Nowadays, families with children have an important place in tourism purchasing activities. In this context, the concept of child-friendly hotels come into prominence. A child-friendly hotel can be defined as the hotel that meets the requests and needs of families with children. Hotels that provide opportunities such as dining, room options, and hotel activities for families with children are categorized in this class (ETS TUR, 2018). In other words, child-friendly hotels can be described as facilities equipped with opportunities such as larger rooms and a special menu for children, with controlled or planned activities, close to entertainment venues (Lim et. al., 2009).

Families prefer the child-friendly hotel concept for their children, so they expect to see that the children to be satisfied with the hotel. If their expectations are not met or in the case of dissatisfaction, they express their feelings by using the complaint channels. Customers can express their complaints by expressing this situation directly to the management, initiating negative word of mouth, interrupting the service (patronage) or taking legal actions such as arbitration committee for consumer problems. It is important for hotels holding their current customers in providing a long-term competitive advantage. In this case, they should satisfy and compensate their customers' dissatisfaction.

Complaint management is the process of disseminating and transitioning of information in order to identify and correct various causes of customer dissatisfaction. It defines strategies are used to resolve previous mistakes of companies and learn from them in order to restore customer trust to the credibility of the organization. Encouragements of complaints and quick response to the e-complaints from the customers by the hotels are very important in terms of customer satisfaction. It is not possible to not get complaints and even the best hotels may have deficiencies in this regard. The important thing is to resolve the complaints reaching the hotels as soon as possible (Argan, 2014). Thus, hotels that have experienced this kind of situations will be able to produce goods and services that meet the expectations of customers without any mistake (Alabay, 2012).

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

474

In this study, the complaints of families who prefer child-friendly hotel concept were examined and it was aimed to determine which elements are most emphasized. For this purpose, it was evaluated customer's comments who got service from ultra-all-inclusive child-friendly hotels and made comments on a well-known website. Comments were evaluated by content analysis. The list of hotels is taken from a well known holiday website. All comments until April 2018 were evaluated in the analysis. According to the website, there is a total of 45 ultra-all-inclusive hotel in Turkey. Some of these hotels are grouped under a single title on the website because they are chain hotels. Some hotels on the list have not received any complaints. Finally, 17 hotels were included in the analysis. Complaints were categorized according to frequency. While making the evaluation, complaints are limited with words such as children, family, hygiene. A total of 152 complaints were included in the analysis.

As a result of the content analysis, it was determined that some words repeated too much. First of all, the phrase "child-friendly hotel" repeated 31 times of 152 complaints. Looking at the content of the complaints, expressions of families such as "we came here because it is a child-friendly hotel" draw attention. The contents of the complaints were examined and repeated words were collected in certain categories. As a result of the study, complaints were grouped under five categories. There are complaints about general cleanliness in the first category. Hotel cleaning, hygiene, food safety, environmental cleanliness are included in this category. There have also been complaints about hygiene, quality, old and stained items. In addition to this, there are complaints such as insects coming out of food, not having enough spraying, a cat wandering in restaurants. The second category is complaints about health. Problems such as lack of doctors and medical equipment and children contracting "hand- foot- mouth" disease from the pool were mentioned. One of the most commonly used words is "disease". In addition, words are used such as "fever", "diarrhea", "infection", "virus" and "vomiting". The third category includes complaints about services for children. The lack of activities such as pool facilities, mini club, and animation has been subject to comments. The fourth category covers complaints about the general difficulties of the hotel. In this category, there are factors such as the fact that the hotel's wages are very high, the management cannot find solutions to the problems immediately and about the security. Especially the problems experienced in the swimming pool were frequently mentioned in the comments. Pools are one of the places where children spend the most time. Therefore, cleaning and safety must be provided by the hotel. The fifth category includes complaints about employees and their behavior. The most prominent is "complaint" and

"problem" words. It was stated that the problems were reported to the staff or authorities by complaining, but not enough responds were given. The weakness of customer relations, inability to respond to the complaints and the indifference of staff are included here. Employee behaviors are effective for families to choose the hotel again.

As a result, it was observed that families with children complained mostly about hygiene, cleanliness, and health. If the hotel management evaluates these complaints and finds solutions, they will be more preferred by families with children. Complaints may also affect the choice of other families. In this sense, the managers should take these issues into consideration in order to resolve the complaints and take measures to prevent new problems. Hotels determine the expectations, needs, and requests of the customers correctly and to ensure their satisfaction. This could increase profitability and positive opinions of customers about the business. It can also provide that customers do not experience this kind of problems and do not complain again.

Keywords: Child - Friendly Hotels, Complaint, Tourism, Marketing.

**Çocuk Dostu
Oteller İle İlgili
Şikâyetlere
Yönelik Bir İçerik
Analizi**

475