

ÇANAKKALE BÖLGESİNDE FAALİYET GÖSTEREN RESTORAN İŞLETMELERİNDE MÜŞTERİ E-ŞİKÂyetLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

A Qualitative Research On The Evaluation Of Customer E-Complaints In Restaurant Businesses Operating In The Çanakkale Region

Dr. Öğr. Üyesi. Nevriye AYAS

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Bayramiç Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Çanakkale/TÜRKİYE

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5869-3191>

ÖZET

Bu araştırmada Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerinin belirlenmesi ve bu şikâyetlere yönelik olarak işletmelere çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma verileri nitel araştırma yöntemi kapsamında doküman incelemesi tekniği kullanılarak 01 Ocak 2018-20 Ocak 2021 tarihleri arasında tripadvisor.com internet sitesinde yer alan 79 restoran işletmesi hakkında yapılmış olumsuz müşteri yorumlarından elde edilmiştir. Araştırmada, "ortalama", "kötü" ve "berbat" kategorilerindeki yorumlar incelenerek şikâyet içeren toplamda 555 müşteri yorumu içerik analizi ile analiz edilerek yorumlanmıştır. Verilerin analizinde MAXQDA programı kullanılmıştır. Bulgular değerlendirildiğinde; yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler, çalışanlarla ilgili şikâyetler, fiyat ile ilgili şikâyetler, fiziki yapı ile ilgili şikâyetler ve diğer şikâyetler olmak üzere 5 ana tema ve 24 alt tema ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda restoran işletmesi yöneticilerinin tespit edilen müşteri şikâyetlerini dikkate alarak gerekli iyileştirmeleri yapmaları müşteri memnuniyetini ve sadakatini arttıracaktır. Çalışmanın sonunda restoran işletmesi yöneticilerine ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Müşteri şikâyetleri, restoran, doküman incelemesi, içerik analizi

ABSTRACT

In this research, it is aimed to identify customer complaints against restaurant businesses operating in the Çanakkale region and to develop solution recommendations for the businesses regarding these complaints. The research data were obtained from negative customer comments made about 79 restaurant businesses on the tripadvisor.com website between the dates of January 1, 2018, and January 20, 2021, using the document review technique within the scope of the qualitative research method. In the research, the comments in the categories of "average", "bad" and "terrible" were analyzed, and a total of 555 customer comments containing complaints were interpreted with content analysis. MAXQDA program was used to analyze the data. When the findings are evaluated, the research reveals that the complaints arise from 5 main themes and 24 sub-themes including complaints about foods and beverages, complaints about employees, complaints about prices, complaints about physical structure and other complaints. In this context, making the necessary improvements by the managers of restaurant businesses upon taking into account the customer complaints identified will increase customer satisfaction and loyalty. At the end of the study, suggestions were offered to the managers of restaurant businesses and researchers.

Keywords: Customer complaints, restaurant, document review, content analysis

1. GİRİŞ

Şikâyet eden müşteriler, seyahat ve turizm sektöründe oldukça yoğun bir biçimde karşımıza çıkmaktadır. Şikâyet, beklentilerin karşılanmamasını ifade eden bir terimdir (Köşker, 2020: 527). Şikâyet kavramının sözlük anlamı memnuniyetsizlik ifade eden yakınma ve bunları ilgili kişiye bildirmek demektir. İşletmecilik açısından şikâyet ise bir organizasyonun politikaları, çalışanları, pazarlamacıları veya hizmetlerinin kalitesi ile ilgili tatminsizliğinin bir ifadesidir (Aykut, 2013: 27).

Müşteri memnuniyetini sağlayabilmek için müşterinin ne istediğini ve ne beklediğini bilmek önemlidir. Müşteri beklentilerinin üstüne çıkan veya beklentileri tam karşılayan işletmeler müşteri memnuniyetini yakalamış sayılmaktadır ve müşteriler hizmeti kaliteli olarak algılamaktadır. Eğer hizmet performansı beklenenden az ise müşteri beklentileri karşılanmadığı için memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı ve müşterinin algılamasının kalitesiz olduğu belirtilebilir (Kitapçı, 2008: 112). Yapılan araştırmalar, tatmin olmayan müşterilerin çok büyük bir kısmının firmaya şikâyet kararı vermediğini, birçoğunun sadece firmayla alışverişi kestiğini ortaya koymaktadır (Gökdeniz, Bozacı ve Karakaya 2011: 175). Öncelikle bir tatminsizlik durumu ortaya çıktığında tüketiciler davranışsal ve davranışsal olmayan tepkileriyle bunu çözmeye çalışmaktadırlar (Donoghue, Oordt ve Strydom, 2016: 388). Tüketici şikâyet davranışı (TŞD), Hirschman (1970) tarafından yapılmış çalışmada dikkat çekmeye başlamıştır ve çıkış, dile getirme ve bağlılık teorisi bu kapsamda önemlidir. Bu teoriye göre bir tüketici satın aldığı bir ürün ya da hizmetle ilgili olarak üç eylemden birini gösterecektir; firmadan satın almayı durdurur (çıkış), mevcut durumla ilgili rahatsızlığını açıklar (dile getirme) ya da sessiz kalır (bağlılık). Hirschman bir tüketicinin her eylemi ile ilgili olarak maliyetleri ve yararları değerlendirerek mantıklı bir süreci takip ederek bir karar vereceğini iddia etmektedir. Örneğin, bağlı bir müşteri firmaya karşı sessiz kalmayı seçebilir ve başka bir tedarikçiyi seçerek ya da şikâyetle bulunmanın maliyetlerini düşünerek ilerleme olasılığını arttırabilir. Bu teorinin ışığında Day ve London (1977), eylem (dile getirme ve çıkış) ya da eylem göstermeme (bağlılık) şeklinde tüketici şikâyet davranışını değerlendirirken, eylemde bulunmanın kamu (dile getirme) ya da özel (çıkış ve olumsuz ağızdan ağıza iletişim) şeklinde ortaya çıkacağını ifade etmişlerdir. Singh (1990), tüketicileri verdikleri tepkilere göre dört gruba ayırmıştır: Pasifler (eylemde bulunmayanlar), dile getirenler (doğrudan firmaya şikâyet edenler), kızgın müşteriler ve üçüncü bir tarafa (kuruma) şikâyet edenler bunları oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinde müşteri şikâyetlerinin hangi ana tema ve alt temalarda toplandığını tespit edebilmek ve işletme yöneticilerine bu şikâyetleri çözebilmeleri için önerilerde bulunmaktır.

2. MÜŞTERİ ŞİKÂyetLERİ

Tüketiciler, satın aldıkları mal ve hizmetler beklentilerini karşılamadığı zaman memnuniyetsizlik yaşamaktadırlar. Bununla birlikte bu memnuniyetsizlik durumunda nasıl davranacakları bir kişiden diğerine değişmektedir. Bazıları kişisel olarak firmaya tazminat davası açmakta, bazıları karşılaşmaktan kaçınmakta ve bazıları da kızgın bir şekilde bu tatminsizliğini diğer kişilere aktarmaktadır (Chaudhary, 2017:1723). Tüketici şikâyet davranışı (TŞD) tüketici davranışlarında artan bir ilgiye sahip bir konu haline gelmiştir. Tüketici şikâyetlerine etkin ve etkili bir şekilde karşılık verebilmek ve pazar ortamında farklılaşmak isteyen ve müşteri bağlılığını sürdürmek isteyen işletmeler için oldukça önemlidir. Şikâyetler bir şirketin pazar payını kaybetmesine neden olabilir, fakat şikâyetlerin iyi bir şekilde ele alınması, tüketicinin kendini güvende hissetmesine neden olur ve şirketin imajını güçlendirir (Broadbridge ve Marshall, 1995: 8). TŞD teorisinin önerisi, şikâyet davranışının tatminsizlik, ürünün önemi, şikâyetten yararlanma ve kişilik arasındaki ilişkilerin bir fonksiyonu olduğunu ortaya koymaktadır (Broadbridge ve Marshall, 1995: 9). Önceki çalışmalar şikâyet olasılığını etkileyen durumsal ve motivasyonel faktörleri araştırmıştır. Durumsal faktörler, tatminsizliğin algılanan nedeni, durumun algılanan adaleti, tatminsizlik derecesi, başarılı karşılık verme ihtimali ve önceki beklentilerdir (Jung, Garbarino ve Wynhausen, 2017: 478). Politik ideoloji ile ilgili olan bir dizi kişisel karakteristikler şikâyet davranışını etkilemektedir. Güven odaklı olma, başarı odaklı olma şikâyet davranışı ile pozitif ilişkilidir. Örneğin Rokeach değerler ölçeği kullanılarak şikâyet edenlerin değer başarımına ve güvenliğe (dünya barışı, dünya güzelliği, eşitlik ve ailenin güvenliği gibi) eğilimli oldukları tespit edilmiştir (Jung vd., 2017: 479). Tipik şikâyet faaliyetleri “olumsuz ağızdan ağıza iletişim”, “çare arama”, “üçüncü taraf şikâyetleri” ve “çıkış” olarak sınıflandırılmıştır (Singh, 1988).

Tronvoll (2007: 603), tüketici şikâyet davranışının belirleyicilerini aşağıdaki şekilde gruplandırmıştır:

- ✓ Durumsal faktörler (bir ürün ya da hizmetin önemi)
- ✓ Müşteri faktörleri (demografik özellikler gibi)
- ✓ Şikâyet davranışı açısından tutumlar ve deneyim
- ✓ Endüstri yapısı
- ✓ Satıcı ve ürün faktörleri (başarı olasılığı gibi)

Şikâyet davranışı tanımı birbirinden farklı birçok faktörün etkisiyle oluşan oldukça karmaşık bir süreçtir (Usta, 2002: 108). Şikâyet davranışını etkileyen temel faktörler; tüketicinin tatmin durumu, pazardaki rekabet durumu, problemin önemi, mal ve hizmetin türü, şikâyetler karşısında işletmenin tavrı, tüketicilerin hakları ile ilgili bilgi seviyeleri, şikâyet maliyetleri, şikâyete çevrenin bakış açısı ve şikâyetten beklentiler şeklinde sıralanabilir (Usta, 2002: 134). Tüketici şikâyet davranışı ile ilgili çalışmaların aşağıdaki konu başlıklarını kapsadığı görülmektedir (Broadbridge ve Marshall, 1995):

- ✓ Tüketici problemlerinin ve şikâyetlerinin yapısı
- ✓ Memnuniyetsizliklerin nedenlerinin yüzdesel dağılımı
- ✓ Memnuniyetsizlik sonrası tüketicilerin verdikleri tepkilerin yüzdesel dağılımı
- ✓ Aldıkları ürün ve hizmetlerle sorunları olan tüketicilerin yüzdesi
- ✓ En yaygın olan müşteri sorun türleri
- ✓ Müşterilerin en sık şikâyette bulundukları iş sektörleri
- ✓ Memnuniyetsizlikleriyle ilgili olarak yasal yollardan hakkını arayan müşterilerin yüzdesi
- ✓ Tatmin edici şekilde çözümlenen şikâyetlerin yüzdesi

Şikâyette bulunmaya isteksiz olma ve tüketici hakları konusundaki bilinçsizlik, memnuniyetsiz tüketicilerin haksızlığa uğradıklarında eyleme geçip geçmeme tercihlerini etkilemektedir. Pazar ortamında kendini yalnız hisseden tüketici kendini güçsüz ve yardıma muhtaç olarak görür, bu yüzden işletmeye şikâyette bulunmaya karşı olumlu tutum sergilemez (Ayaz ve Torlak, 2011: 89). Bunun yanında şikâyet etme eylemine karşı olumsuz tutum ve davranışı olan tüketiciler yaşadıkları memnuniyetsizlik karşısında telafi arayışına girdiklerinde çok büyük stres ve düş kırıklığı yaşamaktadırlar. Bu tüketiciler işletme tarafından kendilerine istedikleri telafi verilse bile genel olarak bir adaletsizlik algılamaktadırlar. Bu kişiler adaletsizliği daha çok algıladıklarından dolayı memnuniyetsizliklerini daha çok işletme aleyhinde iletişimde bulunarak ve sorunun yaşandığı işletme ile ilişkilerini keserek göstermektedirler (Nasır, 2005: 75). Tüketiciler, yaşadıkları tatminsizlik nedeniyle şikâyeti kendilerine hak olarak görüyorlarsa, tatmin sağlamayan ürün ve hizmet hakkında şikâyette bulunmanın bir görev ve sorumluluk olduğunu düşünüyorlarsa, şikâyet etmenin hoş olmayan, utanç verici bir olay olmadığını, toplum tarafından olumsuz karşılanmayacağını, satıcının da sorun hakkında bilgilendirilmesi gerektiğini düşünüyorsa, şikâyete karşı tutumları daha olumlu olacaktır (Ayaz ve Torlak, 2011: 92).

Bir başka kaynakta tüketicilerin şikâyet etme niyetini arttıran faktörler şunlardır (Barış, 2006: 71):

- ✓ Şikâyet sonrası tatmin edici sonuçlar alacağını düşünmek,
- ✓ İşletmenin şikâyeti ele alma konusunda istekli olacağını düşünmek,
- ✓ Şikâyete yönelik olumlu tutumda olmak,
- ✓ Ürünün kendisi için önemli olduğunu hissetmek,
- ✓ Şikâyet etmenin maliyetini göreceli olarak düşük değerlendirmek,
- ✓ Aynı sorunun gelecekte de ortaya çıkacağını düşünmek,
- ✓ Şikâyetin toplumun yararına olduğuna inanmak,
- ✓ Vakti olmak ve
- ✓ Sorunu kontrol edilebilir olarak algılamaktır.

Çevresel psikoloji alanındaki araştırmalara göre, insan davranışı güçlü bir şekilde fiziksel çevre ile bağlantılıdır (Han ve Ryu, 2009: 489). Buna göre, Mehrabian ve Russel'in (1974) teorisi, bireylerin genellikle çevreye davranışının iki zıt yönde (yaklaşma ve kaçınma şeklinde) olacağını ortaya koymaktadır. Yaklaşma davranışı çevreye karşı "kalma ve çalışma isteği", şeklinde olurken kaçınma davranışı "kalmama ve çalışmama isteği" olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda fiziksel çevrenin tüketici davranışlarını etkilediğini ortaya koyan çalışmalarda atmosferin hoşnutluk yaratacağı ve firmanın başarısında etkili olduğu belirlenmiştir (Han ve Ryu, 2009: 489). Dekor ve artifaktlar fiziksel çevrenin çekiciliğine katkıda bulunmaktadır. Müşteriler restoranlarda kaldıklarında restoranın dekorasyonunda kullanılan materyallerin kalitesi yanında iç dizaynı hakkında değerlendirmeler yapmaktadırlar.

Eğitim durumu, yaş ve gelir düzeyi gibi değişkenler şikâyette bulunmada diğer önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim düzeyi ve gelir düzeyi arttıkça insanların şikâyet davranışında bulunma eğilimleri de artmaktadır (Kılıç ve Ok, 2012: 4193). Hizmetlerin kendine has benzersiz özelliklerinden dolayı, hizmet ürünleri somut mallardan daha fazla şikâyet edilme eğilimindedir. Bu özellikler arasında belli bir standardı sağlamanın zor olmasının yanı sıra üretimin ve tüketimin eş zamanlı olması, hizmetlerin dayanıksız olması ile heterojen ve soyut olmaları da önemlidir (Arpacı ve Toylan, 2015: 51). Hizmet sağlayıcıları faaliyetlerinde karlılıklarını sağlayacak şekilde müşteri tatminine büyük önem vermektedirler. Yoğun rekabetçi ortamda ayakta kalabilmek için pek çok işletme hizmet kalitesine ve sadık müşterilerini devam ettirilmesine odaklanmaktadır (Zheng, Youn ve Kincaid, 2009: 718). Bununla birlikte, hizmetlerin üretimi ve tüketimine insan kaynaklı ilgilenimden dolayı hatalar ve başarısızlıklar kaçınılmazdır. Hizmet sağlayıcıları hizmet sunumlarında daha fazla fırsat elde edebilmek ve etkin çözümler üretebilmek için müşteri beklentilerini aşarak daha çok müşteri memnuniyetini sağlamak durumundadırlar (Karatepe, 2006: 70). İşletmeler, beklenen hizmetin gerçekleşmemesi durumunda tüketicilerinin nasıl tepki verdiklerini anlamaya çalışmalı ve bunu düzeltmeye çaba harcamalıdır. Çünkü en iyi hizmet organizasyonunda bile hizmet kaybı ve hatalar kaçınılmazdır (Özdipçiner, 2016: 240).

3. LİTERATÜR ÖZETİ

Şikâyetlerin doğru yönetilmesi sadık müşteri sayısını artırır, marka ve işletme imajını olumsuz etkilerden korur, müşterinin zihninde kalite algısını artırır, işletme toplam gelirini artırır, müşterilerin etrafındakilere olumlu mesajlar iletmesini sağlar (Barış, 2006; Yılmaz, Arı ve Doğan, 2016). Restoran işletmelerindeki şikâyetler incelendiğinde; atmosfer, sunum, çalışan davranışı, fiyat, lezzet ve yiyecek ve içeceklerin içeriği, sağlık, hijyen koşulları gibi konularda şikâyetler yoğunlaşmaktadır (Mattila ve Ro, 2008; Liu ve Jang, 2009).

Kılıç ve Saka (2019:482-483) çalışmalarında, hizmet işletmelerinin önemli bir parçası sayılan yiyecek içecek işletmelerinde görülen şikâyet türlerinin müşteri ve iş görenlere göre belirlenmesi ve kategorileşmesini incelemiştir. Müşteri şikâyetleri ve hizmet iyileştirme stratejileri arasındaki ilişki düzeyinin belirlenmesi amacıyla Burdur ilinde yer alan yiyecek içecek işletmelerinde rastlanan hataların müşteri ve iş gören bakış açısına göre farklılıklarının tespitine yönelik alan araştırması yapılmıştır. Bu bağlamda çalışmada veriler anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Müşterilere yönelik 305 anket, iş görenlere yönelik 198 anket değerlendirmeye alınarak veriler SPSS 22 programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma bulgularına göre müşteri ve iş gören hizmet hataları arasında farklılıklar olduğu sonucuna, müşteri ve iş gören hizmet hataları arasındaki ilişkide benzerlikler ve farklılıklar olduğu sonucuna ve kullanılan iyileştirme stratejileri arasında ise daha çok benzerlikler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özbay ve Sarıca (2020), çalışmalarında yiyecek içecek işletmelerinde online müşteri şikâyetlerini incelemişler ve şikâyetlerin %53'ünün hizmet kalitesi ile ilgili olduğunu bulmuşlardır.

Temiztürk ve Akbaba (2018), Seferihisar'da bulunan restoranlarda olumlu ve olumsuz yorumları tespit ederek tripadvisor üzerinden 589 yorumu incelemişlerdir ve MAXQDA programı ile bu yorumları içerik analizine tabi tutmuşlardır. İncelenen yorumların analizi sonucunda restoranların alt temalarına yönelik 1877 pozitif görüş ve 439 negatif görüş olduğu tespit edilmiştir. En çok olumlu yorum alan ana temalar; yiyecek içecek özellikleri, işletmelerin iç özellikleri ve restoranların çevresel özellikleri olurken, olumsuz yorumların yiyecek içecek özellikleri, personel ve fiyatlar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Karasakal (2017), çalışmasında ulusal ve uluslararası literatürde, restoranlarda müşteri şikâyet davranışlarını ele alan çalışmaları detaylı olarak incelemiştir. 2000-2016 yılları arasında yapılan Türkçe, İngilizce ve erişime açık çalışmalar taranmış ve en çok görülen şikâyet davranışları ortaya konulmaya

çalışılmıştır. Buna ilaveten, şikâyet davranışını şekillendiren değişkenlere de (demografik ve kültür/milliyet) yer verilmiştir.

Emir (2011), çalışmasında otel restoranlarında şikâyet davranışlarını belirlemeye yönelik olarak bu davranışların milliyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla ödeme, kalite, atmosfer, personel bakımından şikâyet davranışını belirlemek için 1148 katılımcıdan anket yöntemiyle veri toplamıştır ve analizler sonucunda müşteri şikâyetleri ile şikâyet davranışları arasında bir ilişki olduğunu ve farklı ülkelerden tüketicilerin şikâyet davranışlarında önemli farklılıkların olduğunu tespit etmiştir.

DeFranco, Wortman, Lam ve Countryman (2005), çalışmalarında, Hong Kong ve Houston'da faaliyet gösteren otel restoranlarında tüketici şikâyet davranışını araştırmışlar ve Hong Kong grubunda yiyecek ve içecek davranışının Houston grubuna göre lezzet, sıcaklık ve tazelik açısından farklılık gösterdiğini, hizmetler bakımından etkinlik, selamlama ve yardımseverliğin ön plana çıktığını; atmosfer bakımından her iki grubun benzer olduğunu, Hong Kong grubunun gürültüden daha çok şikâyet ettiğini, Houston grubunun ise restoranlarda sıcaklık ve dekor bakımından şikâyetinde bulunduğunu ortaya koymuşlardır.

Liu ve Jang (2009) çalışmalarında Amerika'daki Çin restoranlarında Amerikan tüketicilerin algılarını önem-performans (IPA) analizi ile araştırmışlar ve Amerikan tüketicilerin memnuniyetlerini ve davranışsal niyetlerini incelemişlerdir. Çevresel temizliğin ve etkin hizmetin Çin restoranlarında önemli olduğunu bulmuşlardır. Buna ilaveten yiyecek lezzetinin ve hizmet güvenilirliğinin Çin restoranlarının başarısında etkili olduğunu belirlemişlerdir.

Dalgıç, Güler ve Birdir (2016), çalışmalarında Mersin ve Hatay şehirlerine gelen ziyaretçilerin yöresel lezzet deneyimlerine ilişkin görüşlerini incelemişler ve katılımcıların olumsuz deneyimleri Tripadvisor.com internet sitesinde 01.01.2014 ile 23.02.2015 tarihleri arasında deneyim yaşadıkları işletmelere 3 ve altında puan vererek olumsuz yorum yazan müşterilerin yorumları içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Yöresel yiyecek sunan işletmeler ile ilgili şikâyetlerin sırasıyla en fazla "yemek ile ilgili sorunlar", "hizmet sunumu ve personel ile ilgili sorunlar", ve "diğer sorunlar" boyutlarında yer almaktadır. Bu boyutlar altında yer alan şikâyetlerin; lezzet, personelin tutumu, gıda özgünlüğü ve adil fiyat sorunları nedeniyle ortaya çıktığı belirlenmiştir.

Restoran müşterileri yemek yeme deneyimini birçok yönüyle değerlendirmektedir. Şahin, Çakıcı ve Güler (2014) çalışmasında masa servisi sunan restoranlarda en önem verilen boyutun atmosfer (fiziksel ortam), hizmet (personel), atmosfer (temizlik), yiyecek (güvenlik), yiyecek (nitelik) ve hizmet (kişisel ilgi) faktörü olduğu sonucuna varmışlardır. Müşterilerin önem verdiği bu faktörlerin eksik olması ya da yerine getirilmemesi müşteriyi olumsuz yönde etkilemektedir ve şikâyet sebeptir. Şikâyet işletmeler için gelecekteki büyük tehlikeleri işaret eden önemli bir unsurdur. Şikâyet olmazsa küçük problemler, küçük hatalar ve performans düşüklükleri daha büyük problemlere yol açmadan tespit edilemez ve çözülmezler (Albayrak, 2013). İşletmelerin müşteri şikâyetlerini ele alma ve hizmet iyileştirmesinde gösterdikleri çabalar, müşterilerin hizmetten aldıkları tatmini ve işletmeye olan bağlılıklarını etkilemektedir. Başarılı bir şekilde gerçekleştirilen hizmet iyileştirmesi, müşteri tatminini, tekrardan satın alma veya ziyaret niyetini ve olumlu veya olumsuz olarak etkilerken, başarısız bir iyileştirme denemesi müşteriler üzerinde ikinci bir olumsuz etki yaratmaktadır (Ekiz, Araslı, Farıvarsadri ve Bavik, 2008: 44).

Zorlu, Çeken, Kara (2013), Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren termal konaklama işletmelerinde konaklayan konukların restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularını ve şikâyetle ilişkin davranış şekillerini araştırarak şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla 396 konuktan anket yoluyla verileri toplamışlardır. Verilerin analizi ile katılımcıların daha ziyade hizmet atmosferi konusunda şikâyetinde bulundukları, sesli tepkileri diğer şikâyet davranışlarına göre daha fazla sergiledikleri, şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerinde etkili olduğu saptanmıştır.

Sujithamrak ve Lam (2005), çalışmalarında Deadwood, Amerika'da otel restoranlarındaki müşteri şikâyet davranışını araştırmışlar ve şikâyet davranışı ile demografik özellikler arasındaki ilişkiyi 250 restoran müşterisi üzerinde test etmişlerdir. Analizler sonucunda restoran müşterilerinin kamu faaliyeti yerine özel şikâyetinde bulundukları; daha yaşlı ve iyi eğitim almış müşterilerin daha genç ve daha az eğitilmiş müşterilere göre özel şikâyetinde bulundukları tespit edilmiştir. Armistead ve arkadaşlarının (1995) yaptığı araştırmada, müşteriye hızlı ve derhal cevap vermenin, müşteriyi dinlemenin, nazik olmanın, ilgili ve dürüst cevap vermenin, problemi çözerek durumu düzeltmenin ve maddi tazminin şikâyetin tatmin edici şekilde çözülmesinde etkili olduğu görülmektedir (Lewis ve Spyropoulos 2001).

Gursoy, McCleary ve Lepisto (2003), çalışmalarında şikâyet davranışının belirleyicilerini ve tüketicilerin şikâyet eğilimini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Kişiliğin ve davranışsal faktörlerin şikâyet eğilimi üzerindeki etkilerini inceleyerek kontrol odağı ve fiyat hassasiyetinin şikâyet eğilimi üzerinde önemli etkilerinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Heung ve Lam (2003) çalışmalarında Çinli müşterilerin Hong Kong otel restoran hizmetlerine yönelik şikâyet davranışını araştırmışlardır ve 220 otel müşterisini şikâyet edenler ve etmeyenler olarak tanımlamışlardır. Çoğu müşterinin ağızdan ağıza iletişim gibi özel şikâyet davranışı gösterdiğini ve Çinli müşterilerin şikâyet niyetlerinin düşük olduğunu bulmuşlardır.

Velazquez, Biasco, Saura ve Berenguer-Contrı (2010) çalışmalarında, üç boyutta şikâyet davranışını incelemişlerdir ve bir restoranla ilgili olumsuz deneyim yaşayan 388 bireyden anket yoluyla veri toplayarak şikâyeteye yönelik tutumların, bilgi düzeyi ve şikâyet deneyiminin ve tatminsizlik düzeyi ile şikâyetle başa çıkma olasılığının şikâyet niyeti üzerinde anlamlı etkilerinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Kim ve Chan (2010), çalışmalarında, durumsal ve bireysel farklılıkların restoran hizmetlerinde tüketicilerin şikâyet etme eğilimine etkilerini incelemişler ve yapısal eşitlik modeli ile şikâyetin uygunluğu ve beklenen yararlar, tüketicilerin şikâyeteye karşı tutumları, tüketicinin katılımı ve algılanan kendi kendine önem şikâyet davranışıyla bağlantılı faktörler olarak belirlenmiştir.

Jones, McCleary ve Lepisto (2002) çalışmalarında boylamsal bir analiz ile restoranlarda tüketici şikâyet davranışının üç şekilde ortaya çıktığını (şikâyetle bulunamayanlar, şikâyet etmeyenler ve ağızdan ağıza iletişimle şikâyetle bulunanlar), sosyo demografik karakteristiklerin farklılaştığını; kişilik ve davranışsal faktörlerin WOM şikâyetçilerinde farklılık gösterdiğini bulmuşlardır.

Taştan ve Kızılcık (2017), çalışmalarında Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri üzerinde tripadvisor.com sitesinden 25.02.2017 tarihi itibarıyla paylaşılan tüm yorumlar incelemiş ve bu yorumları içerik analizine tabi tutmuşlardır. Araştırma sonucunda şikâyet faktörlerinin yiyecek-içeceklerle ilgili şikâyetler kategorisinde yoğunlaştığı ve en fazla lezzet unsurunun ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Şahin, Girgin, Kazoğlu ve Coşkun (2018), çalışmalarında Alaçatı'da faaliyet gösteren restoranlara yönelik e-şikâyet unsurlarının belirlenmesini ve bu şikâyetlere çözüm önerilerinin geliştirilmesini amaçlamışlardır. Bu amaçla veriler, tripadvisor.com'dan elde edilmiştir. Elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizinde, dana önceden belirlenmiş kavramlara (temalara) göre kodlama tekniği kullanılmıştır. Çalışmada önceden belirlenmiş temalar; üründen, fiyatlandırmadan, dağıtımdan, tutundurma faaliyetlerinden, yasal boşluklardan ve müşteriden kaynaklanan sorunlar olmak üzere 6 başlıktan oluşmaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, Alaçatı'da faaliyet gösteren restoranları deneyimleyen müşterilerin en fazla fiyatlandırmadan kaynaklanan sorunlara yönelik şikâyetlerde bulunduğu saptamıştır. Bu şikâyetler, sadece fiyatın yüksek olmasından değil verilen hizmetin talep edilen ücrete eşdeğer olmadığı, menülerde fiyat bilgisinin yer almaması gibi konularda gerçekleşmiştir. Ayrıca, üründen kaynaklanan sorunlara yönelik şikâyetlerin de azımsanmaması gerektiği, özellikle sipariş edilen yemekten farklı yemek kokularının gelmesi ve restoran mobilyalarının ergonomik olmaması gibi şikâyetlerin sıkça tekrar edildiği görülmüştür.

İbiş, Kızıldemir ve Çöp (2019), İstanbul'da faaliyet gösteren Çin restoranlarına yönelik müşteri yorumlarını incelemişlerdir ve tripadvisor.com sitesinde İstanbul'daki Çin restoranlarına yönelik yapılmış olan yorumlar nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Şikâyet içerikli yorumlarda geçen şikâyet unsurlarının ağırlıklı olarak hangi temalar altında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Araştırma sonucunda müşteriler tarafından yapılan yorumların %39'u şikâyet içerikli olduğu tespit edilmiştir. Bu şikâyetlerin; ürün, fiyat, fiziki koşullar ve hizmet kalitesi olmak üzere dört ana temadan oluştuğu görülmüştür. Restoran işletmeleri ortaya çıkan şikâyet unsurları çerçevesinde iyileştirme yapmaları, gerekli önlemleri almaları, müşteri şikâyetleri dikkate alınarak buna göre ürün ve hizmet tasarımına gitmelidirler.

Yaşar (2019) Kastamonu'da yöresel yiyecek ve içecek hizmeti sunan işletmeler üzerine yaptığı araştırmada, tüketici şikâyetlerinin sırasıyla yiyecek-içecek, hizmet ortamı, fiyat, personel, servis ve menüyle ilgili özelliklerden kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Doğan, Güngör ve Tanrısevdi (2016), çalışmalarında Kuşadası'nı ziyaret eden turistlerin Kuşadası'nda faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri hakkındaki olumsuz görüşlerini belirlemişler ve bu görüşlerden yola çıkarak işletmelere öneriler sunmuşlardır.

Dalgıç, Güler ve Birdir (2016), Tripadvisor sitesindeki şikayetleri Hatay bölgesinde incelemişlerdir ve en büyük şikayet konusunun lezzet olduğunu bulmuşlardır. Albayrak (2013), İstanbul'daki birinci sınıf restoranlarda yaptığı çalışmada benzer sonuca ulaşmıştır. Yay ve Erdem (2017), Antalya'daki birinci sınıf restoranlarda yaptıkları çalışmalarında en yoğun şikâyet konusunu personelin oluşturduğunu bulmuşlardır.

Su ve Bowen (2001), bir restoranda problemler ortaya çıktığında katılımcıların yarısından fazlasının (%58'inin) yönetime şikâyetle bulunurken, %42 sinin sessiz kaldıklarını belirlemişlerdir. Restoran müşterilerinin daha büyük bir ihtimalle yemek durumunun çok önemli olması halinde ya da müşterilerin şikâyet davranışlarının ödüllendirilmesi halinde tatminsizlik durumunda bu tatminsizliklerini yönetime bildireceklerini ifade etmişlerdir (Su ve Bowen, 2001).

Gürsoy ve diğerleri (2003), tatmin olmayan restoran müşterilerini şikâyetle gösterdikleri tepkilere göre bölümlere ayırmışlardır ve bu müşterileri "konuşanlar" yani şikâyetle karşı tepkilerini doğrudan restorana karşı ifade edenler ve bu durumu arkadaşlarıyla ve tanıdıkları ile paylaşanlar olarak gruplandırırken; "dile getirenler" yani şikâyetlerini restorana iletmeyip bunun yerine tatmin edici olmayan deneyimlerini daha ziyade arkadaşlarına iletenler olarak gruplandırmışlardır.

Mattila ve Ro (2008) ve Kim ve Chen (2010) tarafından yapılan çalışmalarda, eylemsizliğin de restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarından biri olarak dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir. Böylece restoran işletmeciliği ile ilgili alan yazında dillendirme (şikâyet konusunun doğrudan restoran yönetimine ya da garsona iletilmesi); ağızdan ağıza olumsuz iletişim (tanıdıklara ve diğer insanlara olumsuz deneyimleri aktarma); çıkış (restorana tekrar gelmeme); üçüncü taraflara iletilme (zararın tazmini için medya ve yasal organlar gibi kurumlara şikâyeti iletilme) ve eylemsizlik (hiçbir şey yapmama) şeklinde beş tür müşteri şikâyet davranışı olabileceği görülmektedir (Özdemir, Çalışkan ve Yılmaz., 2015: 63).

Özaslan ve Uygur (2014), Yalova şehrinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinden son bir yıl içinde hizmet alan müşterilerin en fazla karşılaştıkları sorunun, servisin yetersiz ve yavaş olmasından kaynaklandığını belirlemişlerdir. Öte yandan, müşterilerin büyük bir çoğunluğu, yemeğe ve servise göre fiyatın yüksek olması ve lavaboların yetersiz veya temiz olmaması konularında sorun yaşamışlardır. Olcay ve Özekici (2015), Gaziantep şehrinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde, en sık yaşanan hizmet hatalarının hijyene dayalı hizmet hataları olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Dalgıç vd. (2016), TripAdvisor üzerinden Mersin ve Hatay şehirlerinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinde, en fazla şikâyet alan unsurun lezzet unsuru olduğunu tespit etmişlerdir.

Aymankuy'a göre (2011) turistik tüketiciler, internetteki ve web ortamındaki şikâyet/tavsiye web sitelerindeki, tatil alternatifleri hakkında bilgi toplayarak ve daha önce tatil deneyimi yaşamış kişilerin yorumlarını okuyarak, nihai satın alma kararının verilmesinde bu yorumları önemli bir kaynak olarak görmektedirler.

Çalışkan'a (2013) göre müşterinin restoranda yaşadığı olumsuz yemek deneyimi, sadece restoranın müşterisini kaybetmesine etki etmemekte aynı zamanda müşterinin restoran hakkında çevresine olumsuz şeyler söylemesine de sebep olmaktadır. Bu durum restoranın potansiyel müşterilerini kaybetmesine yol açabilmektedir. Çünkü müşteri olumsuz yemek deneyimini, olumlu yemek deneyimine göre daha fazla etrafındaki kişiye söyleme eğilimi göstermektedir.

Çeltekin (2013), işletmeden daha önce yararlanmış ve memnun kalmamış müşterilerin şikâyetlerinin belirlenerek sorunların giderilmesi ve müşterilerin tekrar işletmeye yöneltilmesi için harcanacak çabanın yeni müşteriler kazanmak için harcanan çabadan daha az maliyetli olacağını vurgulamaktadır. Dolayısıyla, işletmeler müşteri şikâyetlerini dikkate alarak aksayan, eksik ve yanlış uygulamaların önüne geçebilecek ve müşteri sadakati sağlamak adına önemli bir adım atabilecektir. Restoran işletmelerine yönelik e-şikâyetler, genel olarak varsa restoranın kendi web sayfasında, ürün ya da hizmetlere yönelik şikâyet forumlarında (şikâyetvar.com vb.), bir paket tur dahilinde gidilmişse acentanın web sayfasında ya da seyahat tavsiye sitelerinde sıkça görülmektedir.

Sarı, Alikılıç, ve Onat (2013). "şikâyetvar.com" üzerinden konaklama sektöründeki e-şikâyetlerin içeriğini içerik analizi incelemişlerdir. Analiz sonucunda, e-şikâyetlerin çoğunun yiyecek-içecek, odalar, genel

alanlar gibi otel hizmetleri ve çalışanların nezaketi ile ilgili olduğunu ortaya koymuşlardır. Öte yandan, restoran işletmelerinde memnun olmayan müşterilerle karşılaşmak kaçınılmazdır. Çünkü restoran müşterileri ve ürünleri heterojenlik gösterir. Restoran yöneticileri açısından yemeklerin geç sunulması ve aşırı pişmiş olması ya da diğer hizmet başarısızlıkları olumsuzluklar yaratacaktır (Gürsoy vd.,2003: 26). Bununla birlikte, tatmin olmayan müşterilerin yaklaşık %50'si direkt olarak işletmeye şikâyet etmeyi seçmemektedir, çünkü öncelikle şikâyetin zaman ve çabaya değer olmadığını, nereye ve nasıl şikâyet edeceklerini bilemediklerini ve şikâyet etseler bile hiçbir şey yapılmayacağını düşünmektedirler (Lewis ve Morris, 1987). Bunun yerine ürün ya da hizmeti boykot etme ya da olumsuz ağızdan ağıza pazarlamaya yönelmektedirler (Singh ve Wilkes, 1996: 361).

Özdemir ve diğerlerine (2015) göre, restoranlarda müşterilerin şikâyetlerini gösteren etkin bazı belirleyiciler söz konusudur. Eğer müşteri yüksek derecede memnuniyetsizlik yaşarsa, şikâyetinin çözüme ulaşacağına inanırsa, nereye ve nasıl şikâyet edeceğini bilirse, restoranda yemek yeme ile ilgiliyse, restoran işletmesinde hizmet sürecine katılımı yüksek ise ve karşılaştığı olumsuz şikâyet eğilimi de yüksek olacaktır. Restoran işletmelerinde karşılaşılan şikâyetlerin genellikle, atmosfer, sunum, personel davranışı, fiyat, lezzet, yiyecek ve içeceklerin içeriği ve hijyen alanlarında olduğu tespit edilmiştir (Gürsoy vd.,2003; Mattila ve Ro, 2008; Liu ve Jang, 2009).

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, Çanakkale Bölgesi'nde faaliyet gösteren restoran işletmelerinde TripAdvisor web sitesinde yer alan olumsuz yorumların hangi ana ve alt temalarda yoğunlaştığını tespit edebilmek ve bu bağlamda restoran işletmeleri yöneticilerine öneriler sunmaktır. İlgili literatür incelendiğinde Çanakkale bölgesinde restoran sektöründe bu şekilde bir çalışmaya rastlanmadığından çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çanakkale bölgesinde yaklaşık 210 restoran işletmesi bulunmaktadır.

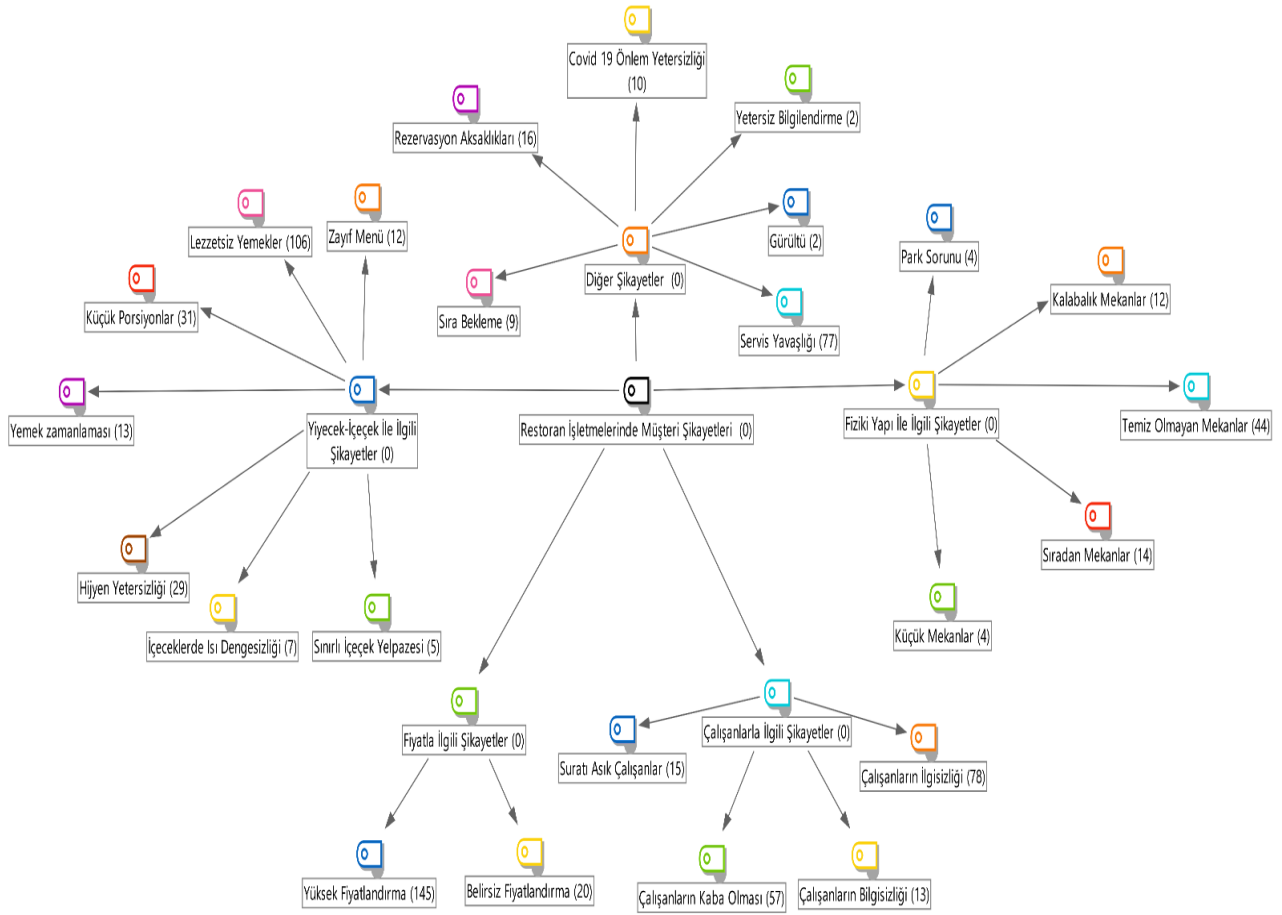
Çalışmada bu restoran işletmelerinden 79 tanesinin web adreslerine ulaşılmış ve bu işletmeler üzerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Dokümanlar, nitel araştırmalarda etkili bir şekilde kullanılması gereken önemli bilgi kaynaklarıdır. Bu tür araştırmalarda, araştırmacı, ihtiyacı olan veriyi, gözlem veya görüşme yapmaya gerek kalmadan elde edebilir. Bu anlamda doküman incelemesi, araştırmacıya zaman ve para tasarrufu anlamında katkıda bulunacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2018:189-190).

Çalışmada, verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu amaçla toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması, daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2018:242).

TripAdvisor sitesi dünyada en çok kullanılan ve tercih edilen çevrimiçi konaklama, restoran ve seyahat bilgi kanalıdır ve 700 milyondan fazla müşteri yorumunu içermektedir (TripAdvisor, 2020). Çalışma verileri 01.01.2018 ile 20.01.2021 tarihleri arasındaki olumsuz yorumlardan elde edilmiştir. Bu sitede “ortalama”, “kötü” ve “berbat” kategorilerindeki yorumlar incelenerek müşterilerin restoranlara yönelik olumsuz yorumları ortaya konulmuştur Toplamda 555 olumsuz yorum bulunmaktadır. Verilerin analizinde MAXQDA programı kullanılmıştır.

5. BULGULAR

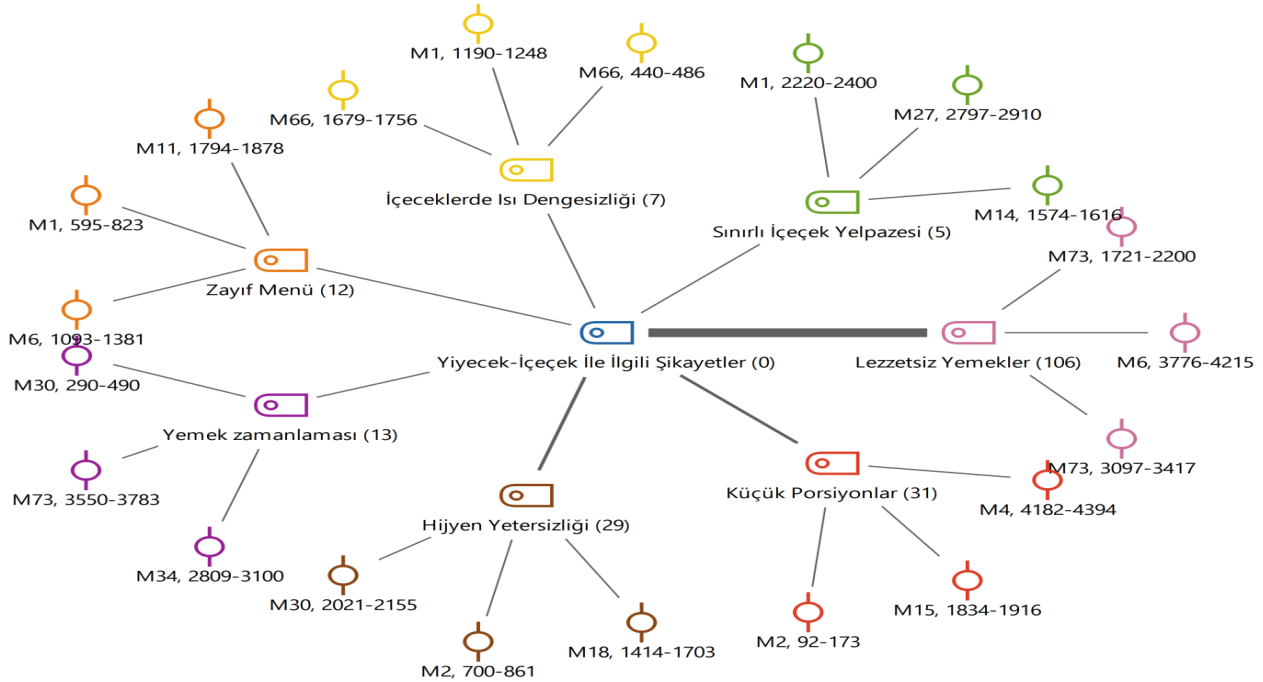
Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinde müşteri şikâyetlerine yönelik “çalışanlarla ilgili şikâyetler”, “fiziki yapıyla ilgili şikâyetler”, “fiyatla ilgili şikâyetler”, “yiyecek içecek ile ilgili şikâyetler” ve “diğer şikâyetler” olmak üzere 5 ana tema belirlenmiştir. Temalara yönelik kod teori modeli Şekil 1'deki gibidir;



Şekil 1: Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyetlerine Yönelik Ait Kod Teori Modeli

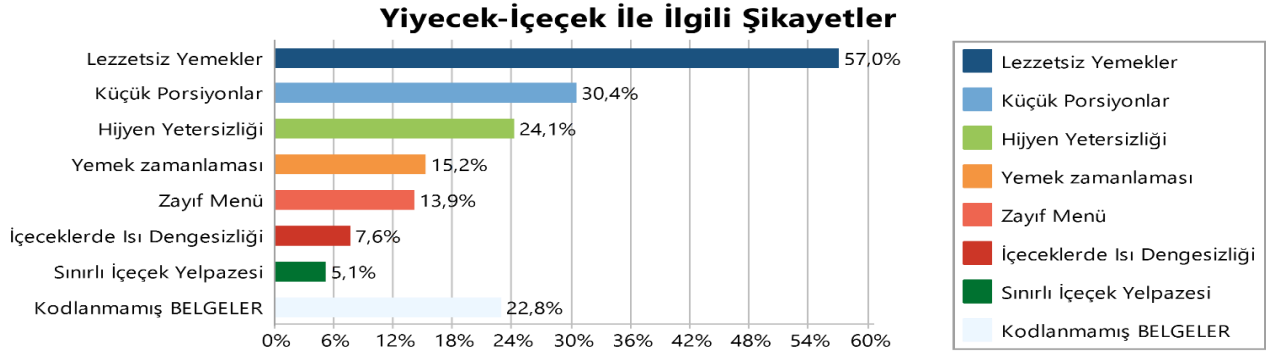
5.1. Yiyecek ve İçecekler ile İlgili Şikâyetler Teması

“Yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler” teması “lezzetsiz yemekler”, “küçük porsiyonlar”, “hijyen yetersizliği”, “yemek zamanlaması”, “zayıf menü”, “içeceklerde ısı dengesizliği”, “sınırlı içecek yelpazesi” olmak üzere 7 alt kategoride kod alt kod bölümler modeli oluşturularak incelenmiştir. “Yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler” temasına yönelik kod alt kod bölümler modeli Şekil 2’deki gibidir;



Şekil 2: Yiyecek İçeceklerle İle İlgili Şikâyetlere Dair Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler temasına ait alt kodlarda işletmelere yönelik ziyaretçiler farklı yoğunluklarda görüş bildirmişlerdir. Bu doğrultuda lezzetsiz yemekler alt koduna 106 defa, küçük porsiyonlar alt koduna 31 defa ,hijyen yetersizliği alt koduna 29 defa, yemek zamanlaması alt koduna 13 defa zayıf menü alt koduna 12 defa , içeceklerde ısı dengesizliği alt koduna 7 defa ve sınırlı içecek yelpazesi alt koduna 5 defa vurgu yapılmıştır. Ziyaretçilerin incelenen işletmelerdeki yiyecek ve içecek ile ilgili şikâyetlerine dair vurgu yoğunluklarını yüzdelik değerlendirmesi aşağıdaki Şekil 3'deki gibidir.



Şekil 3: Yiyecek İçeceklerle İle İlgili Şikâyetlere Dair Alt Kod İstatistiği

Ziyaretçilerin mekânlara yönelik yiyecek ve içecek ile ilgili şikâyetlerine yönelik görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

Lezzetsiz Yemekler Alt Koduna Dair Görüşler

“Yiyecek ve içecekleri beş para etmez, tadı tuzu yok.” (M1)

“Çalışanından lezzetine kadar berbat bir yerdi.” (M2)

“Börülce tatsız, tuzsuz 2 çatal sonra yiyemedik, yengeç yediklerim arasında en kötüsü, salatası lezzetsiz ve özensiz hazırlanmış, patlıcan salatası beklemiş ve çok sarımsaklıydı.” (M4)

“Kabak çiçeği dolması tüm Ege'de yediklerim içinde en lezzetsiziydi.” (M6)

“Bol zeytinyağlı ve büyük porsiyonlar olarak bildirilen ürünler, kupkuru haşlama fasulye vb. olarak önümüze geldi. Lezzet yoktu. Biber dolması, pirinç pilavı yer gibiydik, lezzet yoktu.” (M7)

“Tavadaki bütün yağı Sardalyeye nasıl çektirebiliriz diye çaba sarf etmişler. Balık çektiği yağdan şişmiş artık.”(M63)

“Mezelerde, ara sıcaklar da kötüydü. Kabak çiçeği dolmasının pirinçleri kırı kır, pişmemişti. Ahtapotu ızgara yaptıklarını söyledikleri için sipariş ettik, meğer önce ızgara yapıp sonra tavada sos ve baharatlıyorlarmış. Yağ ve baharattan ahtapotun tadı alınmıyordu. Kalamar da aynı şekilde yağlı ve lastik gibiydi” (M73)

“Mezelerin tadı berbattı. Hayatımda ilk defa bir yemeği ağızımdan çıkardım. Hepimiz masadan aç kalktık. Tek kelimeyle her şey rezaletti.”(M77)

Küçük Porsiyonları Alt Koduna Dair Görüşler

“Orta boy görünen tekir tabakta mini ebat ile gelerek bize sürpriz yaptı.” (M2)

“Mezeler o kadar küçük tabak da geliyor ki bir kişiye bile çok az. Fiyat ise tavan. Mezelere ilave peynir istedik bir üçgen karper peynir büyüklüğündeki Ezine peyniri geldi. Tabaklar küçük kahvaltı tabakları gibi.” (M4)

“Porsiyonlar 3 dilimli yetersizdi. Lavaş yoktu ve kebabı ekmekle yemeniz gerekiyor.” (M15)

“Porsiyon doyurucu değil” (M44)

“Kalamar 30₺ ama içerisinde kalamar yok denecek kadar azdı.” (M46)

Hijyen Yetersizliği Alt Koduna Dair Görüşler

“Öyle bir mekan da yeşilliklerin yıkanmaması inanılır gibi değil.” (M2)

"Meyve tabağı soğanlı bıçakla kesilmiş gibi leş gibi kokuyordu" (M4)

"En kötü kalamardı yiyemedik zaten bayat un yumurta bulayıp getirmişler levrek sarmanın için de streç film çıkıyor" (M5)

"Menü olarak aldığımız ürünlerden pilavda pişmiş böcek vardı. Resmini çekmeye kalmadan, kasadaki adam tabağı alıp pardon demekle yetindi. Para iadesi de yapmadı. Mide bulantısı içinde kalktık dışarı attık kendimizi. Ucuz olmasının sebebi bozuk ve ucuz malzeme kullanılmasından kaynaklı" (M18)

"Servis kalitesi inanılmaz kötüydü, çatal ve bıçaklarımız hiç değişmedi, tabakları da sadece bir kere bizim uyarımızdan sonra aldılar"...."tabağım kirliydi" (M30)

"Akşam yemeği için geldik salatadan kurt çıktı Bir kez de bulgur pilavından çuval ipi çıkmıştı "(M32)

"Maruldan maalesef kıvıldaayan bir canlı çıktı. Yeşillikler olmadan yemenizi tavsiye ederim."(M63)

Yemek Zamanlaması Alt Koduna Dair Görüşler

"Balıkları baştan seçmeyin, aksi halde bekletin demenize rağmen çok hızlıca pişirip neredeyse ara sıcakla birlikte getiriyorlar."(M2)

"Bir kere önceliklendirme mantıklarını anlamanız imkânsız. Ancak size meze-ara sıcak seçimi için sıra gelene kadar artık mekan işletmecisi ne kadar süre takdir ettiyse o kadar beklemekle yükümlüsünüz" (M30)

"Ara sıcaklarınız bile gelmeden balığı burnunuza dayamalarını kabul ederseniz, ilk servisten sonra istediğiniz şeyler için bir elinizi hep havada tutacaksınız ve tam bunlardan sıkılıp geceniz berbat edilmiş halde tam kalkacakken ara sıcaklığınızın masanıza intikalini göze alıyorsanız gidin. " (M34)

"verdiğimiz brisket siparişi bize verilen pişme süresinden 20 dakika daha geç geldi. Başlangıçlar ile ana yemek arasında bu kadar vakit geçmesi hatalı diye düşünüyorum,"(M48)

"Özellikle balık soğumasın diye sonradan söylemek istedik, ama anca pişer denildi ve her şey birden aynı anda masaya getirildi. Sanki bedava yiyiyormuşuz gibi, daha biz bitirmeden orta yaşlı garson tarafından masa toplamaya başlandı." (M73)

Zayıf Menü Alt Koduna Dair Görüşler

"kahvaltı kültürünün harika olduğu ülkemizde kahvaltıya çayın dahil olmaması ile başlayan şaşırmanın (ki tek yer sanırım), biz ekmek istemeden getirilmemesi, servis tabaklarının biz söylemeden masaya koyulmamasıyla devam etti." (M1)

"Vasat bir kahvaltı bence, köy kahvaltısı ile hiçbir alakası yok İstanbul'da ki birçok mekândan hiç bir farkı olmayan bir lezzet mevcut, beklentimiz en azından peynir çeşitliliği idi o da 2 çeşit olarak geldi kısacası normal bir kahvaltı için evet ama köy kahvaltısı için bize uymadı " (M6)

"balık restoranı değil de balık var demek için köşeye 3-4 parça balık konmuş gibiydi." (M11)

"sadece et çeşitleri var" (M40)

"mezelerde çeşit az" (M44)

"Çok fazla yemek seçeneği yok." (M51)

İçeceklerde Isı Dengesizliği Alt Koduna Dair Görüşler

"Temmuz ayında sıcak kola gelmesi oldukça tadımızı kaçırdı." (M1)

"İçecekler sıcak" (M16)

"sıcak korkunç ayran" (M51)

"su bu havada ılık bile denemez ısınmış su" (M64)

"Son zamanlarda çay buz gibi gelmeye başladı." (M66)

"Çay içmeye gittik arkadaşlarla böyle kötü bir servis görmedim çaylar buz gibi" (M66)

"içecekler soğuk değildi."(M75)

Sınırlı İçecek Yelpazesi Alt Koduna Dair Görüşler

"Yemeğin yanında özellikle sordum NANELİ AYRAN var mı? Diye. Evet cevabını aldım. Meğerse ayranı bardağa döküp içine taze büyükçe bir nane atmayı naneli ayran zannediyormuşsunuz" (M1)

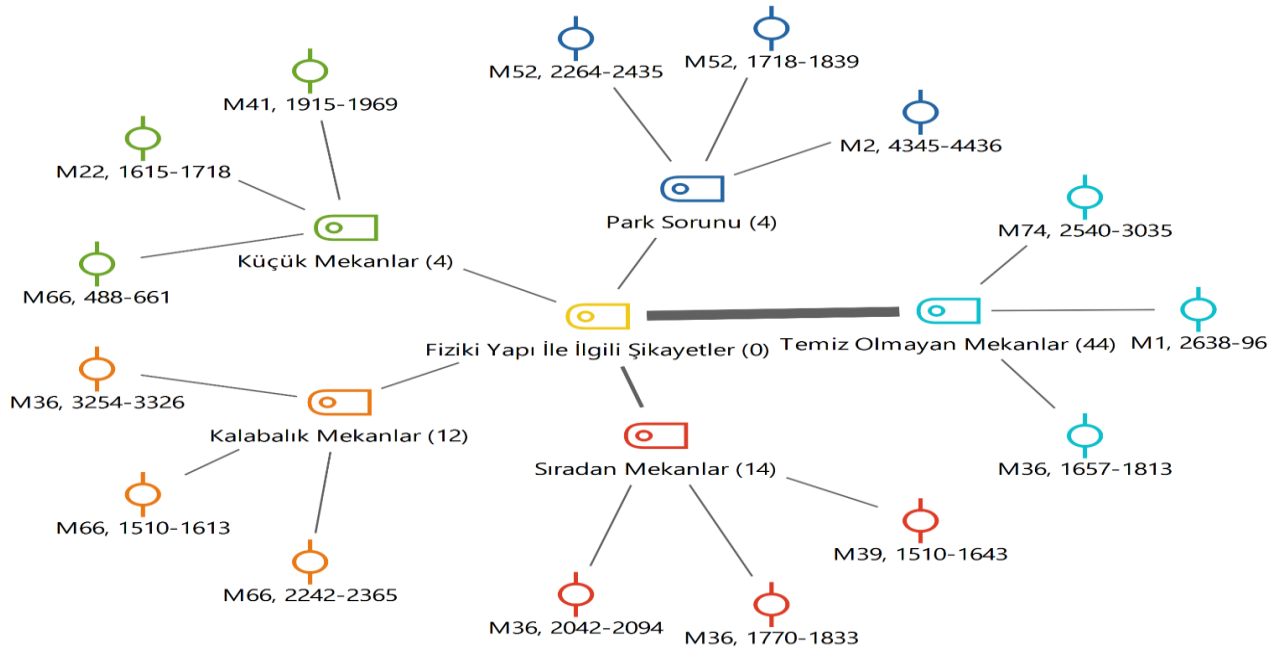
"Çay içicez, çay yok" (M4)

"şarap evi ama tek çeşit şarap sunuyorlar," (M4)

"Şarap içmek isterseniz seçeneklerin sınırlı olduğunu bilmeniz lazım, hatta kırmızı şarap için tek seçenek var. "(M27)

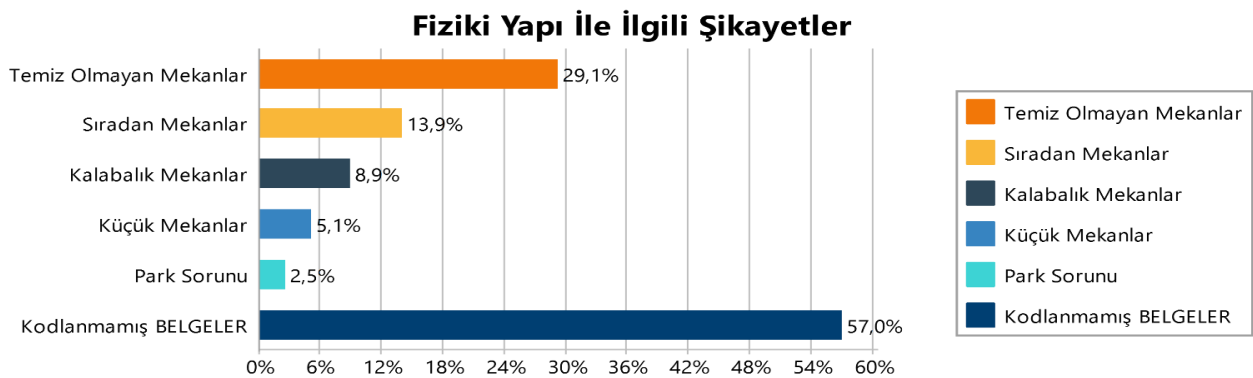
5.2. Fiziki Yapı ile İlgili Şikâyetler Teması

Bu bağlamda "fiziki yapı ile ilgili şikâyetler" teması "temiz olmayan mekânlar", "sıradan mekânlar", "kalabalık mekânlar", "küçük mekânlar", ve "park sorunu" olmak üzere 5 alt kategoride kod alt kod bölümler modeli oluşturularak incelenmiştir. "fiziki yapı ile ilgili şikâyetler" temasına yönelik kod alt kod bölümler modeli Şekil 4'deki gibidir;



Şekil 4: Fiziki Yapı ile İlgili Şikâyetlere Dair Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Fiziki yapı ile ilgili şikâyetler temasına ait alt kodlarda işletmelere yönelik ziyaretçiler farklı yoğunluklarda görüş bildirmişlerdir. Bu doğrultuda temiz olmayan mekânlar alt koduna 44 defa, sıradan mekanlar alt koduna 14 defa, kalabalık mekanlar alt koduna 12 defa, küçük mekanlar alt koduna 4 defa, park sorunu alt koduna 4 defa vurgu yapılmıştır. Ziyaretçilerin incelenen işletmelerdeki fiziki yapı ile ilgili şikâyetlerine dair vurgu yoğunluklarının yüzdelik değerlendirmesi aşağıdaki Şekil 5 'deki gibidir.



Şekil 5: Fiziki Yapı ile İlgili Şikâyetlere Dair Alt Kod İstatistiği

Ziyaretçilerin mekânlara yönelik fiziki yapı ile ilgili şikayetlerine yönelik görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

Temiz Olmayan Mekanlar Alt Koduna Dair Görüşler

"lavaboları böyle bir mekân için fazlasıyla kirliydi. Tuvaletleri çok kirli. "(M1)

"hijyen sıfır yani mekân çok pis" (M7)

"Ortamda ise her yerde pislikler var hem bungalovların bulunduğu alan hem de sahildeki şezlonglar pislikten geçilmiyor. "(M23)

"tuvaleti leş gibi asla temizlenmemiş ve mutfağın içinde hemen." (M28)

"temizlik konusunda sınıfta kalır. Özellikle tuvaletlerin temizliğine özen gösterilmiyor ve aynı durum tabak, bardak temizliği konusunda da görülebiliyor" (M36)

"Sineklerle kahvaltı yapacak kadar doğa dostuysanız tercih edebilirsiniz "(M50)

"Son gittiğimde son derece bakımsızdı. Gelen bardak tabak vs pislik içindeydi. Söylememize rağmen kimse zahmet edip de değiştirmede. Girip mutfakta kendimiz yıkadık. Mutfağın durumu çok daha kötüydü. Tuvaletini ve soyunma kabinlerini saymıyorum bile. Şezlong üstündeki minderler yırtık pırtık ve kirli. Duş parmak kalınlığında akıyor, rüzgarla birlikte yön değiştiren sudan faydalanmak için Mevlevi gibi dönmeniz gerekiyor. Sonuç olarak mekân 'beni elden geçirin' diye bas bas bağırıyor" (M74)

Sıradan Mekanlar Alt Koduna Dair Görüşler

"Çok sıradan bir yer" (M10)

"Çok sıradan " (M20)

"Özellikle tercih edilecek bir mekan değil, sıradan" (M36)

"özgün hiçbir ürünü olmayan sıradan gözleme ve çayların sunulduğu köylülerin turizm bilincinden uzak hizmet ettiği bir evin bahçesi. " (M39)

"Yurdun herhangi bir yerinde bulunabilecek türden" (M52)

Kalabalık Mekanlar Alt Koduna Dair Görüşler

"aşırı kalabalıktı, servis ise bu kalabalığa göre yetersizdi." (M34)

"ortam kalabalık huzurlu bir yemek isterseniz pek uygun bir mekân değil" (M36)

"Özellikle pazar günü iğne atsan yere düşmez" (M50)

"Oturma yerleri küçük ve kalabalık" (M63)

"Masalar Birbirine çok yakın yani mekân kalabalık olsun ve daha fazla para kazanayım diye bu kadar uğraşması garibime gitti" (M66)

Küçük Mekanlar Alt Koduna Dair Görüşler

"Restoran'ı komple ayna ile donatmışlar. Dışardan bakınca kocaman görünüyor ama aslında küçük bir dükkân"(M22)

"masalar küçük dört kişi rahat bir yemek yiyemiyorsunuz"(M41)

"küçük bir köfte salonu" (M58)

"Ayrıca masalar birbirine yapışık gibi. Çevrenizde konuşulan her şeyi duyabileceğiniz, sizinde çevrenizdekiler tarafından duyulabileceğiniz pek de rahat olmayan kötü bir yer"(M66)

Park Sorunu Alt Koduna Dair Görüşler

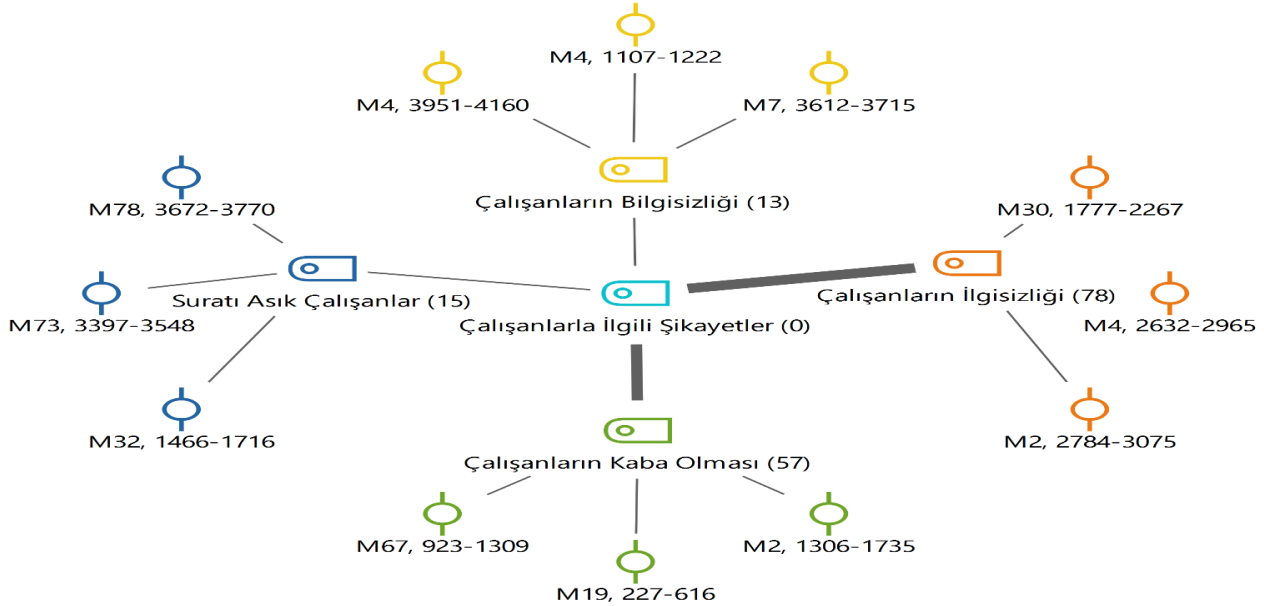
"otelin açık otoparkına aracınızın anahtarını teslim almadan park etmenize izin verilmiyor" (M2)

"otopark sorunu var"... "arabayla gidecekseniz marinaya kadar sakın inmeyin park etmek çok zor ve otoparkta çok pahalı yürüyerek gezebilirsiniz "... "antik limana arabayla girmek neredeyse imkansız, 10

liralık dondurma yemek için kale tarafına arabayı bırakıp ve 10TL park parası verip bir o kadar da yürümek gerekiyor"(M52)

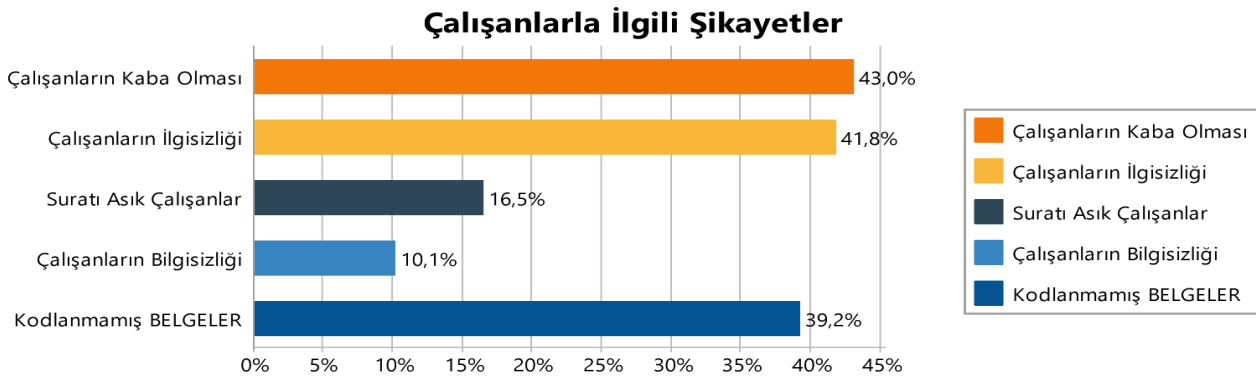
5.3. Çalışanlarla İlgili Şikâyetler Teması

Bu bağlamda “çalışanlarla ilgili şikâyetler” teması “çalışanların ilgisizliği”, “çalışanların bilgisizliği”, “suratı asık çalışanlar” ve “çalışanların kaba olması” olmak üzere 4 alt kategoride kod alt kod bölümler modeli oluşturularak incelenmiştir. “çalışanlarla ilgili şikâyetler” temasına yönelik kod alt kod bölümler modeli Şekil 6’daki gibidir.



Şekil 6: Çalışanlar İle İlgili Şikâyetlere Dair Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Çalışanlar ile ilgili şikâyetler temasına ait alt kodlarda işletmelere yönelik ziyaretçiler farklı yoğunluklarda görüş bildirmişlerdir. Bu doğrultuda çalışanların ilgisizliği alt koduna 78 defa, çalışanların kaba olması alt koduna 57 defa, suratı asık çalışanlar alt koduna 15 defa, çalışanların bilgisizliği alt koduna 13 defa, vurgu yapılmıştır. Ziyaretçilerin incelenen işletmelerdeki çalışanlar ile ilgili şikâyetlerine dair vurgu yoğunluklarının yüzdelik değerlendirmesi aşağıdaki Şekil 7’deki gibidir.



Şekil 7: Çalışanlar İle İlgili Şikâyetlere Dair Alt Kod İstatistiği,

Ziyaretçilerin çalışanlar ile ilgili şikâyetlerine yönelik görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

Çalışanların İlgisizliği Alt Koduna Dair Görüşler

"garsonların tavırları ve hareketleri ilgisizliği kötüydü" ... "Restorana girdiğinizde çalışanlar masa bile göstermedi bizimle iletişime geçerken sözün yarısında başka işle ilgilenip pardon ne diyordunuz gibi tavırlara girdiler. Mekânın konumu güzel oturmamız için menüsü hakkında bir fikrim yok ancak çalışanlardan dolayı benim için hayal kırıklığı" (M2)

"müşteri şikâyetlerini hiç ciddiye almıyor ve tersliyor buna kendim bizzat şahit oldum "(M4)

"Adam seçiyorlar, çok bahşiş verdiğinizde herkes pervane 3 5 hafta bahşiş bırakmayın aynı servis elemanı hemen kaliteyi hitabı ve ürün kalitesini düşürüyor." (M5)

"Geldik, servis açılmadı. Su alabilir miyiz dedik 9 kişiydik tek tek neredeyse su istendi ama maalesef en son gidip kalkıp kendimiz almak zorunda kaldık. İkinci su istediğimizde nedense şef garson atarlı bir şekilde servisi açıcım birazdan deyip uzun süre suratıma baktı." (M6)

"Karşılama zayıf. Garsonlar da çok ukala ve ilgisiz" (M30)

"servis resmen önümüze atıldı içki içilen masalarda ilgi alaka süper ekmek istedik dikkatimizi çeken her masada sepete konulmuş üstü bezle örtülü ekmek gelişi güzel bir servis tabağının içinde ve resmen kurumuş " ... "zaten ilk masaya sipariş almaya geldiklerinde alkol istemezseniz ilgi sıfıra yakın. Garsonlar çok ilgisiz." (M75)

Çalışanların Kaba Olması Alt Koduna Dair Görüşler

"Garsonlar suratsız, insana köpek gibi muamele ediyorlar. Sipariş vermek istiyorsun yüzüne bakmıyorlar, görmezden geliyorlar." (M1)

"kalitesiz hizmet anlayışı ve saçma çalışan başka hiçbir restoran görmedim. Doğum günümü kutlamak için 5 saat yol gidip, günler öncesinden rezervasyon yaptırıp pasta organizasyonu yapmalarını istedik. Ve gecenin sürprizi!!! Çalışan karaktersiz arkadaşlar pastamın başka masaya verildiğini söyledi gülerken dalga geçer gibi bir de diyorlar ki " Biz size kahve ısmarlayalım hahahaha" ASLA ve ASLA tavsiye etmediğim bir yer"... "Güvenilmez bir yer, çalışanlar da kaba..."(M2)

"Rezervasyonsuz gittiğimiz boş masa olduğu halde ilgilenemeyeceklerini söyleyerek kibarca kovmalarına maruz kaldık. İlgisiz kaba personelleri de tuzu biberi oldu asla tavsiye etmiyorum!"(M4)

"Rezervasyon yaptıran birine öğrenci misiniz gibi sorular sormak burası restoran burada yemek yeniyor biliyorsunuz değil mi gibi cümleler kurmak nasıl bir işletmecilik anlayışıdır bilinmez! Öğrenci ya da çalışan olmamız neyi değiştirecek? Müşterilerinize gelir düzeyine göre mi muamele yapıyorsunuz? Bu şekilde devam ederseniz öğrenci olmayan bir sürü müşterinizi de kaybedeceksiniz."(M19)

"başıboşluk dalga geçiyorlar."(M32)

"balık paket yaptırmak için girdim ne alacağıma karar vermek için balıkları incelerken kasada duran terbiyesiz adam "ne oldu canınız mı çekti yalandınız" dedi" (M41)

"Çok rezalet bir işletme yönetimi . Kaba bir işletme yetkilisi. 1,5 saat beklemiş bir müşterinin yan masasına 5 dk önce oturmuş bir müşteriye bizden önce servis yapıp sonra kalkıp hayır yok deyip müşteri şikâyetini dinlemeden müşteri dövmeye kalkan kaba ve iğrenç bir işletme yetkilisi var"(M45)

"personellerden bir tanesinin (adını vermem hedef göstermek olur o yüzden paylaşıyorum) laubali tavırlarını 4 gün boyunca tatlı sert idare etmek durumunda kaldık. En son yanımdaki kadın arkadaşımı zor durumda bırakacak bel altı sözler sarf edince artık uyardım, özür dilemesini rica ettim maalesef özür bile dilemek zor geldi kendisine. Devamlı el şakaları, ölçüsünü aşan laflar..." (M67)

"beğenmiyorsanız gidin" sözüyle karşılaştık... "Müşteri memnuniyetinden sizin için önemli değil mi" dediğimizde ise, "1966'dan beri varız, müşteri memnuniyetini siz mi öğreteceksiniz bize" sözleriyle karşılaşp ayrıldığımız mekan... Tavır "kusura bakmayın haklısınız" şeklinde olsaydı lezzetlerini tadabilir o anlamda yorum yapabilirdik."(M78)

Suratı Asık Çalışanlar Alt Koduna Dair Görüşler

"personel suratsız daha ne olsun ki !" (M16)

"çalışanları aşırı suratsız hele ki o kasada duran kilolu sarı kadın tam bi rezalet böyle bi işletmecilik görmedim ne hoş geldin diyor ne sorduğun soruya bi cevap veriyor böyle suratsız insanların olduğu mekana asla gitmem kimseye tavsiyede etmem!" "Suratı sirke satan garsonlar , ne sorarsan yok diyor. O zaman dükkân neden açık. " (M32)

"Çalışanların suratı 5 karış."(M46)

"Servis berbat...!! Suratlar beş karış"(M50)

"Bu kadar suratsız servis yapan bir yer daha ömrümde görmedim."(M52)



"Sahibinin ve personelin hiç gülmeyen yüzünden dolayı artık oraya gitmiyoruz."(M66)

"Orta yaşlı garson sürekli somurtur vaziyetteydi. Sürekli gelmiyor isen seni tanımıyorlarsa mc donalds gibi nefes almadan bitirip kalkmanı bekliyor"(M73)

"çalışan garsonlar çok suratsız ilgisiz, işlerini severek isteyerek yapmadıkları o kadar belli ki.."(M78)

Çalışanların Bilgisizliği Alt Koduna Dair Görüşler

"çok fazla yoğunluğu kaldıramayan isten anlayan personel yerine ergen çalıştıran bir işletme" (M4)

"Personel ilgili ama bilgisiz. Peynir tabakları yetersiz, şaraptan pek anlayan personel yok" (M36)

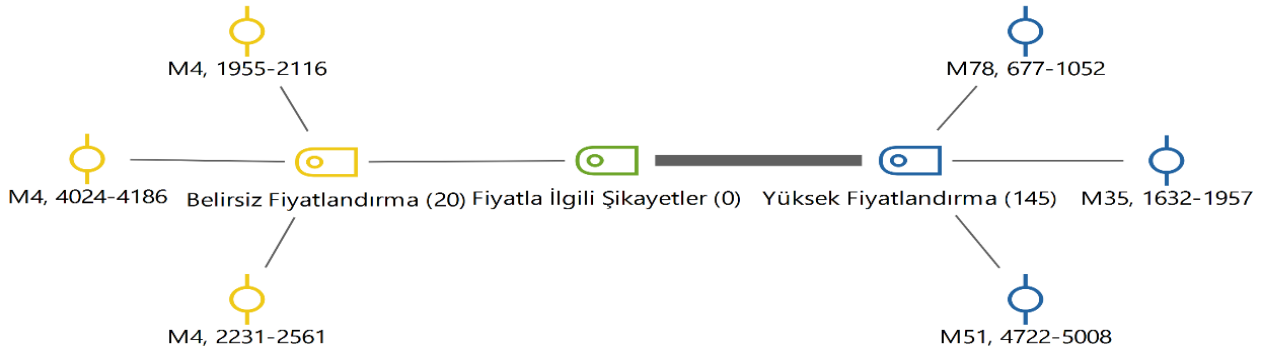
"çalışanlar acemi çoluk çocuk bir şey istediğinizde en az 15 dakika bekleyeceğinizi bilin"(M44)

"Eğitim eksikliği kendini bariz olarak hissettiriyor" (M60)

"çalışanların tecrübesiz ve müşteri ile iletişimi 0."(M63)

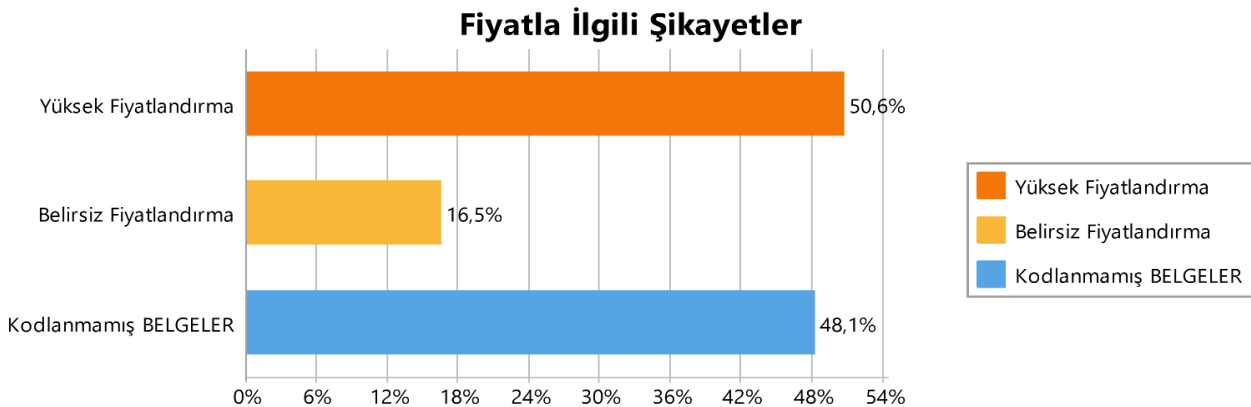
5.4. Fiyat ile İlgili Şikâyetler Teması

Bu bağlamda "fiyat ile ilgili şikâyetler" teması "yüksek fiyatlandırma" ve "belirsiz fiyatlandırma" olmak üzere 2 alt kategoride kod alt kod bölümler modeli oluşturularak incelenmiştir. "Fiyat ile ilgili şikâyetler" temasına yönelik kod alt kod bölümler modeli Şekil 8' deki gibidir;



Şekil 8: Fiyat İle İlgili Şikâyetlere Dair Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Fiyat ile ilgili şikâyetler temasına ait alt kodlarda işletmelere yönelik ziyaretçiler farklı yoğunluklarda görüş bildirmişlerdir. Bu doğrultuda yüksek fiyatlandırma alt koduna 145 defa, belirsiz fiyatlandırma alt koduna 20 defa, vurgu yapılmıştır. Ziyaretçilerin incelenen işletmelerdeki fiyat ile ilgili şikâyetlerine dair vurgu yoğunluklarının yüzdelik değerlendirmesi aşağıdaki Şekil 9 'daki gibidir.



Şekil 9: Fiyat İle İlgili Şikâyetlere Dair Alt Kod İstatistiği

Ziyaretçilerin fiyat ile ilgili şikâyetlerine yönelik görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

Yüksek Fiyatlandırma Alt Koduna Dair Görüşler

"fiyatlar aşırı yüksek, tamamen giydirme üzerine politika geliştirmişler. " (M1)

"bayram diyerek altın vuruş yapmaya çalışan mezelerin küçücük ama fiyatların Bebek fiyatında bir mekan.4 tane incecik ızgara kalamar 40 lira, 2 kişilik sakata 50 lira" (M4)

"Gereksiz pahalı, bir porsiyon barbuna iki adet koyup 90 liraya satıyorlar" (M8)

"menü olmadığı ve fiyatları bilmeden sipariş verdiğimiz için hesap öderken kısa süreli bir şoka uğradık. Manlama 20 TL, pahalı diyemem ancak zeytinyağlı tabağına 50 TL dediklerinde şok olduk. Resmen turistik yeri kullanarak insanları kazıklamaktan başka bir şey değil. Mutlaka fiyatlarının elden geçmesi gereken bir mekan."(M35)

" fiyatlar inanılmaz kazık. Kazığın da ötesinde. Ambiyans fena değil ama ederinin çok üzerinde fiyatlarla yemek servisi yapması insanı korkutuyor. "(M37)

"Fiyatlar olması gerekenden çok yüksek" (M46)

"fiyatlar epey yüksek"(M48)

"fiyatlar ise tavan"(M50)

"Pirinç çorbası tamam o güzeldi ama bir pirinç çorbası güzeldi diye de 85 liralık hesabı normal kabul etmemi beklemesin kimse. 2 porsiyon köfte (4'er adet orta büyükte), 1 pirinç çorbası, 1 Girit Ezmesi (porsiyonda 2 adet var), ayran için ödediğimi para 85 Lira. Para kolay kazanılmıyor"(M51)

"Fiyat olarak çok pahalı, örnek vermek gerekirse mercan balığının kilosunu 300 TL'den satıyorlar. Porsiyonları küçük. Gelen hesabı incelediğinizde servis ücreti adı altında ayrı bir ücret, ekmek başlığı ile başka bir ücret ile karşılaşıyorsunuz." ... "Parasını kesinlikle hak etmeyen bir mekân. Sadece iki kişi olmamız ve içki kullanmamamıza rağmen hesap çok yüksek geldi, ayrıca hem %10 servis ve hem kuver eklenmesi çok çirkin" "(M75)

"Ödediğim ücretten bahsetmek istemiyorum. Kilosu 10-15 lira olan bu balığa ne kadar ödediğimi yazarsam kendimi daha da enayi gibi hissedicim." (M77)

"iki parça mantarla kızarmış keçi peynirine 40'ar TL hesap ödemek sinir bozucuydu"... "birçok yerde balık yemişliğimiz vardır böyle bir hesap ödemedik. Ödediğim hesap içime oturdu. İlla yiyecekseniz de fiyatları önden sorun ki şok yaşamayın."(M78)

Belirsiz Fiyatlandırma Alt Koduna Dair Görüşler

"Menü ve fiyat belirsiz"(M3)

"Fiyatları mutlaka kontrol edin (Gidilmemesi tavsiye edilir) Küçük kuyunun doğallığına yakışmayan müşterilerin cebine odaklanmış yer. Fiyat sormadan su içmeyin. "... "Fiyatlar menüde yazandan farklı, aldanıp paranızı çöpe atmayın."... "Tabelada balık + çorba+ salata 25 TL yazıyor. Hem de hemen tüm balıklar. Menü almasanız da fiyatı oranlıyorsunuz fakat gelen hesap sadece bir balık porsiyon 25 TL." (M4)

"Menü yok, keyfi bir fiyatlama var."(M8)

"Hizmet vasat altı. Doğum günü pastasını kesmek için getirdikleri bıçağı vermek için bıçak kesmiyor klişesiyle para isteyip insanı zor durumda bırakıyorlar."(M37)

"menüdeki fiyatla kasada çıkan fiyat farklı,3kişiyede fazla hesap çıkardılar"(M57)

"Yabancı olduğunuzu anladıklarından tumturaklı fiyatları hesap diye söylüyorlar" (M72)

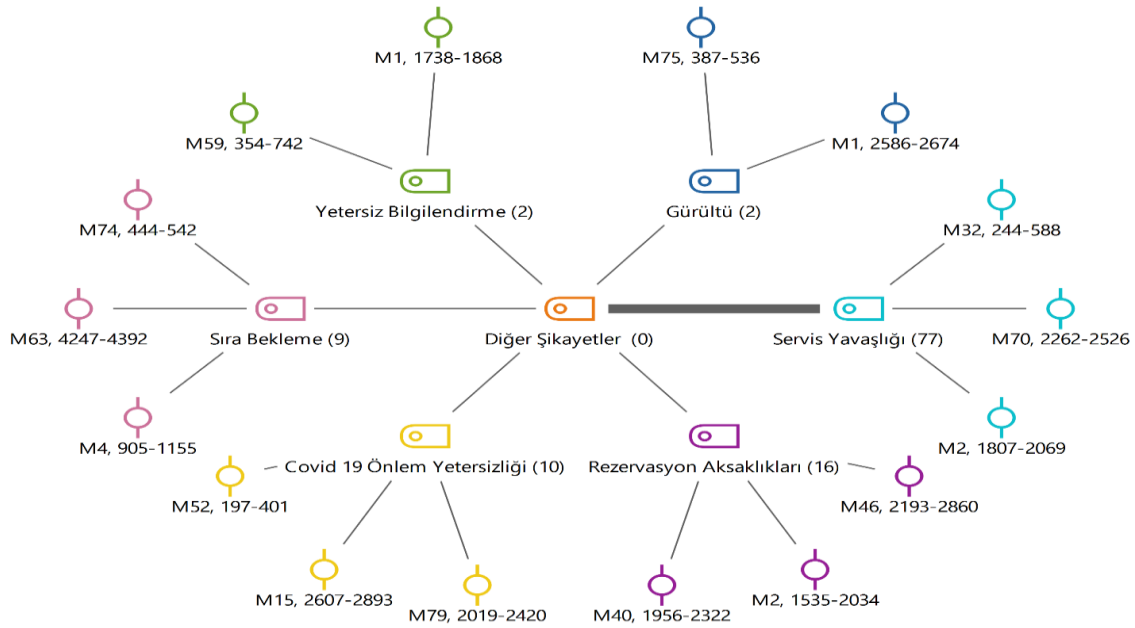
"ilk başta menü isteyince yasaklandı diye küçük bir yalanları var Çünkü müşteri fiyatları görmesin diye 3 porsiyon barbun 1.5 porsiyon köfte içecekler 500 TL"(M73)

"akşam yemeği için gittiyseniz kazık ve balık fiyatını mutlaka pazarlık yapın. Garsonlar adama göre muamele. " (M75)

"Menüde balık fiyatlarını yazmamışlar zaten, daha sonra hesapta şaşırmamanız için öncesinde balık fiyatlarını sorun derim."(M78).

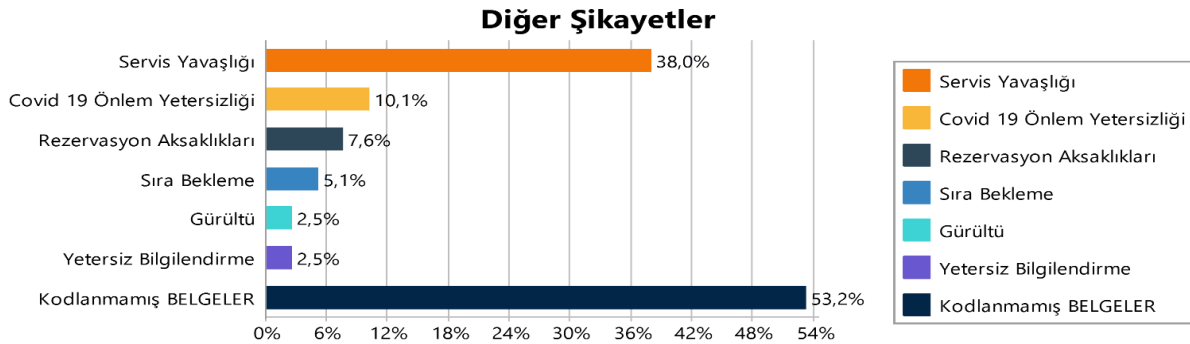
5.5. Diğer Şikâyetler Teması

Bu bağlamda "diğer şikâyetler" teması "servis yavaşlığı", "rezervasyon aksaklıkları", "Covid 19 önlem yetersizliği", "sıra bekleme", "yetersiz bilgilendirme" ve "gürültü" olmak üzere 6 alt kategoride kod alt kod bölümler modeli oluşturularak incelenmiştir. "Diğer şikâyetler" temasına yönelik kod alt kod bölümler modeli Şekil 10' daki gibidir;



Şekil 10: Diğer Şikâyetlere Dair Kod Alt Kod Bölümler Modeli

Diğer şikâyetler temasına ait alt kodlarda işletmelere yönelik ziyaretçiler farklı yoğunluklarda görüş bildirmişlerdir. Bu doğrultuda servis yavaşlığı alt koduna 77 defa, rezervasyon aksaklıkları alt koduna 20 defa, Covid 19 önlem yetersizliği alt koduna 10 defa, sıra bekleme alt koduna 9 defa, yetersiz bilgilendirme alt koduna 2 defa ve gürültü alt koduna 2 defa vurgu yapılmıştır. Ziyaretçilerin incelenen işletmelerdeki diğer şikâyetlerine dair vurgu yoğunluklarının yüzdelik değerlendirmesi aşağıdaki Şekil 11'deki gibidir.



Şekil 11: Diğer Şikâyetlere Dair Alt Kod İstatistiği

Ziyaretçilerin fiyat ile ilgili şikâyetlerine yönelik görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

Servis Yavaşlığı Alt Koduna Dair Görüşler

"Çok kötü bir yer. Servis çok geç geliyor"(M1)

"dört porsiyon köfte köfteler bize tam yarım saatte geldi"(M2)

"servis berbat ötesi berbat saatlerce bir şeyler gelsin diye bekledik sürekli garsonları uyardık filan o kadarki canımız sıkıldı fenalık geldi." "Ara sıcaklar abartısız 45dk lık arayla geldi (önce kalamar, 45dk sonra ahtapot ve karides). Onlar gelene kadar mezeyle doyduğumuz için tabakta bırakıp kalktık"(M30)

"Her halde nasıl olsa iş yapıyoruz mantığıyla sipariş verdiniz mi 1 saat 20 dakika oldu arıyorsun şimdi gelecek geliyor diyorlar" (M32)

"Personeli servis açısından zayıf, servis süresi çok uzun, bir şişe suyun gelmesi 15 dakika sürüyor"(M36)

"sipariş verdim saat 19:00 tam üzerinde 2 saat geçti ve hala daha bana saçma sapan sebeplerden ötürü gelmediği bahsediliyor rezillik diz boy" (M37)

"verdiğiniz yemek siparişini hemen geliyor abi klişesiyle 50 dk sonra getiren manzaradan başka hiçbir artısı olmayan bir daha gidilmemesi gereken mekan."(M42)

"tam 1 saat 10 dakikada pizzamız elimize sonunda ulaştı ve soğuktu" (M56)

"Servis kötü geç geliyor"(M59)

"bizden başka sadece 2 kişi olmasına rağmen, ekmek, su bile 15 dakikada teker teker geldi."(M61)

"1,5 saattir siparişimizi getirmeyen işletme," "Verdiğiniz sipariş için 25 dk bekliyorsunuz (45 dk bekledim diye bir müşterinin şikayet ettiğine şahit olduk.). " (M63)

"az yarım saat beklemeyi göze almalısınız" "döneri değil bekletmesi meşhur galiba. Gelirken bekleyeceğimizi biliyordum ama hazırlıklı olmamıza rağmen beklemek sinir bozucu çünkü bekletmesi için bir sebep yok. Bu bir taktik. Özlemle bekliyorsunuz ve servis edilince de ister istemez güzel geliyor. " (M70)

"verdiğiniz sipariş çok geç geliyor" "Su geliyor rakı gelmiyor rakı geliyor ekmek eksik, ekmek geliyor mezeler yok". "bir çayın defalarca istenip 1 saat sonra geldiği yer" (M75)

"servis aşırı yavaştı."(M77)

Covid 19 Önlem Yetersizliği Alt Koduna Dair Görüşler

"garsonların üstleri pis ve maskesiz takar misiniz deyince laf sokuyorlar hayal kırıklığına uğradım"(M4)

"hiçbir çalışanın maske takmaması nedeniyle yemeğimizi hızlıca yiyerek restoranttan ayrıldık. Pandemi döneminde, bize göre, bir restoranttan iyi olmasını sadece yemeklerin güzelliği ve servis belirlemiyor. Bu dönemde her restoran çalışanlarına maske taktırmalı, sorumlu davranmalı "(M15)

"Sosyal mesafe kuralları diye bir şey söz konusu değil. "(M46)

"sosyal mesafeye zaten uyulmuyor, masalarda dezenfektanı geç alkol derecesi bile olmayan kolonya benzeri bir ürün var" (M50)

"Dondurmaları güzel fakat korona önlemi sıfır, o yüzden dondurmalarını sevmeme rağmen yemedim. Hiçbir hijyeni olmadan waffle yapıp, maskesiz çıplak elle dondurma yapıyorlar. Uyardığımda maskeyi taktılar."(M52)

"Mekan çok küçük bir kaç katlı ama sosyal mesafe falan hayal resmen sırt sırta verip yemek yiyorsunuz" (M63)

"servis özensizdi, getirdikleri zeytin tabağı başka masadan alınıp önümüze konmuş gibiydi, ekmek yine aynı şekilde... En azından insan pandemi sürecinde dikkat eder, bunu yapmaz...!"(M73)

"haşlama yumurta istedim ve dedim ki iyi pişsin ve soğuk suya tutun sıcak soymak zor oluyor dememe rağmen 3 defa pişmemiş yumurta geldi en son gelen yumurtayı da haşlanmış kabuğu soyulmuş ve musluk suyuna tutularak soğutulmuş getirildi, soruyorum PANDEMİ döneminde bu olacak iş mi haliyle yumurtayı da yemedim kahvaltıyı da tam yapamadım burnumdan geldi misafirime olan mahcupluğumda işin bonusu oldu."(M79)

Rezervasyon Aksaklıkları Alt Koduna Dair Görüşler

"rezervasyon tarafı çok sıkıntılı. Bir akşam yemek yedik memnun kaldık ertesi akşam için rezervasyon yaptırdığımız masayı başkalarına vermişler!" (M2)

"gün içinde rezervasyon yok dediler (Makul karşılanabilir), ertesi gün yok dediler (Makul karşılanabilir), 15 gün yok dediler...eee yani" "1buçuk hafta öncesinden arayıp 7 kişilik rezervasyon yapmak istedim ancak aldığım cevap çok saçma oldu. Sezon olmasından dolayı Grup masası ve çocuklu müşteri alamayacağını iletti. Üstelik grup masaları olduğunu biliyorum resmen çocuk istemediler sanıyorum" (M27)

" gündüzden rezervasyon yaptırmamıza, özellikle masa belirtmemize ve onlar da onaylamasına rağmen telefonla görüşmemişiz gibi alakası bile olmayan köhne bir masaya atılmışız. Nedenini sorduğumuzda da "zaten iki kişisiniz oturun işte" gibi saçma sapan bir cevap aldık. Rezervasyonumuz falan umurlarında değil. Oturacaksanız burası var bir tek diyorlar bir de. "(M40)

"Gitmeden 1 gün önce bizzat giderek rezervasyon yaptırmak istediğimizi söyledik ve hem kalabalık olacağımız için hem de -kahvaltı, plaj, akşam yemeği- şeklinde tüm günü orada geçirmeyi planladığımız için köşe masayı ayırmalarını rica ettik. Rezervasyonu alan bayan rezervasyonumuzu "masa 1" şeklinde

not düşerek aldı. Ertesi gün gittiğimizde bize -hala ellerindeki rezervasyonumuzda masa 1 yazdığını görmemize rağmen- o masanın dolu olduğunu söylediler ve 14 kişi olduğumuz halde 8 kişilik masayı önerdiler. 45 dakika masa gerginliği yaşadık, yanımızda misafirlerimiz de olduğu için konuyu daha fazla uzatmamak adına kahvaltıda sıkış sıkış da olsa idare ettik" (M46)

"kaç gün önceden aradım geri dönüş yapıldı, istediğim gün için tüm masalar bos dediler en üst kattaki terasa rezervasyon yaptım, hiç alakası yok en alt katta en sıkışık yeri ayırmışlar"(M75)

"rezervasyon yapıp gittiğimiz restoranda, sözünü ettikleri son masayı bize sundular. Ardiyeden bozma bir köşede etrafında soğan, bardak ve çöp kasalarının olduğu, diğer tarafında da pazar muşambalarının buruşturulup atıldığı son derece çirkin bir masa ile karşılaştık."(M78)

Sıra Bekleme Alt Koduna Dair Görüşler

"akşam 8 den sonra gidilmemesi gerek yoksa ayakta sıra bekleyip sonra da sipariş vermek için yarım saat, yemeğin gelesi için de bir o kadar daha bekleyip 10a doğru yemeğinizi yerken sizden sonra gelen bazı masaların kalkmakta olduğunu görebilirsiniz"(M4)

"Aşırı yoğunluktan dolayı uzun bir süre bekledik. Sıra numarası veriyorlar. o kadar bekleyeceğimizi bilsek asla gitmezdik resmen 40dk bekledik. Gittiğimizde hem çok sıra vardı. Servis verdikten sonra çok fazla bekleme süresi var. Sipariş sistemleri nedeni ile 1 saat bekledikten sonra lezzeti beklentiye karşılamayan bir yer. Elektronik sıra sistemi koymuşlar, üst kata oturduk bizden sonraki müşterilerin siparişi geldi bizim ki 40 dakika gelmeyince para iadesi istedik"(M63)

"45 dk kaşarlı pide mi beklenir,"(M72)

"On dakika ayakta dikilmemize rağmen bize hayalet muamelesi yapılmasına bir türlü akıl erdiremedik" (M74)

Gürültü Alt Koduna Dair Görüşler

"çalan müziklerin sesi çok yüksek. Karşınızdaki ile sohbet etmeniz bile mümkün olmuyor. "(M1)

"aile ortamı yaratmaya çalışmak gibi yaratılan ortam oldukça gürültülüydü. Birinin evine gidip oturmuşuz da rahatsızlık veren bizmişiz gibi hissettim"(M75)

Yetersiz Bilgilendirme Alt Koduna Dair Görüşler

"gurme Akava kahvaltıda çay sınırsız yazmasına rağmen sadece kişi başı bir bardak çay hakkımız olduğu söylenip ekstra ücret alındı"(M1)

"Kahvaltı istediğimizi söyleyince bize 3 seçenek olduğunu söylediler. Biz de ege kahvaltısını seçtik. Kahvaltı geldi ve listede olan boyoz, tereyağı, turunç reçeli, su böreği masamızda yoktu. Garsona durumu söyleyince ellerinde o malzemelerin olmadığını onların yerine pişi verdiklerini söylediler. Gelen de 3 tane küçük pişi. Sonra ekstradan simit verdiler rica minnet. O da bayattı."(M59)

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren toplam 79 restoran işletmesinde müşteri şikâyetlerine yönelik olarak "çalışanlarla ilgili şikâyetler", "fiziki yapı ile ilgili şikâyetler", "fiyatla ilgili şikâyetler", "yiyecek-içeceklerle ilgili şikâyetler" ve "diğer şikâyetler" olmak üzere 5 ana tema belirlenmiştir. "Yiyecek-içeceklerle ilgili şikâyetler" incelendiğinde; lezzetsiz yemekler %57.0, küçük porsiyonlar %30.4, hijyen yetersizliği %24.1, yemek zamanlaması %15.2, zayıf menü %13.9, içeceklerdeki ısı dengesizliği %7.6 ve sınırlı içecek yelpazesinin %5.1 oranlarında olduğu ortaya çıkmıştır. İkinci olarak restoran işletmelerinde fiziki yapı ile ilgili şikâyetler incelendiğinde; "temiz olmayan mekânlar", "sıradan mekânlar", "kalabalık mekânlar", "küçük mekânlar" ve "park sorunu" olmak üzere 5 alt kategori ortaya çıkmıştır. Temiz olmayan mekanlar %29.1, sıradan mekanlar %13.9, kalabalık mekanlar %8.9, küçük mekanlar %5.1 ve park sorunu %2.5 olarak şikâyetlerin oranları belirlenmiştir. Üçüncü olarak restoran işletmelerinde çalışanlarla ilgili şikâyet temaları belirlenmiş ve çalışanların ilgisizliği, çalışanların bilgisizliği, surati asık çalışanlar ve çalışanların kaba olması olmak üzere 4 alt kategori ortaya çıkmıştır. Çalışanlarla ilgili şikâyetler incelendiğinde, çalışanların kaba olması %43, çalışanların ilgisizliği %41.8, surati asık çalışanlar %16.5, çalışanların bilgisizliği %10.1 olarak karşımıza çıkmaktadır. Dördüncü olarak restoran işletmelerinde fiyatla ilgili şikâyetler teması "yüksek fiyatlandırma", ve "belirsiz fiyatlandırma" olmak üzere 2 alt kategoride ortaya çıkmıştır ve yüksek fiyatlandırma %50.6 ve belirsiz fiyatlandırma %16.5 oranlarıyla karşımıza çıkmaktadır.



Beşinci olarak restoran işletmelerinde “diğer şikâyetler” teması altında “servis yavaşlığı”, “rezervasyon aksaklıkları”, “Covid 19 önlem yetersizliği”, “sıra bekleme”, “yetersiz bilgilendirme”, ve “gürültü” olmak üzere 6 alt tema ortaya çıkmıştır ve servis yavaşlığı %38, Covid 19 önlem yetersizliği %10.1, rezervasyon aksaklıkları %7.6, sıra bekleme %5.1, gürültü %2.5 ve yetersiz bilgilendirme %2.5 oranlarında karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak bu bulguları değerlendirdiğimizde, şikâyet konusu olarak en önemli unsurun fiziki yapı ile ilgili şikâyetler olduğu ortaya çıkmaktadır. Yine yiyecek-içeceklerle ilgili şikâyetler incelendiğinde “lezzetsiz yemekler” en büyük oranı oluşturmaktadır ve bu bulgu ile Albayrak (2013), Dalgıç vd. (2016), Taştan ve Kızılcık (2017)’in yaptığı çalışmaların bulguları uyum göstermektedir. Fiziki yapı ile ilgili şikâyetler incelendiğinde, “temiz olmayan mekânlar” en çok şikâyet edilen konu olmuştur ve bu bulgu DeFranco (2005) ve Olcay ve Özekici (2015)’nin araştırma bulgularıyla örtüşmektedir. Restoran işletmelerinde bir diğer şikâyet konusu çalışanlarla ilgilidir ve bulgular Erdem ve Yay (2017)’in bulgularıyla paralellik göstermektedir. Fiyatlarla ilgili şikâyetler diğer bir temayı oluşturmaktadır ve daha ziyade yüksek fiyatlandırma şeklinde karşımıza çıkmaktadır ve Emir (2011)’in çalışmalarının bulgularıyla örtüşmektedir. Diğer şikâyetler kategorisinde özellikle servisin yavaşlığı karşımıza çıkmaktadır ve bu bulgu Doğan vd.(2016), Kitapçı (2008), ve Özasan ve Uygur (2014)’un çalışma bulgularıyla uyumludur. Restoran işletmelerinde öncelikle yiyecek-içecekler hakkında şikâyetler yapılmıştır ve lezzetsiz yemekler alt teması ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle restoran işletmelerinin bu şikâyetleri azaltıcı yönde önlemler almaları ve müşteri beklentilerini karşılamaları ve hijyene önem vermeleri gerekmektedir. Bunun yanında fiziki yapı ile ilgili şikâyetler ana teması altında temiz olmayan mekânlar alt teması ön plana çıkmaktadır, bu nedenle restoran işletmelerinin mekânların temizliğine özen göstermeleri önemlidir. Restoran işletmelerinde çalışanlarla ilgili şikâyet ana teması altında özellikle çalışanların ilgisizliği ve bilgisizliği ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden çalışanlara hizmet kalitesini artırıcı yönde eğitimler verilmelidir. Öte yandan fiyatla ilgili şikâyetler ana teması açısından yüksek fiyatlandırma karşımıza çıkmaktadır, bu nedenle daha çok müşteri elde etmek ve müşteri sadakatini sağlamak açısından fiyatların müşteri beklentilerini karşılayacak şekilde ayarlanması gerekmektedir. Son olarak diğer şikâyetler ana teması altında servis yavaşlığı, rezervasyon aksaklıkları ve sıra bekleme faktörleri karşımıza çıkmaktadır ve bu sorunları etkin bir şekilde çözmek restoran işletmesinin performansını ve verimliliğini yükseltecektir.

Bu çalışma Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinde gerçekleştirilmiş nitel bir araştırmadır. Daha sonraki araştırmalarda nicel yöntemle çalışmalar yapılabilir ve bu çalışmalar farklı örneklem ve sektörlerde gerçekleştirilebilir. Bunun yanında ileriki araştırmalarda boylamsal çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Albayrak, Aslı (2013) “Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyete İlişkin Davranışlar”, *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 9(2), 24-51
- Arpacı, Özgür; Toylan, Nilüfer Vatansever, (2015), “Turizm İşletmelerinde Bilgi Yönetimi ve Bilgi Kaynağı Olarak Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi”, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 50-71
- Ayaz, Süleyman; Torlak, Ömer. (2011), “Yüksek Hızlı Tren (YHT) İle Seyahat Eden Yolcuların Şikâyet Etme Niyetini Etkileyen Faktörler” *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, pp.79-116
- Aykut, Oğuz Han, (2013), “Kişilik Özellikleri ile Tüketici Şikâyet Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum
- Aymankuy, Ş. (2011). Yerli Turistlerin İnternet Ortamındaki Şikâyetlerinin Satın Alma Kararlarına Etkileri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 14(25): 218-238
- Barış, Gülfidan. (2006), *Kusursuz Müşteri Memnuniyeti İçin Şikâyet Yönetimi*, Mediacat, İstanbul.
- Broadbridge, Adelina; Marshall, Julie, (1995), “Consumer Complaint Behaviour: The Case of Electronical Goods”, *Journal of Retail&Distribution Management*, Vol:23, No:9, pp.8-18
- Chaudhary, Abdul Haseeb, (2017), “Complaint Behavior of Mothers And Daughters In Pakistan”, *Social Behavior And Personality*, 45(10), pp.1723-1734
- Çalışkan, O. (2013). Restoran İşletmelerinde Hizmet Hataları, Hizmet Telafi Stratejileri ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3), 65-83

- Çeltek, E. (2013). *Turizm İşletmelerinde Elektronik Müşteri İlişkileri (E-MİY)*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Dalgıç, Ali; Güler, Ozan; Birdir, Kemal (2016) "Tripadvisor.com'da Yer Alan Restoran Şikâyetlerinin Analizi: Mersin ve Hatay'da Yöresel Yiyecek Sunan Restoranlara Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Special issue 1, 153-173
- Day, R. L.; Landon, E. L. (1977). *Towards a theory of consumer complaining behaviour*. In Woodside, A., Sheth, J., & Bennett, P. (Eds.), *Consumer and industrial buying behaviour*. Amsterdam: North Holland Publishing Company.
- DeFranco, Agnes; Wortman, James; Lam, Terry; Countryman, Cary (2005) "A Cross-cultural comparison of customer complaint behavior in restaurants in hotels", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(2), 173-190
- Doğan, Seden; Güngör, Mehtap Yücel; Tanrısevdi, Abdullah (2016) "Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: Kuşadası'ndaki Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma", *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, Sayı:9, 1-22
- Donoghue, Sune; Oordt, Chanelle Van; Strydom, Nina. (2016), "Consumers' Subjective and Objective Consumerism Knowledge and Subsequent Complaint Behaviour Concerning Consumer Electronics: A South African Perspective", *International Journal of Consumer Studies*, 40, 385-399
- Ekiz, E. H., Araslı, H., Farıvarsadri, G., ve Bavik, A. (2008). „Algılanan Adalet Kavramı Perspektifinde Etkin Şikâyet Yönetimi: KKTC Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma". *Sosyal Bilimler Dergisi* 19.
- Emir, Oktay (2011). Customer complaints and complaint behaviours in Turkish hotel restaurants: An application in Lara and Kundu areas of Antalya. *African Journal of Business Management*, 5 (11), 4239-4253.
- Gökdeniz, İsmail; Bozacı, İbrahim; Karakaya, Ertuğrul, (2011), "Şikâyet Yönetim Süreci Sonrası Memnuniyeti Etkileyen Faktörler Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:26, 173-185
- Gursoy, D., McCleary, K.W., Lepisto, L.R. (2003). Segmenting dissatisfied restaurant customers based on their complaining response styles. *Journal of Food Service Business Research*, 6(1), 25-44.
- Han, H.; Ryu, K. (2009). The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Restaurant Industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33, 487-510. <https://doi.org/10.1177/1096348009344212>
- Heung, Vincent C.S.; Terry Lam, (2003), "Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283 – 289
- Hirschman, Albert O. (1970), *Exit, Voice, And Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, And States*, Harvard University Press, Cambridge M.A.
- İbiş, Salim; Kızıldemir, Özgür; Çöp, Serdar (2019) "İstanbul'daki Çin Restoranlarına Yönelik Yapılan Yorumların ve E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 505-521
- Jones, David L.; McCleary, Ken W.; Lepisto, Lawrence R. (2002) "Consumer Complaint Behavior Manifestations for Table Service Restaurants: Identifying Sociodemographic Characteristics, Personality, and Behavioral Factors", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26(2), 105-123
- Jung, Kiju; Garbarino, Ellen; Briley, Donnel A.; Wynhausen, Jesse, (2017), "Blue And Red Voices: Effects of Political Ideology On Consumers' Complaining And Disputing Behavior", *Journal of Consumer Research*, Vol:44, pp.477-499
- Karasakal, Sezer (2017). Restoran işletmelerinde müşteri şikâyet davranışları: Literatür incelemesi., *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(3), 49-59.
- Karatepe, Osman 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

- Kılıç, Burhan; Ok, Serap (2012), “Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyetlerin Değerlendirilmesi”, *Journal of Yaşar University*, 7(25), 4189 - 4202
- Kılınç, Uğur; Saka, Emel (2019) “Şikâyet Yönetimi Ve Hizmet İyileştirme Stratejileri: Yiyecek İçecek İşletmeleri Örneği”, *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 463-486
- Kim, Jong-Hyeong; Chen, Joseph S. (2010) “The effects of situational and personal characteristics on consumer complaint behavior in restaurant services”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (1), 96-112
- Kitapçı, Olgun. (2008), “Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikâyet Davranışları: Sivas İlinde Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:31, Sayı:2, 111-120
- Köşker, Hasan, (2020) “Van Kahvaltı Salonları Hakkındaki Müşteri E-Şikâyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 524-539
- Lewis, B.R. and Spyropoulos, S. (2001), “Service failures and recovery in retail banking: the customer’s perspective”, *International Journal of Bank Marketing*, 19(1), 37-49.
- Lewis, Robert C.; Morris, Susan V. (1987) “The Positive Side of Guest Complaints”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 27(8), 13-15
- Liu, Yinghua; Jang, SooCheong (Shawn) (2009) “Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions?”, *International Journal of Hospitality Management*, 28, 338-348
- Mattila, Anna S.; Ro, Heejung (2008) “Discrete Negative Emotions And Customer Dissatisfaction Responses In A Casual Restaurant Setting”, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(1), 89-107 DOI: 10.1177/1096348007309570
- Nasır, Süphan. (2005), “Kıyaslama Düzeyinin Şikâyet Telafisinin Algılanan Adaleti ve Şikâyet Sonrası Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Olçay, A. ve Özekici Y. K. (2015). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hizmet Hataları, Telafi Yöntemleri ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi (Gaziantep Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 41(8), 1254-1268.
- Özdipçiner, Nuray Selma (2016) “Turizm Sektöründe Müşteri Şikâyet Eğilimlerinin Farklılıkları: Pamukkale Yöresine Yönelik Bir Uygulama”, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 1 (1), 235-249
- Özaslan, Yasin; Uygur, Meydan Selma (2014) “Negatif Ağızdan Ağıza İletişim(Wom) ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (e-Wom): Yiyecek-İçecek İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 69-99
- Özbay, Gülçin; Sarıca, Vildan (2020) “Yiyecek İçecek İşletmelerinde Şikâyet Yönetimi Uygulamaları: Sakarya Örneği”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 856-880
- Özdemir, Bahattin; Çalışkan, Osman; Yılmaz, Gökhan (2015) A Qualitative Study on Process Aspects of Complaining in Restaurants, *Journal of Culinary Science & Technology*, 13(4), 330-361, DOI: 10.1080/15428052.2015.1058204
- Sarı, Ferika Özer; Alikılıç, Özlem; Onat, Ferah (2013) “E- Complaining: Analysis of Lodging Customers’ e-Complaints from a Turk-ish Internet Website”, *Proceedings of the 2013 International Conference on Information, Business and Education Technology (ICIBET 2013)*
- Singh, Jagdip (1988), “Consumer Complaint Intentions And Behavior: Definitional And Taxonomical Issues”, *Journal Of Marketing*, 52, 93-107
- Singh, Jagdip (1990), “Voice, Exit, and Negative Word of Mouth Behaviors: Investigation Across Three Categories,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18 (1), 1-16

Singh, Jagdip; Wilkes, Robert. E. (1996). "When Consumers Complain: A Path Analysis of the Key Antecedents of Consumer Complaint Response Estimates". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(4), 350-365

Su, Wen-Yu; Bowen, John T. (2001) "Restaurant Customer Complaint Behavior", *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4(2), 35-65

Sujithamrak, Siriporn; Lam, Terry (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 DOI: 10.1080/10941660500309697

Şahin, A. Çakıcı, A.C. Güler, O. (2014). Tüketicilerin Masa Servisi Yapan Restoranlarda Önem Verdiği Hususların Şikâyet Davranışı Eğilimlerine Etkisi, 15.Ulusal Turizm Kongresi, 13-16 Kasım, Ankara, Türkiye

Şahin, Seda; Girgin, Göksel Kemal; Kazoğlu, İbrahim Halil; Coşkun, Gözde Nur (2018) "Gastronomi Turistlerinin E-Şikâyet Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Alaçatı Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 68-82

Taşan, Hülya; Kızılcık, Onur (2017) "Kahramanmaraş'ta Bulunan Yiyecek İçecek İşletmelerine Yönelik Tripadvisor.Com'da Paylaşılan Şikâyetlerin Sınıflandırılması", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270-284

Temiztürk, Serkan; Akbaba, Atilla (2018) "Bir Yavaş Şehir Olan Seferihisar'daki Restoranlarla İlgili Müşterilerin Sosyal Medyadaki Yorumların Analizine Yönelik Bir Çalışma", *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 78-94

Tianshu Zheng , Hyewon Youn & Clark S. Kincaid (2009) An Analysis of Customers' E-Complaints for Luxury Resort Properties, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(7), 718-729, DOI: 10.1080/19368620903170240

Tronvoll, Bard, (2007), "Customer Complaint Behavior From The Perspective Of The Service-Dominant Logic Of Marketing", *Managing Service Quality*, 17(6), 601-620

Tyrrell, Brian; Woods, Robert, (2004) "E-Complaint", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17, 2(3), 183-190

Usta, Resul, (2002), "Tüketici Tatmini ve Şikâyet Davranışı: Otobüs ile Şehirlerarası Yolculuk Yapanların Şikâyet Davranışının Belirlenmesine Yönelik bir Araştırma", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 103-118

Velazquez, Beatriz Moliner; Blasco, Maria Fuentes, Saura, Irene Gil; Berenguer-Contri, Gloria (2010) "Causes for complaining behaviour intentions: The moderator effect of previous customer experience of the restaurant", *Journal of Services Marketing*, 24(7), 532-545

Yaşar, Zuhale (2019) "Kastamonu'da Yöresel Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan Restoranlara İlişkin Tüketici Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği", *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250

Yay, Özlem; Erdem, Özkan (2017) "Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249

Yıldırım, Ali; Şimşek, Hasan (2018) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara

Yılmaz, V., Arı, E., Doğan, R (2016) "Online Alışverişte Müşteri Şikâyet Niyetleri ve Davranışlarının Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi", *Journal of Yasar University*, 11(42), 102-112

Zheng, Tianshu; Youn, Hyewon; Kincaid, Clark (2009) "An Analysis of Customers' E-Complaints for Luxury Resort Properties", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(7), 718-729

Zorlu, Özcan; Çeken, Hüseyin; Kara, Ali Mete (2013) "Otel İşletmelerinde Restoran Şikâyetlerinin Şikâyet Davranışlarına Etkisi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 529-554

www.tripadvisor.com, erişim tarihi: 01.01.2021

