



## Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği (Evaluation of Customer Complaints in Tripadvisor: Case of Antalya)

\*Özkan ERDEM<sup>a</sup> , Özlem YAY<sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya/Turkey

### Makale Geçmişi

*Gönderim*

*Tarihi: 11.09.2017*

*Kabul Tarihi: 15.11.2017*

### Anahtar Kelimeler

Müşteri şikâyetleri

Tripadvisor

Birinci sınıf restoranlar

Antalya

### Öz

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte insanlar yapmak istedikleri seyahatler ya da gitmek istedikleri işletmeler hakkında daha fazla bilgi elde etmekte ve yaşadıkları deneyimlerini paylaşma imkânına sahip olmaktadır. Özellikle internet ortamında çevrimiçi yorum sitelerinde yer alan olumlu ve olumsuz müşteri yorumları bireylerin karar verme ve satın alma davranışlarını etkilemektedir. Bu çalışmada Antalya il merkezindeki birinci sınıf restoranlara ilişkin TripAdvisor.com'da yer alan olumsuz müşteri yorumlarının betimsel analiz yardımıyla sınıflandırılması amaçlanmıştır. Söz konusu 5 restorana ait Türkçe ve İngilizce olmak üzere 106 yorum TripAdvisor.com web sitesinden veriler alınmıştır. Veriler NVİVO 10 programı ile analiz edilmiştir. Restoran müşterilerinin sırasıyla personel, daha sonra yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyle ilgili şikâyet ettiği bulunmuştur.

### Keywords

Customer complaints

Tripadvisor

First class restaurants

Antalya

### Abstract

Today, with the development of technology, people have the opportunity to get information about the places they want to visit or the places they want to go to and share their experiences. Especially positive and negative customer comments in the online comment sites on the internet affect the decision making and buying behaviors of the individuals. In this study, it was aimed to classify the negative customer comments with the help of descriptive analysis on tripadvisor.com about first class restaurant in the center of Antalya. Turkish and english 106 comments abouts five restaurants were taken from the tripadvisor.com web sites. The data were analyzed with NVİVO 10 program. Restaurant customers were respectively found to complain about staff, then food and drink, service, price, servicescape and menu.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [zkanerdem@gmail.com](mailto:zkanerdem@gmail.com) (Ö. Erdem),

## **GİRİŞ**

Günümüzde çağdaş pazarlama anlayışı, müşterilerle uzun süreli ve olumlu ilişkiler kurma odaklıdır. Bu nedenle işletmelerin olumlu müşteri ilişkileri geliştirirken, pazardaki eğilimleri ve gelişmeleri iyi tanımlaması bununla birlikte iletişim odaklı pazarlama yaklaşımları benimsemesi gerekmektedir (Gürkan ve Polat, 2014).

Hızla gelişen internet ağı insanların iletişimlerinde önemli bir faktör haline gelmiştir. Bireyler, bir ürün ya da hizmet satın alma kararı vermeden önce araştırma yapmaktadırlar ve daha önce o ürünü ya da hizmeti satın almış veya kullanmış kişilerin görüşlerini öğrenme eğilimindedirler (Sezgin vd., 2012). Bu nedenle son yıllarda sıklıkla paylaşımların yapıldığı sosyal medya araçlarından biri olan şikâyet siteleri, özellikle turizm ürünlerinin özelliklerinden dolayı yaşanabilecek problemlerin en fazla nerede, ne şekilde ve nasıl gerçekleştiği hakkında bilgiler vererek turistik ürünlerden faydalanmak isteyen müşterilerin fikir sahibi olmalarını sağlamaktadır. Turistlerin neredeyse yarısı tatil planlarına karar vermeye yardımcı olduğu için çevrimiçi yorum sitelerinin kendilerine faydalı olduğunu düşünmektedir (Kutluk ve Arpacı, 2016).

Teknolojinin gelişmesi turizm sektöründe de birtakım yenilikleri ve gelişmeleri beraberinde getirmektedir. Bilgisayar teknolojisi aynı zamanda insanlara bir şikâyet yapma konusunda zaman ve çaba tasarrufu ve online giriş ile de pek çok insana ulaşma imkanı sağlamaktadır. İşletmeler hayatta kalabilmek ve pazar paylarını arttırabilmek için müşterilerin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda müşteri tatminini sağlamaya çalışmakla birlikte müşteri şikâyetlerini en aza indirmeyi ve tatmin edici çözümler bulmayı amaçlamaktadır. İşletmelerin bütün stratejilerinde müşteriler oldukça önemlidir. Şikâyet ve değerlendirme amaçlı internet web siteleri, özellikle haksızlığa uğradığını düşünen müşterilerin seslerini duyurmak ve diğer müşterilerle ilişki kurmak için yaygın ve etkin olarak kullandıkları bir iletişim kanalı olarak ortaya çıkmıştır. Bu sitelerdeki şikâyet ve değerlendirmeler, klasik ağızdan ağıza iletişime göre çok daha fazla yayılma alanına sahiptir ve gelecekte bu tür web sitelerinin ve etki alanlarının daha da artacağı düşünülmektedir (Gürkan ve Polat, 2014).

Memnun olmayan müşterilerin çoğu dolaylı davranış sergilemektedir. Diğer bir ifadeyle, memnun olmayan müşteri işletme yöneticisine doğrudan şikâyet yerine, çevresindeki insanlara işletme hakkında olumsuz konuşarak veya bir daha o işletmeyi tercih etmeyerek dolaylı davranış sergilemektedir. İşletmeler, müşteriye sunmuş oldukları ürün ve hizmet kalitesini mümkün olan üst seviyede tutmak için müşterilerini dinlemeli ve onların şikâyetlerini göz önünde bulundurmalıdır. Bu noktaları dikkate alan işletmeler diğer işletmelere göre rekabet avantajı elde etmektedir (Kitapçı, 2008).

İşletmelerin asıl amaçlarından biri olan kar elde etmek, elde edilen karın ve işletmenin sürdürülebilir olmasını sağlamak için çalışılması gereken en önemli noktalardan biri müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır (Yanık, 2016). Ekiz ve Babacan (2008)'a göre işletmelerin müşteri ihtiyaç ve isteklerine yönelmeleri, var olan hataları düzelterek kaliteyi artırma ve bu şekilde sadık müşteriler edinme konuları üzerinde önemle durmaları gerekmektedir. Bu nedenle otel işletmeleri şikâyetlere ilişkin özür, düzeltme, açıklama, özen ve hizmet hızı eylemlerini gerçekleştirerek şikâyet edenin tatmin edilmesi, yeniden satın alma niyetinin oluşturulması ve ağızdan ağıza iletişimin üzerinde durmaktadır. Müşteri şikâyetlerinin çözümü, müşteri memnuniyetinin sağlanması ve müşteri bağlılığının oluşturulması işletme için ekonomik açıdan oldukça önem arz etmektedir. Şikâyetlerin dikkate alınması

ve çözülmesi, müşterilerin kulaktan kulağa yayacağı olumsuz haberleri azaltarak işletmenin imajının zedelenmesini önlemeye yardımcı olacaktır (Unur vd., 2010).

### **Müşteri Şikâyeti Kavramı**

Şikâyet, müşterinin olumsuz geri bildirim (Bell vd., 2004), bir kişinin, bir ürünle ilgili olumsuz nitelikte iletişim kurma etkinliklerini içeren bir eylem (Jacoby ve Jaccard, 1981), satın alma sırasında oluşan tatminsizlik algısı (Mowen, 1993) ya da beklentilerinin karşılanmaması (Lapre ve Tsikriktsis, 2006) olarak ifade edilmektedir. Lapre ve Tsikriktsis, (2006) şikâyetin başlangıcında bir işletmenin, mal ve hizmetlerinden satın alan kişinin ya da kişilerin beklentilerinin karşılanmaması olduğunu ifade etmektedir.

Müşteri şikâyeti, memnuniyetsizlik durumunda ortaya çıkan tepkiler (Donoghue ve Klerk, 2006; Barlow ve Moller, 1998; DeFranco, vd., 2005; Unur vd., 2010) veya ürünün/hizmetin satın alımı sürecinde oluşan beklenmedik/istenilmeyen durumlar hakkındaki yargılar (Kılıç ve Ok, 2012) olarak ifade edilmektedir.

Son yıllarda müşteri şikâyetleri konusunda hem akademik alanda hem de işletmelerin yapmış oldukları çalışmaların sayısında artış görülmektedir (Eccless ve Durand, 1998; Bell vd., 2004; Kozak, 2006; Namkung vd, 2011; Kılıç ve Ok, 2012). Müşteri şikâyet davranışlarının incelenmesine yönelik çalışmalar 1970'li yıllarda başlamış ve ilk olarak Hirschman (1970) müşteri şikâyet davranışıyla ilgili olarak yapmış olduğu araştırmasında, müşterilerin memnun olmadıklarında göstereceği tepkilerin bildirimde bulunma ve ayrılma olmak üzere iki farklı davranış şeklinde ortaya çıktığını ifade etmiştir. Day ve Landon (1977) ise müşteri şikâyet davranışının bildirim için çeşitli eylemlerde bulunma (bildirim ve olumsuz duyurum şeklinde kişisel eylemler ile kamusal eylemler) ve eylemde bulunmama olmak üzere iki şekilde müşteriler tarafından davranışa dönüştürüldüğünü yapmış oldukları çalışmalarında tespit etmişlerdir.

Memnun olmayan müşteriler işletmeyi doğrudan ya da dolaylı olarak şikâyet edebilmektedir (Kim, vd., 2003). Şikâyet davranışında bulunan müşterilerin, tepkilerini doğrudan işletmeye bildirmek, etraflarındaki diğer insanlara ve çeşitli tüketici kuruluşlarına şikâyet etmek ya da adli kurumlar yoluyla medyaya şikâyet etmek olmak üzere üç farklı şekilde dile getirdiği tespit edilmiştir (Barlow ve Moller 1998; DeFranco vd. 2005; Kılıç ve Ok, 2012). Mattila ve Wirtz (2004)'e göre müşteriler şikâyetlerini yüz yüze ve telefonla bildirebildikleri gibi, mektup ve e-mail yoluyla da bildirimde bulunmayı tercih etmektedirler.

Şikâyet ifadesi her ne kadar ilk bakışta olumsuzluk olarak algılansa da otel işletmeleri için aksaklıkların ortaya çıkarılmasında ve sunulan hizmetin kalitesinin müşteri beklentileri doğrultusunda düzenlenerek müşteri memnuniyeti ve sadakati yaratmada oldukça önemli bir rekabet aracıdır (Kılıç ve Ok, 2012). Pantelidis (2010)'e göre pozitif yorumlar personeli motive edebilmekte, negatif yorumlar da hangi yönlerin iyileştirilmesine karar vermede katkı sağlamaktadır. Diğer bir deyişle işletmeler, sadece müşterilerin ne istediklerini ve işletmeyi nasıl algıladıklarını öğrenmekle kalmaz, aynı zamanda da müşterileri yorumlarını iyileştirmeye ve markalarını korumaya yönelik önlemler alabilirler.

## **Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetleri**

TripAdvisor, gezginlerin seyahatlerinin keyfini çıkarmasına olanak sağlayan, sosyal ağ siteleri içerisinde dünyanın en büyük seyahat sitesidir. Başka bir ifadeyle TripAdvisor gezgin ya da turistlere; plajlar, destinasyonlar, konaklama işletmeleri, havayolu şirketleri, restoranlar ve en çok tercih edilen mekânlar hakkında bilgi veren ve web sitesindeki bilgilerin diğer kullanıcılara paylaşılmasını sağlarken aynı zamanda da işletmeye cevap verme imkânı sunan bir seyahat sitesidir (TripAdvisor, 2013). Tüketiciler, TripAdvisor.com sitesinde paylaşılan yorumlara güven duymaktadırlar (Taştan ve Kızılcık, 2017). Kullanıcıların oluşturmuş olduğu çevrimiçi yorumlar geçmiş ve gelecek müşteriler için turizm işletmelerine ilişkin iletişim ve bilgi sağlayan bir araçtır (Sparks ve Bradley, 2014).

Otel işletmelerinde genel olarak şikâyetlerin ürün hatası, politika hataları, rezervasyon hataları, çalışan davranışları, yavaş ya da karşılanmayan hizmet, stokların tükenmesi, yanlış ücretlendirme, bilgilendirme yetersizliği gibi işletme içi faktörlerden kaynaklanmaktadır (Yüksel ve Kılınç, 2003). Bunun yanı sıra hizmeti alan müşterilerin demografik, sosyal ve psikolojik, kültürel farklılıklarından kaynaklanmaktadır (Morganosky ve Buckley, 1987; DeFranco vd. 2005; Kılıç ve Ok, 2012).

Sparks ve Browning (2010) TripAdvisor üzerinde paylaşılan olumsuz yorumların, otel işletmelerinin iç (odaların özellikleri ve müşteri hizmeti) ve dış (otelin konumu) faktörleri ile ilgili olduklarını belirlemiştir. Sparks ve Bradley (2014)'in çalışmasında TripAdvisor sitesinden alınan 150 olumsuz yorumun tipolojisi analiz edilmiş ve geliştirilmiştir. Olumsuz yorumlara ilişkin en çok eleştirilen konular oda özellikleri ve personeldir. Daha sonra ambiyans ve temizlik gelmektedir. Olcay ve Sürme (2014)'nin çalışmasında ise Gaziantep ilinde faaliyet gösteren dört yıldızlı bir otel işletmesinde müşteri şikâyetleri sırasıyla genel otel hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri, oda konforu ve temizliği yer almaktadır.

Gürkan ve Polat (2014) Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde 14 farklı yörede hizmet veren 34 konaklama işletmesine ait yerli müşterilerin yaptığı 815 şikâyeti incelemiş olup müşterilerin; hizmet kalitesi, tesis imkânları, personel, havuza bağlı ve yönetsel olmak üzere beş ana temada şikâyetinde bulduklarını ortaya koymuştur. Müşteriler özellikle, yeme&içme hizmetlerindeki yetersizlik ve kalitesizlikten, yetersiz temizlik ve hijyenden ve odalarda kullanılan malzemelerin yetersiz ve arızalı olmasından şikâyet etmişlerdir.

Alrawadieh ve Demirkol (2015)'a göre konaklama işletmelerinde müşterilerin olumsuz yorum yaptığı konuların sırasıyla hizmet kalitesinin düşük olması (21,6), tesislerin kalitesi ve temizliği (odalar, banyolar vb.) (17,9), personel tutumu ve performansı (16,5), fiyatların yüksek olması (13,5), işletmenin fiziksel özellikleri (tasarım, mevki) (8,4), yoğun ve gürültülü ortam (7,9), yiyecek ve içecek kalitesi (7,7), misafirlerin özel isteklerinin karşılanmaması (8,3), yanıltıcı tutundurma ve bilgiler (2,1) ve işletmede uygulanan politikalar (1,9) olduğu belirlenmiştir.

## **Restoran İşletmelerindeki Müşteri Şikâyetleri**

Restoran müşterileri yemek yeme deneyimini birçok yönüyle değerlendirmektedir. Şahin, Çakıcı ve Güler (2014) çalışmasında masa servisi hizmet sunan restoranlarda en önem verilen boyutun atmosfer (fiziksel ortam), hizmet (personel), atmosfer (temizlik), yiyecek (güvenlik), yiyecek (nitelik) ve hizmet (kişisel ilgi) faktörü olduğu sonucuna varmıştır. Müşterilerin önem verdiği bu faktörlerin eksik olması ya da yerine getirilmemesi müşteriye

olumsuz yönde etkilemekte ve şikâyete sebep olmaktadır. Çalışkan (2013)'a göre müşterinin restoranda yaşadığı olumsuz yemek deneyimi, sadece restoranın müşterisini kaybetmesine etki etmemekte ayrıca 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.

Müşteriler restorana öncelikle açlık hislerini gidermek, daha sonra da temiz ve lezzetli yiyecek ve içeceklerle ulaşmak, bunun yanı sıra atmosfer özellikleri gibi faktörleri göz önüne alarak gelmektedirler. Bunların dışında personel de işletmede müşteri memnuniyetini etkileyen önemli unsurlardan biridir. Müşterilerin bu unsurlara ilişkin olumlu algılamaları ve deneyimleri işletmeyle sorun yaşamamasına yardımcı olmaktadır (Albayrak, 2013).

Sökmen (2010)'e göre restoranlarda müşteriler için yiyecek ve içeceklerin lezzeti, görünümü, sunumu, fiyat düzeyi, yemeğin geç ya da soğuk gelmesi, menü kartındaki yiyecek ve içeceklerin okunmasının güç olması, menü kartında yer alan yiyecek ve içeceklerin sunuma hazır olmaması, çeşitlerin yetersiz olması yiyecek ve içeceklerle ilişkin şikâyetler arasındadır.

Lei ve Law (2015)' in çalışmasında bir başka sınıflandırma yapılmıştır. Lei ve Law (2015)'a göre Macao'daki restoranlara ilişkin Tripadvisor'daki müşteri yorumlarını ve resimleri analiz etmiştir. Bu sınıflandırma, yemekle ilgili unsurlar öğünler, başlangıçlar, şaraplar, tatlılar, menü çeşitliliği, porsiyon büyüklüğü, sıcaklık ve koku gibi alt başlıklardan oluşmaktadır. Servis boyutunda ise tutum, ev sahibi konuk ilişkisi, yardımseverlik gibi alt özelliklerden oluşmaktadır. Değer boyutunda ise yiyecek ve içeceğin fiyatı, karşılaştırmalı fiyatlar, indirim ve saygıyı içermektedir. Atmosfer boyutunda ise iç dekorasyon, görüntü, ışıklar, müzik, TV, mekânsal düzen, çevre, özel olaylar, sanatçılar gibi alt özelliklerden oluşmaktadır.

Restoran şikâyetleri ile ilgili literatür incelendiğinde çeşitli araştırmalarda restoran müşterilerinin genel olarak yiyecek/içecek, fiyat, personel davranışı ve temizliği, menü, restoran atmosferi, temizlik gibi konularda şikâyetlerin bulunduğu tespit edilmiştir (DeFranco vd., 2005; Kitapçı, 2008; Liu ve Jang, 2009a; Sökmen, 2010; Emir, 2011; Albayrak, 2013; Zorlu vd., 2013; Özaslan ve Uygur, 2014; Lei ve Law, 2015; Olcay ve Özekici, 2015; Dalgıç vd., 2016; Doğan, Güngör ve Tanrısevdi, 2016; Taştan ve Kızılıçık, 2017).

DeFranco vd. (2005), Hong Kong (Çin) ve Houston'da (ABD) faaliyet gösteren otel restoranlarda gerçekleştirdikleri çalışmada, müşterilerin şikâyet etme olasılığı en yüksek olan özellikleri; atmosferle ilgili özelliklerden temizlik düzeyini, servisle ilgili özelliklerden personel hizmet verimliliğini, yiyecek-içeceklerle ilgili özelliklerden yiyecek-içeceğin lezzetini, olmak üzere üç kategori belirlemişlerdir. Liu ve Jang (2009b)'un çalışmasında ise ABD'de bulunan Çin restoranlarının müşterilerin değerlendirmesi sonucunda atmosferle ilgili özelliklerin en çok şikâyet edilen konu olduğu belirtilmiştir. Daha sonra sırasıyla müzik, aydınlatma, iç mekân tasarımı ve dekor gelmektedir. Bir başka çalışmada ise Antalya şehrinin Lara ve Kundu bölgelerinde faaliyet gösteren otel restoranlarında, en fazla oranda fiyat konulu şikâyetler tespit etmiştir. Öte yandan, müşterilerin önemli bir çoğunluğunun sırasıyla menü (menüdeki açıklamaların yeterli olmaması ve servis edilmeyen yemeklerin menüye konulması), porsiyon boyutu, servis hızı ve lezzet konulu şikâyette buldukları tespit edilmiştir (Emir,

2011). Su ve Bowen (2001)'in çalışmasında ise yemeğin istenildiği gibi pişirilmemesi önemli bir şikâyet unsuru olarak belirlenmiştir.

Zorlu, Çeken ve Kara (2013), Afyonkarahisar şehrinde yiyecek-içecek birimlerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, en fazla karşılaşılan şikâyetin restoranın aşırı kalabalık ve gürültülü olduğu sonucuna varmışlardır. Albayrak (2013)'in çalışmasında ise İstanbul şehrinde faaliyet gösteren birinci sınıf restoran işletmelerinde en sık karşılaşılan sorunların çalışanlar ve yiyecek ve içeceklerle ilgili olarak lezzet konulu şikâyetler olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer çalışmada Yalova şehrinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde servisin yetersiz ve yavaş olması, yemeğe ve servise göre fiyatın yüksek olması ve lavaboların yetersiz veya temiz olmaması konularında şikâyet edilmektedir (Özaslan ve Uygur, 2014). Olcay ve Özekici (2015) ise Gaziantep şehrinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde, genellikle hijyene dayalı hizmet hatalarına rastlanıldığı sonucuna ulaşmışlardır. Kitapçı (2008) çalışmasında, Sivas ilinde müşterilerin şikâyet ettiği en önemli konunun restoranda sunulan hizmet olduğunu tespit etmiştir.

Dalgıç, Güler ve Birdir (2016) çalışmasında Mersin ve Hatay şehirlerinde faaliyet gösteren ve yöresel lezzetler sunan birinci ve ikinci sınıf restoran işletmelerinin şikâyet nedenlerini belirlemek ve önerilerde bulunmayı hedeflemektedir. Yiyecek boyutunu lezzet, yemek sunumu, menü çeşitliliği, sağlıklı gıda seçenekleri, gıda tazeliği, uygun gıda sıcaklığı, gıda güvenliğini kapsamaktadır. Servis boyutunu ise arkadaş canlısı ve yardımsever çalışan, özenli/dikkatli çalışanlar, çalışanların menüye hâkim olması, sipariş edilenle aynı tür yemeğin servisi, hızlı servis ve güvenilir ve tutarlı servis yer almaktadır. Atmosfer boyutu iç tasarım, aydınlatma, müzik, uygun oda sıcaklığı, güzel koku, temiz ve iyi giyimli çalışanlar ve çevresel temizlikten oluşmaktadır. Diğer özellikler boyutu adil fiyat, gıda özgünlüğü ve çevresel özgünlüğü içermektedir. Mersin ve Hatay'daki işletmelere yapılan şikâyetler dikkate alındığında yiyecek boyutu içerisindeki lezzetin en fazla şikâyet unsuru olduğu, atmosferle ilgili özelliklerin şikâyet olarak son sırada geldiği sonucuna varılmıştır.

Doğan ve arkadaşlarının (2016) çalışmasında Kuşadası'nı ziyaret eden turistlerin Kuşadası'nda faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri hakkında yapılan olumsuz yorumları belirlemiş olup bu görüşlerden yararlanılarak yiyecek içecek işletmelerine çeşitli öneriler sunmuştur. Toplamda 337 adet olumsuz yorum değerlendirilmiş ve bunlardan 1 puan veren 198 kullanıcı ile 2 puan veren 139 kişinin yorumu içerik analizi yapılmıştır. Olumsuz yorumlarda sıklıkla şikâyet edilen faktörler; yemek (f:222), personel (f:146), fiyat (f:113), servis (f:95), atmosfer (f:17) ve temizlik (f:14) olduğu ortaya konulmuştur. İçerik analizinde sipariş edilen ve servis edilen yemekler "kötü", çalışan personeli "kaba", fiyat açısından "çok pahalı", servis açısından "yavaş", atmosfer açısından "müzik çok gürültülü" ve "çok kalabalık", temizlik boyutunda ise "çok kötü" ifadelerinden olumsuz yorumlarda sıklıkla bahsedilmiştir. Çalışmada yiyecek içecek işletmelerinde tüm personelin yabancı dil ve misafirlerle iletişim konularında eğitim alması, daha fazla personel istihdamı edilmesi ihtiyacı, yiyeceklerin hazırlığı ve sunumunda hijyen kurallarına önem verilmesi, tuvaletlerin ve kullanılan ekipmanların temizliği, benzer işletmelerdeki fiyat farklılıkları, masa yerleşimi, oturma düzenine ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

Taştan ve Kızılcık (2017) Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yiyecek-içeceklerle ilgili unsurlardan en fazla lezzet konusunda şikâyet edildiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra çalışan, fiyat, işletmenin fiziki yapısı, servisle ilgili şikâyetler, atmosfer, menü ve temizlikle ilgili şikâyetler bulunmaktadır.

## **YÖNTEM**

### **Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu çalışma Antalya merkezde bulunan birinci sınıf restoranlara ilişkin TripAdvisor.com'da yer alan olumsuz yorumların betimsel analiz yardımıyla sınıflandırılmasını amaçlamaktadır. Antalya merkezdeki birinci sınıf restoranlarda yemek yiyen müşterilerin yapmış olduğu yorumlardan ve ilgili literatürden yola çıkarak restorana ilişkin olumsuz şikâyetler sınıflandırılmıştır. Elde edilen sonuçlar restoran sahipleri için büyük önem arz etmektedir. Ayrıca yapılan literatür taramasında ülkemizde diğer şehirlerde buna benzer çalışmaya rastlanırken Antalya'daki birinci sınıf restoranlara ilişkin olumsuz yorumları inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırmanın sorusu TripAdvisor kullanıcılarının Antalya'daki birinci sınıf restoranlara ilişkin şikâyetlerinin neler olduğuna ilişkin sınıflandırma yapılmıştır ve en çok şikâyet edilen özelliklerin neler olduğunu tespit etmektir.

### **Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evreni Antalya il merkezinde faaliyet gösteren 1. sınıf bakanlık ve belediye belgeli restoran işletmelerinde yemek yeme deneyimine sahip olan ve TripAdvisor.com web sitesinde olumsuz yorum yapan kullanıcıları kapsamaktadır. Araştırmanın örneklemini Antalya il merkezindeki birinci sınıf restoran işletmelerine Türkçe ve İngilizce olumsuz yorum yapan kullanıcılar oluşturmaktadır. TripAdvisor.com web sitesinden veriler 01-03 Ağustos 2017 tarihinde alınmıştır. Toplamda beş restorandan 106 yorum elde edilmiştir.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Çalışma örneklemini sadece Antalya ilindeki birinci sınıf restoranlar oluşturmaktadır. Bu nedenle elde edilen sonuçlar tüm evrene genellenemez. Ayrıca diğer dillerdeki olumsuz yorumların sayısının oldukça az olması nedeniyle çalışmaya dâhil edilmemiştir. Diğer taraftan bu çalışma, TripAdvisor.com web sitesinde yapılan olumsuz yorumlarla sınırlıdır.

### **Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmada veriler TripAdvisor.com çevrimiçi (online) tüketici değerlendirmelerinin yapıldığı web sitelerinden alınmıştır.

### **Verilerin Analiz Yöntemi**

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada, veri toplama aracı olarak doküman analizi yönteminden yararlanılmıştır. Elde edilen verileri analiz etmek için NVİVO 10 programına aktarılmıştır. Elde edilen ortak ve benzer görüşler dikkate alınarak verilerden çıkarılan kavramlara göre kodlamalar yapılmış, benzer kodlar ana ve alt temalar çerçevesinde bir araya getirilmiştir.

### **Güvenilirlik Analizi**

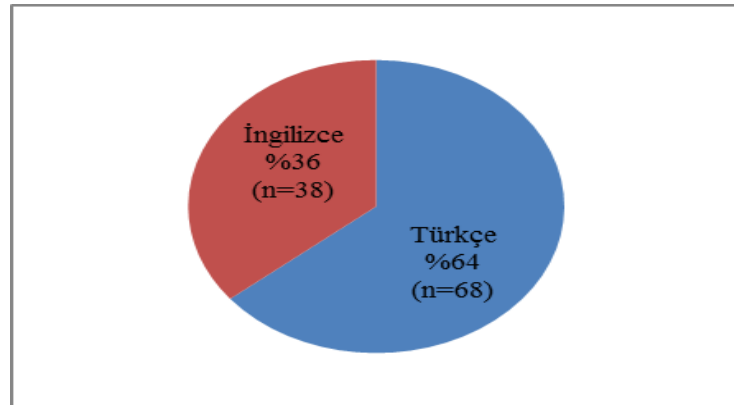
Araştırmanın güvenilirliği için Kappa analizi yapılmıştır. Çalışmayla ilgisi olmayan üç değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini test etmek amacıyla uygulanan istatistiksel bir yöntemdir (Landis ve Koch, 1977). Cohen's Kappa katsayısı üç değerlendiricinin kodlamasıyla 0,725 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's

Kappa katsayısının 0.61 ile 0.80 arasında olması, önemli düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

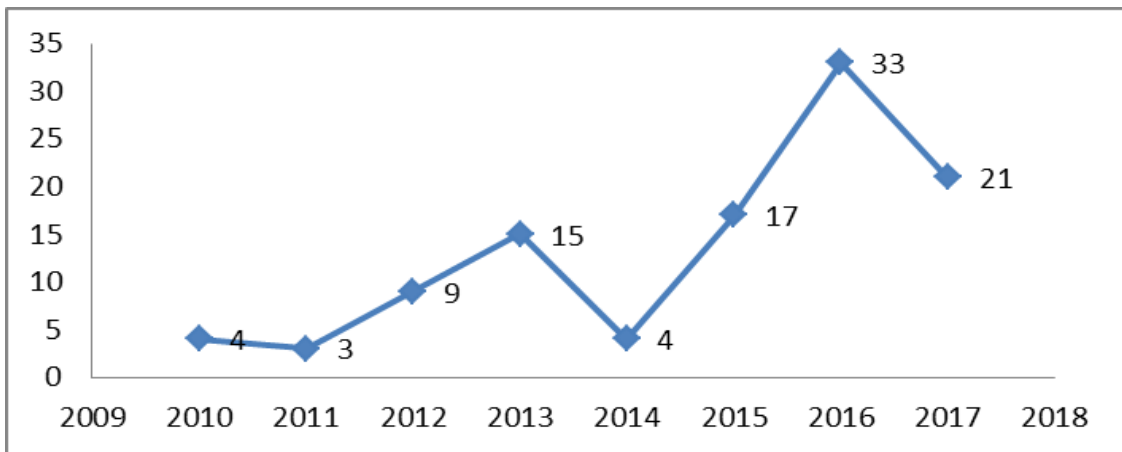
## BULGULAR

Çalışmada yıllara göre Tripadvisor kullanıcılarının yaptıkları olumsuz restoran yorumları ve yabancı dil dağılımları değerlendirilmiştir. NVIVO 10 programında ilgili alan yazına dayanarak olumsuz restoran yorumlarına ilişkin ana ve alt temalar oluşturularak kodlamalar yapılmıştır. Daha sonra elde edilen ana ve alt temalara göre araştırmanın modeli oluşturulmuştur. Elde edilen veriler şekil, tablo ve grafik halinde sunulmuştur.

Çalışma kapsamında müşterilerin kullandıkları dile göre TripAdvisor'daki olumsuz restoran yorumları Grafik 1'de sunulmuştur. Toplamda incelenen 106 olumsuz yorumun 68'i Türkçe, 38'i ise İngilizce dilinde yapılmıştır. TripAdvisor'daki katılımcılar yemek yeme deneyimine ilişkin 5 kategoride sınıflandırılmaktadır. TripAdvisor.com web sitesine göre "1 puan" berbat, "2 puan" kötü, "3 puan" ortalama, "4 puan" çok iyi ve "5 puan" mükemmel anlamına gelmektedir. Bu çalışma da olumsuz yorumlar dikkate alındığı için sadece 1 ve 2 puan verilen yorumlar ele alınmıştır. Kullanıcıların birinci sınıf restoranlara 56 kişi 1 puanı verirken, 50 kişi 2 puanını verdiği belirlenmiştir.



**Grafik 1.** TripAdvisor'daki Katılımcıların Dile Göre Yorum Dağılımları

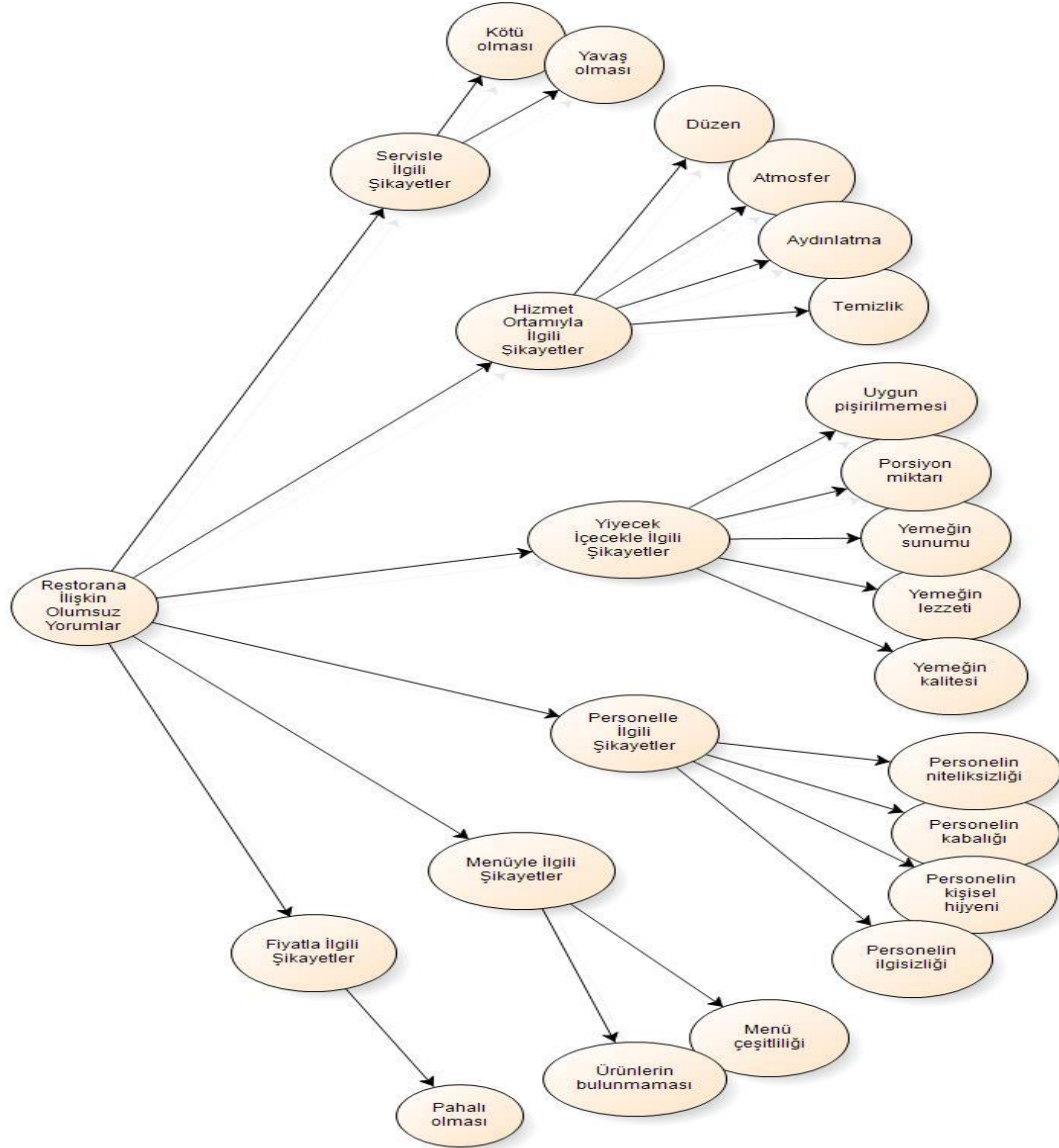


**Grafik 2.** TripAdvisor'daki Katılımların Yıllara Göre Yorum Yapma Yüzdeleri



Grafik 2'ye göre yorumların yıllara göre dağılımına bakıldığında son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir. Kullanıcıların 2010-2017 yılları arasındaki yaptığı olumsuz yorumlar incelenmiştir. 2010 yılında 4, 2011 yılında 3, 2012 yılında 9, 2013 yılında 15, 2014 yılında 4, 2015 yılında 17, 2016 yılında 33, 2017 yılının ağustos ayına kadar ise 21 yorum yapılmıştır.

Şekil 1. Restorana İlişkin Yapılan Olumsuz Yorumlar



Şekil 1'de TripAdvisor kullanıcılarının Antalya'daki birinci sınıf restoranlara ilişkin restoran şikâyetlerine ilişkin model oluşturulmuştur. Modele göre kullanıcıların sıklıkla şikâyet ettiği konulardan 6 ana tema ve 18 alt tema oluşturulmuştur. Ana tema olarak servis, hizmet ortamı, yiyecek içecek, personel, menü ve fiyatla ilgili şikâyetler incelenmiştir. *Servis boyutunda* servisin kötü ve yavaş olması, *hizmet ortamı boyutunda* düzen, atmosfer, aydınlatma ve temizlik, *yiyecek içecek boyutunda* ürünlerin bulunmaması, uygun pişirilmemesi, porsiyon miktarı, yemeğin sunumu, yemeğin lezzeti ve kalitesi, *personel boyutunda* personelin niteliksizliği, kabalığı, kişisel hijyeni ve ilgisizliği, *menü boyutunda* menü çeşitliliği ve ürünlerin bulunmaması, *fiyat boyutunda* ise pahalı olmasına ilişkin şikâyetler alt tema olarak değerlendirilmiştir.

**Tablo 1.** Restoran Şikâyetlerinin Sınıflandırılması

Ana ve Alt Temalar	n	Oran	n	Oran
<b>Fiyatla İlgili Şikâyetler</b>			<b>38</b>	<b>%15.1</b>
Pahalı olması	38	% 15.1		
<b>Hizmet Ortamıyla İlgili Şikâyetler</b>			<b>23</b>	<b>%9.2</b>
Atmosfer	14	% 5.6		
Aydınlatma	2	% 0.8		
Düzen	1	% 0.4		
Temizlik	6	% 2.4		
<b>Menüyle İlgili Şikâyetler</b>			<b>11</b>	<b>%4.4</b>
Menü çeşitliliği	4	% 1.6		
Ürünlerin bulunmaması	7	% 2.8		
<b>Personelle İlgili Şikâyetler</b>			<b>78</b>	<b>%31</b>
Personelin ilgisizliği	34	% 13.5		
Personelin kabalığı	28	% 11.1		
Personelin kişisel hijyeni	1	% 0.4		
Personelin niteliksizliği	15	% 6		
<b>Servisle İlgili Şikâyetler</b>			<b>47</b>	<b>%18.6</b>
Kötü olması	29	% 11.5		
Yavaş olması	18	% 7.1		
<b>Yiyecek İçeceklerle İlgili Şikâyetler</b>			<b>55</b>	<b>%21.8</b>
Porsiyon miktarı	5	% 2		
Uygun pişirilmemesi	17	% 6.7		
Yemeğin kalitesi	10	% 4		
Yemeğin lezzeti	17	% 6.7		
Yemeğin sunumu	6	% 2.4		
<b>TOPLAM</b>	<b>252</b>	<b>%100</b>	<b>252</b>	<b>%100</b>

Antalya'daki restoranlarda sıklıkla şikâyet edilen noktalar Tablo 1'de sınıflandırılmıştır. Restoran müşterileri ilk olarak personel (n:78), yiyecek içecek (n:55), servis (n:47), fiyat (n:38), hizmet ortamı (n:23), ve menüyü (n:11), sıklıkla şikâyet etmektedir. Alt temalara bakıldığında fiyatın pahalı olması (n:38), personelin ilgisizliği (n:34), servisin kötü olması (n:29), personelin kabalığı (n:28) en çok şikâyet edilen konular arasındadır. Düzen (n:1), personelin kişisel hijyeni (n:1), aydınlatma (n:2) ve menü çeşitliliği (n:4) en az şikâyet edilen alt temalar arasındadır.

Restoran işletmelerinde personele ilişkin özellikler sıklıkla olumsuz yönde vurgulanmaktadır. *Personele* ilişkin şikâyetlerde personelin ilgisizliği (n:34), kabalığı (n:28), kişisel hijyeni (n:1) ve niteliksizliği (n:15) açısından değerlendirilmiştir.

*“Garsonlara bir kaç kez isteklerimizin gelmediğini söyleyince de bozuldular.*

*Yoğunluğu bahane ederek 1 şeyi 5 kez söylememize rağmen tamam tamam deyip geçiştiriliyor.*

*Garsonlar gayet ilgisiz. Sahibi mi ne ortada dolaşiyor ama hikâye. Bir şeye müdahale edip düzelttiği yok.*

*Çorbadan cam çıktı kimsenin umurunda olmadı*

*Garsonlar ilgisizdi gelen misafirleri görmezden geliyorlardı.*

*Çalışanlar ilgilenmiyorlar.*

*Şef yiyecek ile ilgili görüşleri kontrol ederken bizim masayı atladi.*

*Bir sürü personel vardı, ancak görünmez görünüyorduk!*

*Biz yöneticiyle konuşmak istedik ama göz ardı edildi,*

*Garsonların davranışları, hitabı ve üslupları tam bir fiyasko. Eleman her zaman mekânın aynasıdır, yazık.*

*Kötü tavır ve hassasiyet (nezaket) yok*

*Garsonlar ne kadar kaba inanmıyorum*

*Çok kötü personel ve turistlere karşı çok ırkçılar*

*Garsonların hizmet ve tavrı daha iyi ve nazik olsaydı, bu Antalya'daki en iyi yerlerden biri olabilirdi.*

*Servis elemanları çok suratsız, verdiğiniz paranın karşılığında birde tabakları kafanıza yemediğiniz kalıyor.*

*Ter kokan garsonlar arasında yemek keyiften çok işkenceye dönüyor.*

*Rezervasyon alırlar, ancak oraya vardığınızda rezervasyon yapturmaları gerektiğini söylüyorlar. Rezervasyon yapan iki küçük kız böyle kalabalık bir restoran için rezervasyonları yönetme yeteneğine sahip değil.*

*Ayrıca oradakilerin İngilizce bilmelerini beklemeyin.*

*Garsonlar sürekli yanlış sipariş getirdiler.*

*Kesinlikle kibirli ve İngilizce konuşmayan personel.*

*Personel beceriksiz, profesyonel değil, kaba görünüyordu.*

*Bir tane İngilizce konuşan garson vardı ve bizim siparişlerimizi o aldı ve sonra kayboldu ama iyiydi, biz daha fazla su, fatura vb. el hareketleri kullanarak sorabildik.*

*Eti nasıl tercih ettiğimiz sorulmadı. İçecek siparişi alınmadı. Yemek öncesi atıştırmalık ikram yok.”*

Restoran müşterilerinin şikâyet ettiği diğer bir önemli husus ise yiyecek içeceklerle ilgilidir. Yiyecek ve içeceklerin porsiyon miktarı (n:5), uygun pişirilmemesi (n:17), yemeğin kalitesi, (n:10), yemeğin lezzeti (n:17), ve yemeğin sunumuyla (n:6) ilgili şikâyetler bulunmaktadır.

*Restoranda 600 gr balık istedik. Gelen balığı görünce şaşırıp yanlış anlayıp daha az getirdiklerini düşündük. Faturayı istediğimizde 750gr balık yazıyordu.*

*Porsiyonlar da artık azalmış*

*Porsiyonların çok az olmasını mı desem,*

*Ancak ilk önce seçtiğimiz balık pişirildikten sonra masaya geldiğinde sadece yarısının olduğunu gördük. Garsona sorduğumuzda fileto yaptırdım ondan dolayı az gözüküyordur.*

*Karışık ızgarada etler pişmemişti! Yeniden pişmesi için geri gönderdik!  
Kuzu pırzola yumuşaktı ancak içi pişmemişti*

*Başlangıç için gelen patates pişmiş değildi. Gelen ana yemek çok yumuşak*

*Kuzu şiş kayış gibiydi, köfteler ise kupkuru.*

*Böreğim yanık olarak geldi*

*Bizim sipariş ettiğimiz karides çok pişmiş hatta yanmıştı.*

*Kaliteli et yemek için gittik ancak hem yediklerimiz hem de servis çok kötüydü*

*Bir içli köfte yedim, et leş gibi kokuyor*

*Kuru bir pilav ızgara demeye bin şahit lazım.*

*Kalitesiz yemekler,*

*Ancak yemek ( Arma köfte, karışık deniz ürünleri) kalitesi berbat, ertesi gün midem bozuldu.*

*Ne yazık ki, beklediğimiz balık kalitesini alamadık. Taze balıklar hakkında sorduğumda, garson vitrin masasına getirdi, tabak üzerine koyduğu balıkları seçti.*

*Ben bu kadar kötü bir servise ve lezzetlere hiç bir yerde rastlamadım*

*Lezzet çok kötü Her şey yağ içinde Yiyemedik kalktık*

*Ne korkunç bir tada sahipti.*

*Çok övülen iç pilavı yağlı ve ağır.*

*Benim sipariş ettiğim köfte ve ekmekler domates sosunda yüzüyordu.*

*Yemekler iyi fakat çok lezzetli değil,*

*Lezzetli değil*

*Manzarası kadar güzel lezzeti olsa kusursuz olurdu ama sınıfta kaldı!!!*

*Sunumlar ise aşığı çarşı lokantasında bile daha görsel.*

*Akşam yemeğimiz yağ içinde yüzen ve yağda da kızartılmış kalamar ve lagos*

*İçinde sayılı malzeme bulunan su kıvamında çorbasını mı desem*

Restoranda sunulan hizmette oldukça önemlidir. Servisle ilgili şikâyetlerde ağırlıklı olarak servisin kötü olması (n:29) ve yavaş olmasıyla (n:18) ilgilidir.

*“Sonrasın da servis kalitesi daha da düştü.*

*Cumartesi günü hayatımda görmüş olduğum en kötü servisi hizmetini yaşadım ve bu gerçekten abartı değil.*

*Servis çok kötüydü Servis sırasına uyum yoktu Salatalar sonradan geldi*

*Çok zoraki servis aldık. İyi hizmet almak için gittik. Ama ellerimiz kollarımız havada kaldı.*

*Burada servis berbattı.*

*Bir Antalyalı olarak böyle kötü bir servis başka bir yerde görmedim.*

*Bize restoranda kötü servis verildi. Bizim konuşmamız sürekli aralıklarla kesildi,  
Servis süresi ve kalitesi her zaman vasatın altında. İşte bunu bir türlü düzeltemediler gitti...*

*Çalışanların sürekli kendi arasında konuşmasından dolayı servis çok ağır.*

*Akşam yemeği için gittiğimiz restoranda yemekler ancak 45 dakikada ikaz ve hatırlatmalarımızdan sonra geldi.*

*Sipariş çok uzun zaman sonra alındı*

*25 dk geçmesine rağmen gelmeyen siparişler*

*Üstüne üstlük 1 saatte ana yemek geldi*

*İstedğim içecek yemeğin sonlarına doğru geldi.*

*Yarım saat sonra sipariş verebildik. 1 buçuk saat sonra yemeğimizi yiyebildik.*

*Servis çok yavaş”*

Üzerinde durulan bir diğer konu *fiyatların* çok pahalı (n:38) olmasıyla ilgilidir. Restoran müşterileri menüde yer alan yiyecek içecek kalemlerinin oldukça pahalı olduğunu düşünmektedir.

*“Masaya gelen sulara bir aylık evinizin su faturasını yazıyor.*

*Yemekler için fiyatlar yüksek.*

*Fiyatlar çok çok pahalı.*

*Mezeyi bile fiyata dâhil etmişler.*

*Kesinlikle hak etmediği kadar pahalı olan menüsü*

*Ödediğim bir ton hesapta mide bulantımın yanında ekstra rahatsız edici oldu.*

*Diğer yerel restoranlara göre çok pahalı bir yerdi.*

*Üç kişilik grida için tam 328 tl geldi böyle bir şey olamaz*

*Sırf manzarası için bir bifteğe dünya kadar para verecekseniz*

*Arkadaşlarla oturup yemek yedik ama hesap da bizi yedi.*

*Fiyatlar çok pahalı.*

*Bir şişe su çok pahalı, Trabzon da daha önce yemiş olduğum yoğurtlu köfte 6 kat daha pahalıydı. Birçok üründe astronomik oranlarda fiyatlar vardı.*

*Menü oldukça çeşitli fakat pahalıydı.*

*En son hesap geldiğinde ise şoka uğradım. Avuç içim kadar ahtapot salataya 34 tl, içinde 7 adet karides olan güvece 42 tl yazmışlar.*

*Ama mezeler yükte hafif pahada ağır :), ufacık kahve fincanı mezelere ana yemekten çok fazla ödeyebilirsiniz dikkat.*

*Yemek, toplamda 120 liraya geldi, vasat bir yemek için çok fazla...*

*Fiyat dersiniz oldukça çok ama çok pahalı tam bir hayal kırıklığı”*

Restoranda servis, yiyecek içecek ve personel dışında şikâyet edilen konu *hizmet ortamıyla* ilgilidir. Hizmet ortamının içerisinde atmosfer (n:14), aydınlatma (n:2), düzen (n:1), temizliğe (n:6) ilişkin yorumlar bulunmaktadır.

*“Kalabalık grupların yemek yiyip gittikleri bir yemekhane hissini uyandırdı.*

*Hava kötü olduğu için yemeği içerde yedik mekân çok kalabalık ve basık.*

*Eski gibi değil bozdu ve bir mekânda hala nasıl müzik olmaz ilginç.*

*Tamamen yanlış bir ambiyans,*

*Ayrıca naçizane fikrimiz müziksiz mekân olmaz.*

*Restoran çok kalabalıktı*

*Atmosfer bir fast food restoranı gibi*

*Bahçesi çok küçük ve çok loş ne yediğinizi bile zorla görüyorsunuz ki kimi zaman telefonun fenerini açarak gördüm.*

*Fakat ambiyans ve ışıklar kötü*

*Masaların yakınlığı rezervasyon yapmama rağmen oturma düzeni kötüydü*

*Tuvaletler resmen rezalet.*

*Şaraplarımız bitene kadar ortalıkta meyve sinekleri dolaştı,*

*Her yer minik sinekler ve sivrisinek dolu.*

*Bulaşıkların iyi yıkanmamasının yanında garson ve komilerin tırnaklarını görmek istemezsiniz; ter kokusunu saymıyorum bile.*

*Tabakların ikisi de kirliydi”.*

Müşterilerin Antalya'daki restoran işletmelerinde en az şikâyet ettiği nokta ise *menüyle* ilgilidir. Restoran müşterileri menüyle ilgili menü çeşitliliğinin az olması (n:4), menüde yer alan ürünlerin bulunmamasını (n:7) şikâyet etmektedir.

*“Deniz ürünleri restoranı olmasına rağmen menüde balık yok.*

*Menü geniş değildi*

*Zayıf şarap menüsü,*

*Menü ise çok standart. Farklı lezzet unsurları içeren daha özgün seçenekler eklemeliler.*

*Saat 19.00 olmasına rağmen o bitti, bu bitti, bugün bu çıkmadı vb gibi bizi istemediğimiz bir yemek konusunda yönlendirdiler.*

*Mesela bonfile lokum sipariş vermemize rağmen gelmedi!*

*Garson efendiye söyledik ellerindeki son yoğurtlu patlıcanı getirdiğini arzu edersek normal yoğurt getirebileceğini söyleyince sadece güldüm.*

*Aynı şeyi ismarladık bu sefer patatessiz geldi.*

*Bir başlangıç ve ana yemek seçtik onlar yoktu,*

*Yemeklere gelince, rezervasyonumuz saat 20.00'deydi ve o saatte, mönüdeki birçok yemek için (seçimimiz kuzudan yana kullanmıştık) "kalmadı" dendi."*

Yukarıdaki ifadelerden Antalya'daki birinci sınıf restoran işletmelerinde müşterilerin olumsuz olarak algıladığı özellikler bulunmaktadır. Restoran müşterilerinin sırasıyla personel, yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyü sıklıkla şikâyet ettiği dair bulgulara rastlanılmıştır. Bunun dışında yapılan yorumlarda düzen, park sorunu, mekân tasarımı ve dekorasyona ilişkin ifadelerle rastlanılmamıştır.

## **TARTIŞMA VE SONUÇ**

Bu çalışmada Antalya merkezdeki birinci sınıf restoranlara ilişkin TripAdvisor.com'da bulunan olumsuz yorumların betimsel analiz yardımıyla sınıflandırılması ve sıklıkla şikâyet edilen özelliklerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. TripAdvisor kullanıcılarının Antalya'daki birinci sınıf restoranlara ilişkin restoran şikâyetlerine ilişkin bir model oluşturulmuştur. Modele göre kullanıcıların sıklıkla şikâyet ettiği konulardan 6 ana tema ve 18 alt tema belirlenmiştir. Ana tema olarak servis, hizmet ortamı, yiyecek içecek, personel, menü ve fiyatla ilişkin şikâyetler sınıflandırılmıştır.

Restoran müşterilerinin ilk olarak personel, daha sonra yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyü sıklıkla şikâyet ettiği bulunmuştur. Araştırma bulgularından yola çıkarak Antalya'daki birinci sınıf restoranlarda en çok şikâyet edilen konunun personelle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Bunun sebebinin ise hizmet sektörü içerisinde yer alan restoran işletmelerinin masa servisi hizmeti sunması nedeniyle restoran personelinin, müşterilerin yemek yeme deneyiminde oldukça büyük bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Restoran işletmelerinde hizmet eden personelin üslubu, nezaketi, güler yüzlülüğü, kıyafetlerinin düzeni ve temizliği, misafirlere karşı ilgisi müşteriler için büyük öneme sahiptir. Tüm bu unsurlar yeri geldiğinde yiyecek içeceğin bile önüne geçebilmektedir. Tüm bu unsurların yerine getirilmemesi müşterilerde başlıca şikâyet konusu olabilmektedir. İlgili literatürde ilk olarak şikâyet edilen konu ağırlıklı olarak yemeğin lezzetine yönelik (Albayrak, 2013; Dalgıç vd., 2016; Doğan, vd. 2016; Taştan ve Kızılcık, 2017) iken bu çalışmada en sık şikâyet edilen özelliklerden biri personel olarak tespit edilmiştir. Yiyecek ve içeceğe ilişkin şikâyetlerin ikinci sırada yer aldığı bulunmuştur.

Bir diğer ilginç bir bulgu ise yiyecek ve içeceğe ilişkin şikâyetlerin büyük bir çoğunluğu lezzete ilişkin sorunlar ve yiyeceğin uygun pişirilmemesi oluşturmaktadır. Bu nokta Su ve Bowen (2001)'in elde ettiği bulgularla benzerlik göstermektedir. Nitekim ilgili çalışmada yemeğin uygun sıcaklıkta pişirilmemesi restoranlarda sıklıkla şikâyet edilen unsurlardan biri olarak belirtilmiştir.

Bu çalışmada restoran müşterilerinin en çok şikâyet ettiği özelliklerden üçüncüsü servisin kötü ve yavaş olmasıdır. Bu bağlamda Kitapçı (2008) ve Özaslan ve Uygur (2014)'un çalışmalarında da servisin yetersiz ya da

yavaş olmasına dikkat çekilmektedir. Restoran işletmeleri için, müşteriler tarafından sipariş edilen yiyeceklerin zamanında servis edilmemesi şikâyet sebebi olabilmektedir.

Restoran müşterileri için personel, yiyecek ve içecekler, servis her ne kadar iyi ya da kötü olursa olsun yemek yeme deneyiminde ödenen ücretin de büyük etkisi bulunmaktadır. Nitekim yemeğe ödenen ücret, Emir (2011)'in çalışmasında en önemli faktör iken, Doğan, vd. (2016) ve Taştan ve Kızılcık (2017) çalışmalarında üçüncü önemli faktör olarak bulunmuştur. Bu noktada Antalya'daki restoranların çok pahalı olduğuna ilişkin şikâyetler dördüncü sırada yer almaktadır.

Restoran işletmelerinde bir diğer önemli unsur ise yemek yenilen ortamdır. Yapılan bazı çalışmalarda restoran ortamı ya da hizmet ortamı kavramları; atmosfer ya da ambiyans olarak ifade edilirken, hizmet ortamı atmosfer, aydınlatma, düzen, temizlik gibi unsurları da içerisinde barındırmaktadır. Hizmet ortamı değişkenleri içerisinde en fazla edilen unsur ambiyans ve temizliktir. Restoran müşterileri için temizlik ve hijyen DeFranco (2005) ve Olcay ve Özekici (2015)'nin çalışmalarında en çok şikâyet edilen faktör iken, Liu ve Jang (2009a) ve Dalgıç ve arkadaşlarının (2016) çalışmasında ise atmosfer en az şikâyet edilen faktörlerden biridir. Menüye ilişkin şikâyetler ise Taştan ve Kızılcık (2017)'in çalışmalarında olduğu gibi restoran müşterilerinin yiyecek, personel, servis ve fiyata nazaran en az şikâyet ettiği noktalardan biridir.

Araştırmanın bulguları dikkate alınarak Antalya'da faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerine önerilerde bulunulabilir. Restoran sahipleri ya da müdürleri; restoranda çalışan mutfak ve servis personeline yönelik şikâyetleri azaltmak ve sunulan hizmetin kalitesini artırmak adına müşteri memnuniyeti, doğru iletişim sağlama, yiyecek içecek servis kurallarını uygulama ve yabancı dile yönelik eğitimler verme gibi önlemler almalıdırlar. Aynı zamanda sunulan yiyecek ve içeceklerin lezzetli, kaliteli, hijyenik ve uygun sıcaklıklarda sunulması için gereken koşulları sağlamalıdır. Restoranın her alanında temiz ve hijyenik olmaya özen göstermelidir. Restoran atmosferine yönelik restoran içindeki gürültülerin azaltılması ve arka planda hoş yemek müzikleri tercih edilmelidir. Ayrıca restoran sahipleri Antalya'nın yaz dönemlerinde sıcak ve nemli olması nedeniyle bu durumdan kaynaklanan rahatsızlıkların azaltılması için çeşitli önlemler almalıdırlar. Diğer taraftan restoran menülerinde çeşitliliği sağlamalıdırlar. Restorana gelen yerli ve yabancı turistlere eşit mesafede davranmalıdırlar. İşletmeler menüde yer alan yiyecek içecek kalemleri doğru bir şekilde fiyatlandırılmalıdır.

Modelde elde edilen boyutlara yönelik müşteriler üzerinde nicel yöntemlerin kullanıldığı çeşitli yaklaşımlarla farklı çalışmalar yapılabilir. Restoran yöneticilerinin bu şikâyetleri nasıl cevap vereceğine ilişkin çalışmalar yapılabilir. Müşteri şikâyetlerinden hangi yöntemler ile müşterilerde müşteri memnuniyetinin sağlanabileceği araştırılabilir. Çalışmada en çok şikâyet edilen personel, yiyecek, içecek ve servis kapsamında mutfak ve servis personeline bu şikâyetleri farkındalıklarına ve çözüm önerileri araştırmak için nitel bir çalışma yapılabilir.



## **KAYNAKÇA**

- Albayrak, A. (2013). Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyete İlişkin Davranışlar. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, (9)2, 24-51.
- Alrawadieh, Z. ve Demirkol, Ş. (2015). Konaklama İşletmelerinde E-Şikâyet Yönetimi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 132-152.
- Barlow, J. ve Moller, C. (1998). Her Şikâyet Bir Armağandır, Günhan Günay (çev), İstanbul: Rota Yayınları.
- Bell, S., Mengüç, B. ve Stefani, S. L. (2004). When Customers Disappoint: A Model of Relational Internal Marketing and Customer Complaints. *Journal of Academy of Marketing Science*, 32(2): 112-126.
- Çalışkan, O. (2013). Restoran İşletmelerinde Hizmet Hataları, Hizmet Telafi Stratejileri ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(3), 65-83.
- Dalgıç, A., Güler, O. ve Birdir, K. (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*, 4/Special Issue 1, 153-173.
- Dalgıç, A., Güler, O. ve Birdir, K. (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*, 4(1),153-173
- Day R.L. ve Landon E.L. (1977). Toward a theory of consumer complaining behavior. 425-437. (İçinde Woodside A, Steht J ve Bennet P.), *Consumer and Industrial Buying Behaviour*. Amsterdam: North Holland Publishing Company.
- DeFranco, A., Wortman, J., Lam. T. ve Countryman, C. (2005). A Crosscultural Comparison of Customer Complaint Behaviour in Restaurants in Hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 10 (2), 173-190.
- Doğan, S., Güngör, M. Y. ve Tanrısevdi, A. (2016). Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: Kuşadası'ndaki Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma, *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, [www.uhpadergisi.com](http://www.uhpadergisi.com), 9, 1-22.
- Donoghue, S. ve De Klerk, H. M. (2006). Dissatisfied Consumers' Complaint Behaviour Concerning Product Failure of Major Electrical House Hold Appliances- A Conceptual Framework. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 2006 (34). 41-55.
- Eccless, G. ve Durand, P. (1998). Complaining Customers, Service Recovery and Continuous Improvement. *Managing Service Quality* 8 (1), 68-71.
- Ekiz, E. H. ve Babacan, E. (2008) Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Otel Endüstrisinde Şikâyet Yönetimi. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 13-26.
- Emir, O. (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.

- Gürkan, G.Ç. ve Polat, D.D. (2014), Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde Faaliyet Gösteren Resort Konaklama İşletmeleri Hakkında Yapılan Şikâyetler Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management*, 11(2), 45-61.
- Hirschman A. O. (1970). *Exit, Voice and Loyalty Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. Cambridge: Harvard University Press.
- Jacoby, J. ve Jaccard, J. J. (1981). The Sources, Meaning and Validity of Consumer Complaint Behaviour: A Psychological Analysis. *Journal of Retailing*, 57 (3): 4-23.
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyetlerin Değerlendirilmesi, *Journal of Yasar University* 25(7) 4189-4202
- Kim, C., Kim,S., Im, S. ve Shin, C. (2003). The Effect of Attitude and Perception on Consumer Complaint Intentions. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), 352-371.
- Kitapçı, O. (2008). Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikâyet Davranışları: Sivas İl'inde Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31, 111-120.
- Kozak, M. (2006). Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikâyetlerini Bildirme Eğilimleri ve Çözümüne Yönelik Bireysel Önerileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Muğla Üniversitesi Araştırma Projesi*, Yayın No: 68, Muğla.
- Kutluk, A. ve Arpacı, Ö. (2016). E-Wom Bağlamında Seyahat Acentelerine Yönelik E-Şikâyetlerin Gömülü Teori ve İçerik Analizi ile İncelenmesi. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute* , 19(35), 367-386.
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The Measurement of Observer Agreement for Categorical Data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lapre, M. A. ve Tsikriktsis, N. (2006). Organizational Learning Curves for Customer Dissatisfaction: Heterogeneity Across Airlines. *Management Science*, 52 (3), 352-366.
- Lei, S., ve Law, R. (2015). Content Analysis of Tripadvisor Reviews on Restaurants: A Case Study of Macau. *Journal of Tourism*, 16(1), 17-28.
- Liu, Y. ve Jang, S. (2009a), The Effects of Dining Atmospherics: An Extended Mehrabian–Russell Model', *International Journal of Hospitality Management*, 28 (4), 494–503.
- Liu, Y. ve Jang, S. S. (2009b). Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions?. *International Journal of Hospitality Management*, 28, p. 338-348.
- Mattila, A.S. ve Wirtz, J. (2004). Consumer Complaining to Firms : The Determinants of Channel Choice. *Journal of Service Marketing*, 18 (2), 147-155.
- Morganosky, M. ve Buckley H. (1987). Complaint Behavior: Analysis By Demographics, Lifestyle, And Consumer Values. *Advances in Consumer Research*, 14, 223-226.
- Mowen, John C.; (1993). *Consumer Behaviour*, Macmillan Publishing Company, New York.

- Namkung, Y., Jang, S.C. ve Choi, S.K. (2011). Customer Complaints in Restaurants: Do They Differ By Service Stages and Loyalty Levels?. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 495-502.
- Olçay, A. ve Sürme, M. (2014). Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetlerini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(35), 836-855.
- 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.
- Özaslan, Y. ve Uygur, M. S. (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, 69-88.
- Pantelidis, I. S. (2010). Electronic Meal Experience: A Content Analysis of Online Restaurant Comments. *Cornell Hospitality Quarterly*.
- Sezgin E., Efiltili, S., Kalıpçı M.B. ve Algür, S. (2012). A Content Analysis About e-Complaints of the Hospitality Enterprises in Manavgat Regions: *Çukurova Üniversitesi İİBG dergisi* 16(2), 111-118.
- Sökmen, A. (2010). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği, (5. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sparks, B. A. ve Browning, V. (2010). Complaining in Cyberspace: The Motives and Forms of Hotel Guests' Complaints Online. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19, 797-818.
- Sparks, B. A. ve Bradley, G. L. (2014). A "Triple A" Typology of Responding to Negative Consumer-Generated Online Reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 41(6), 719-745.
- Su, W. ve Bowen, J.T. (2001). Restaurant Customer Complaint Behavior. *Journal of Restaurant and Foodservice Marketing*, 4(2), 35-65
- Şahin, A., Çakıcı, C. ve Güler, O. (2014). Tüketicilerin Masa Servisi Yapan Restoranlarda Önem Verdiği Hususların Şikâyet Davranışı Eğilimlerine Etkisi, 15. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara, 683-700.
- Taştan, H. ve Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta Bulunan Yiyecek İçecek İşletmelerine Yönelik Tripadvisor.com'da paylaşılan şikâyetlerin sınıflandırılması. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270-284.
- Tripadvisor (2013). Social Media, Smartphones ve Tablets Now Essential Travel Tools For U.S. Travelers, According to New Tripadvisor Survey of Mobile ve Social Trends. <http://ir.tripadvisor.com/releasedetail.cfm?releaseid=808058>.
- Unur, K., Çakıcı, A.C. ve Taştan, H. (2010), Seyahat Acentelerinde Uygulanmakta Olan Müşteri Şikâyet Çözüm Türleri Üzerine Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(24), 241-253.

- Yanık, A. (2016). Turizmde Şikâyet Yönetim Sistemlerinden Müşteri Memnuniyeti Yaratmak: Palandöken Kayak Tesisleri Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management*, 13 (3), 102-116.
- Yüksel, A. ve Kılınç, U.K. (2003). Müşterilerin Şikâyet Çözümüne Yönelik Konaklama İşletmelerinden Beklentileri ve Değişik Müşteri Grupları Arasındaki Beklenti Farkları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 14(1), 23-32.
- Zorlu, Ö., Çeken, H. ve Kara, M.A. (2013). Otel İşletmelerinde Restoran Şikâyetlerinin Şikâyet Davranışlarına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15)3, 529-554.

## **Evaluation of Customer Complaints in Tripadvisor: Case of Antalya**

**Özkan ERDEM**

Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School

**Özlem YAY**

Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School

### **Extensive Summary**

Complaints, negative feedback from the customer(Bell vd., 2004), an action involving the activities of a person to communicate in a negative manner related to a product(Jacoby ve Jaccard, 1981), sense of dissatisfaction during purchase(Mowen, 1993) or it is expressed as a failure to meet their expectations(Lapre ve Tsikriktsis, 2006). Lapre and Tsikriktsis (2006), state that in the beginning of the complaint, an operator does not meet the expectations of the person or persons who buy the goods or services.

### **Customer Complaints on Tripadvisor**

TripAdvisor is one of the world's largest travel sites in social networking sites. TripAdvisor, which allows the traveler to enjoy the trip, is the world's largest travel site. TripAdvisor is a travel site that provides travelers or tourists with information about beaches, destinations, accommodation businesses, airline companies, restaurants and most popular venues, sharing information on the website with other users or providing answers to business(TripAdvisor, 2013). Consumers rely on comments shared on Tripadvisor.com(Taştan ve Kızılcık, 2017). The online comments that users create are a tool that provides communication and information about tourism businesses for past and future customers(Sparks ve Bradley, 2014).

### **Customer Complaints at Restaurant Operations**

Restaurant dining experiences are assessed in many ways. As a result of Sahin, Çakıcı and Güler (2014), the most important dimension in restaurants serving table service in study is the factor of atmosphere (physical environment), service (personnel), atmosphere (cleaning), food (safety), food (quality) and service. Failure or lack of fulfillment of these factors that are important to the customer affects the customer negatively and causes complaints. According to Çalışkan (2013), the customer's negative dining experience in the restaurant does not only affect the restaurant's losing customers, but also causes the customer to say negative things about the restaurant. This can cause the restaurant to lose potential customers. Because the client tends to tell the negative dining experience more to the person around than the positive dining experience. When the literature on restaurant complaints is examined, it has been determined that restaurant customers generally have complaints about food / beverage, price, personnel behavior and cleanliness, menu, restaurant atmosphere, cleanliness etc. (DeFranco vd., 2005; Kitapçı, 2008; Liu ve Jang, 2009a; Sökmen, 2010; Emir, 2011; Albayrak, 2013; Zorlu vd., 2013; Özaslan ve Uygur, 2014; Lei ve Law, 2015; Olcay ve Özekici,2015; Dalgıç vd., 2016; Doğan, Güngör ve Tanrısevdi, 2016; Taştan ve Kızılcık, 2017).

DeFranco et al. (2005), Hong Kong (China) and Houston (USA), the most likely to complain about customers is the following: the level of cleanliness from the characteristics of the atmosphere, the service efficiency of the staff from the characteristics of the service, and the taste of the food-drink from the characteristics of the food and beverages. According to Liu and Jang (2009b), Chinese customers in the US were the least satisfied with the characteristics of the atmosphere as a result of the evaluation of the customers. Later, music, lighting, interior design and decor come in order. In another study, the hotel restaurants in the Lara and Kundu regions of the city of Antalya found the complaints about the price in the most posh. On the other hand, it has been determined that a significant majority of the customers are in the menu (the menu descriptions are not sufficient and the menu is not served), the size of the portion, the speed of service and the taste (Emir, 2011). In Su and Bowen (2001)'s study, it has been determined as an important complaint element that your food is not cooked as desired.

## **Method**

In this study, it was aimed to classify the negative customer comments on TripAdvisor.com in the first class restaurants in the city of Antalya with descriptive analysis and 106 reviews of the 5 restaurants in Turkish and English are given on TripAdvisor.com and it was obtained 01-03 August 2017. The obtained data were analyzed and interpreted using NVIVO 10 program for analysis.

## **Results**

A model have created for for restaurant complaints at TripAdvisor about first class restaurants in Antalya. Six main themes and 18 sub-themes were created from the topics that users often complain about according to the model. The main themes were service, service environment, food and beverage, staff, menu and price complaints. Service quality and service quality are poor and slow; service environment dimension is order, atmosphere, lighting and cleaning, lack of food and beverage size products, proper cooking, amount of servings, presentation of food, taste and quality of food, lack of quality of staff in personnel dimension, personal hygiene and indifference, the variety of menus in the menu size and the lack of products, and the price of the complaints about the cost was considered as a sub-theme.

## **Discussion And Conclusion**

Restaurant customers were found to firstly complain about staff, then food and drink, service, price, service environment, and men. It has been found out that the first complaints in the restaurants of Antalya are related to the personnel who complained most about the research. This is thought to be due to the fact that customers are providing table services in restaurant businesses in the service sector, which has a considerable effect on the eating experience. The style and kindness of the staff who serve in the restaurant businesses, the courtesy, the gentlemanly face, the cleanliness and the cleanliness of the clothes, the big reservation for the interested customers towards the guests. All these elements can even get in the way of food when you come to the place. Failure to fulfill all of these elements can be a major complaint for customers. While In the related literature, the first complaint is mainly about the flavor of your meal (Albayrak, 2013; Dalgıç vd., 2016; Doğan, vd. 2016; Taştan ve Kızılcık, 2017), One of the most common complaints in this study was identified as personnel. Complaints about food and drink were found to be in the second place. Considering the findings of the survey, suggestions can be made to the food and beverage

businesses operating in Antalya. Restaurant owners or managers should provide customer satisfaction, correct communication, apply food and beverage service rules and train for foreign language in order to reduce the complaints about the kitchen and service staff working at the restaurant and to increase the quality of the service offered. It must provide the conditions for serving the presented food beverages in tasty, high quality, hygienic and suitable temperatures. Be careful to be clean and hygienic in all areas of the restaurant.