



## Safranbolu Restoranlarına Yönelik Çevrimiçi Müşteri Şikâyetlerinin Analizi: Tripadvisor Örneği (Analysis of Online Customer Complaints for Safranbolu Restaurants: Tripadvisor Example)

\* Gözde OĞUZBALABAN 

<sup>a</sup> Zonguldak Bülent Ecevit University, Karadeniz Ereğli Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Zonguldak/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:17.09.2020

Kabul Tarihi:27.11.2020

### Anahtar Kelimeler

Turizm  
Restoran  
E-Şikâyet  
Tripadvisor  
Safranbolu

### Öz

Günümüzde internet tüketicilere satın aldıkları ürün ve hizmetleri çevrimiçi olarak değerlendirebilmeleri yanında satın almak istedikleri ürün ve hizmetlerle ilgili bilgi sahibi olabilmeleri için de kapsamlı fırsatlar sunmaktadır. Tüketicilere internet ortamında bu hizmeti sunan dünyanın en büyük çevrimiçi sitelerinden biri de Tripadvisor'dır. Bu çalışma, Safranbolu'da faaliyet göstermekte olan restoranlara yönelik Tripadvisor'da yer alan şikâyet içerikli yorumların hangi nedenlerden kaynaklandığını belirlemeyi ve işletmelere çözüm önerileri sunarak hizmet kalitelerini arttırmalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada nitel veri toplama tekniklerinden birisi olan doküman incelemesi tercih edilmiştir. Çalışmanın örneklemini, Tripadvisor sitesinde 1=berbat, 2=kötü ve 3=ortalama kategorilerinde yer alan Türkçe ve İngilizce dillerinde 27.11.2011 – 25.12.2019 tarihleri aralığında müşterilerin Safranbolu'da bulunan 65 restoran işletmesine yapmış oldukları toplam 517 yorum oluşturmaktadır. Belirlenen şikâyet yorumlarına betimsel analiz ve içerik analizi birlikte uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda şikâyetler 8 ana kategori ve 27 alt kategori altında toplanmıştır. Özellikle en fazla şikâyet alan kategorinin yiyecek ve içeceklerle ilgili olduğu, en az şikâyet alan kategorinin ise atmosfer olduğu belirlenmiştir.

### Keywords

Tourism  
Restaurant  
E-complaint  
Tripadvisor  
Safranbolu

### Abstract

Today, the internet provides extensive opportunities for consumers to evaluate the products and services they purchase online as well as to learn about the products and services they want to buy. Tripadvisor is one of the world's largest online sites that offer this service to consumers on the internet. This study aims to determine the reasons for the complaint-based comments on Tripadvisor made for restaurants operating in Safranbolu and help those businesses increase their service quality by offering solutions. In this study, qualitative data collection technique was preferred as the document analysis. The sample of this study consists of 517 comments made by customers towards 65 restaurant businesses in Safranbolu between 27.11.2011 and 25.12.2019 in Turkish and English languages, which are in the categories of 1 = terrible, 2 = bad and 3 = average on the Tripadvisor site. Content analysis was applied to the determined complaint comments. Following the analysis results, the complaints were grouped under eight main categories. Descriptive analysis and content analysis were applied together to the determined complaint comments. As a result of the analysis, complaints were collected under 8 main categories and 27 sub-categories. In particular, it was determined that the category receiving the most complaints was about food and beverages, while the category receiving the least complaints was the atmosphere.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: oguzbalaban@beun.edu.tr (G. Oğuzbalaban)

DOI: 10.21325/jotags.2020.744

## GİRİŞ

Restoran işletmeleri, yiyecek içecek sektörünün en önemli kısmında yer almaktadır. Bazı kaynaklarda yiyecek-içecek işletmeleri restoran işletmesi olarak tanımlanmaktadır. Restoran işletmelerini, yiyecek-içecek işletmelerinden ayıran en büyük özellik ise üretilen ürünün sadece yiyecek-içecek maddelerinden oluşmayıp; müşteriye karşılamadan uğurlamaya kadar birçok hizmet ürünlerini de beraberinde sunmasıdır (Kılınç, 2011, s.3). Restoran müşterileri yemek yeme deneyimini birçok yönden değerlendirmektedir. Müşterilerin önem verdiği faktörlerin eksik olması ya da yerine getirilmemesi müşteriye olumsuz yönde etkilemekte ve şikâyet sebepleri olmaktadır (Erdem & Yay, 2017, s. 203). Mowen şikâyet davranışını, satın alma sürecinde oluşan tatminsizlik algısı sonucu meydana gelen eylemler bütünü olarak açıklarken (Mowen, 1993, s. 467); Lapre ve Tsikriktsis’de şikâyet davranışını müşteri beklentilerinin karşılanmaması durumunda ortaya çıkan davranışlar olarak tanımlamaktadır (Lapre & Tsikriktsis, 2006, s. 352).

Teknolojik imkânların gelişmesiyle birlikte kişilerin olumlu ve olumsuz düşüncelerini rahatlıkla paylaşabildikleri çevrimiçi siteler ortaya çıkmıştır (Pollach, 2006, s.1). Birçok tüketici için önemli olan çevrimiçi sitelerden biride Tripadvisor sitesidir (Keates, 2007, s.1). Tüketiciler satın almak istedikleri hizmetlerle ilgili paylaşımları Tripadvisor sitesinde okumakta ve tercihlerini yaparken bu paylaşımları göz önünde bulundurmaktadır (Aydın, 2016, s.14). Bu tarz kanallar aracılığıyla yapılan müşteri şikâyetleri, yaygın bir kitleye ulaşma gücüne sahiptir (Beneke vd., 2015, s. 68). Tüketiciler, çeşitli nedenlerle çevrimiçi siteler üzerinden şikâyetlerini iletebilmektedir. Bunun nedenleri; işletmeden intikam almak ya da tüm tüketicileri şikâyet konuları olan hususlardan haberdar ederek, aynı olumsuzlukları yaşamalarının önüne geçmek şeklinde sıralamak mümkündür (Sparks & Browning, 2010, s.801).

Müşteri şikâyetleri, işletme yöneticileri için hizmet ile ilgili problemlerin kaynağını bulmaları açısından oldukça önem arz etmektedir (Barlow ve Moller, 2008, s.17). Çünkü Nick Wreden’e (2005) göre, “mutsuz müşteri”, işletme için en önemli tehditlerden biridir. “Mutlu müşteri”, memnuniyet durumunu ortalama 4-5 kişiye anlatırken, “mutsuz müşteriler” ortalama 8-13 kişiyle (bazı araştırmalarda bu rakam 9-21 kişidir) şikâyet konularını paylaşmaktadır. Bu rakam, memnuniyetsizliğin internet ortamında paylaşılması halinde ise daha da yüksek düzeylere kadar çıkmaktadır. İnternet ortamında yayılan kötü haber, iyi habere göre iki kat daha hızlı yayılmaktadır (Wreden, 2005’den akt. Alabay, 2012, s. 152).

Her dönem turların yoğun olarak yaşandığı Safranbolu ilçesinde, destinasyona gelen ziyaretçilerin bölgeden memnun şekilde ayrılması için restoran işletmelerinin kaliteli hizmet sunması ve müşteri şikâyetlerini dikkate alması gerekmektedir. Bunun öneminden yola çıkarak bu çalışma, Safranbolu’da faaliyet göstermekte olan restoranlara ilişkin Tripadvisor’da yer alan şikâyet içerikli yorumların hangi nedenlerden kaynaklandığını belirlemeyi ve işletmelere yönelik çözüm önerileri sunmayı amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın sonuçları doğrultusunda ortaya çıkacak müşteri şikâyet kaynaklarının belirlenmesi ve işletmeler tarafından bu şikâyetlerin çözümüne odaklanması ile işletmelerin hizmet kalitesini arttıracakları düşünülmektedir. Diğer yandan literatürde Tripadvisor’da yer alan restoranlara yönelik şikâyet konularının belirlendiği benzer çalışmalar bulunmakla birlikte Safranbolu destinasyonunda yer alan restoranlara özgü bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

## Literatür İncelemesi

Çevrimiçi restoran inceleme web siteleri, potansiyel müşterileri diğer birçok restoranla buluşturan kanallardır. Bu web siteleri genellikle tüketicilerin arama seçimlerini kolayca daraltmalarına yardımcı olmak için tasarlanmış çeşitli filtreleme hizmetlerini de içermektedir. Bu sitelerde genellikle, restoranların sunulduğu bir liste ve bu listede restoran adı, adresi, yemek ve hizmetin genel bir değerlendirmesi ve restoranın özel web sayfasına bir köprü sunulmaktadır. Tüketiciler, bu köprüyü tıklayarak restoranın konumunu, menüleri, fotoğrafları ve tüketiciler tarafından gönderilen yorumları daha ayrıntılı şekilde görüntüleyebilmektedir. Bu özel web sayfasına yapılan görüntülemelerin veya ziyaretlerin sayısı bir restoranın çevrimiçi kullanıcılar arasındaki popülerliğini göstermektedir (Zhang vd., 2010, s. 694). Günümüzde çok kullanılan çevrimiçi restoran inceleme web sitelerinden birisi de Tripadvisor'dır. Turizm alanında çalışan araştırmacılar Tripadvisor sitesinde yer alan restoranlara yönelik tüketici yorumlarının incelenmesi üzerine birçok çalışma yapmışlardır. Bu çalışmalardan bazıları Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Çevrimiçi Tüketici Değerlendirilmeleri Üzerine Çalışmalar

Yazar Adı	Yayın Yılı	Çalışmanın Amacı	Bulgular
Pantelidis, I. S.	(2010)	Londra'da yiyecek içecek hizmeti veren çevrimiçi restoran rehberinde (www.london-eating.co.uk) yer alan 300 restoranla ilgili 2471 yorum incelenmek	Müşteriler için başlangıç yemeğini son derece akılda kalan bir öğe olduğunu müşteriler değerlendirmelerinde sırasıyla yemek, hizmet ve atmosfer, fiyat menü ve dekoru dikkate aldıkları sonucuna ulaşmıştır.
Zhang, Z., Ye, Q., Law, R., & Li, Y.	(2010)	Restoranlarının tüketiciler ve editörler tarafından oluşturulan çevrimiçi değerlendirmelerinin restoranların çevrimiçi popülerliğiyle olumlu bir şekilde ilişkili olup olmadığını araştırmak	Restoranların yemek kalitesi, ortamı ve hizmetiyle ilgili tüketici tarafından oluşturulan derecelendirmelerin ve çevrimiçi tüketici yorumlarının yoğunluğu, restoranların çevrimiçi popülerliğiyle olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir; editör yorumları ise tüketicilerin bir restoranın web sayfasını ziyaret etme niyetiyle olumsuz bir ilişkiye sahiptir.
Lei, S., & Law, R.	(2015)	Tripadvisor sitesindeki Macau restoranları ile ilgili müşterilerin yemek deneyimi ile ilgili yaptıkları derecelendirme ve yorumlar incelenmek	Çalışma sonucunda müşteri yorumlarını yemek, hizmet, fiyat, atmosfer ve diğer olmak üzere 5 boyutta değerlendirmişlerdir.
Kim, W.G., Li, J.J., & Brymer, R.A.,	(2016)	Tripadvisor sitesinde yer alan mükemmellik sertifikası almış restoranlarla ilgili sosyal medyada yer alan değerlendirmeleri incelemek	Tüketici yorumlarını yemek, hizmet, fiyat, atmosfer ve genel müşteri değerlendirmesi olmak üzere 5 boyutta değerlendirmişlerdir.
Doğan, S., Güngör, M., & Tanrısevdi, A.	(2016)	Kuşadası'nda faaliyet gösteren ve Tripadvisor Mükemmellik Sertifikasına sahip yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik tüketicilerin yaptıkları yorumları değerlendirmek	Tüketici yorumlarını 6 farklı boyut altında değerlendirilmişlerdir. Bu boyutlar yemek, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizliktir. Olumsuz yorumlarda sipariş edilen ve servis edilen yemekler "berbat", çalışan personeli "ilgisiz", fiyat açısından "çok pahalı", servis açısından "yavaş", atmosfer açısından "gürültülü", temizlik boyutunda ise "çok kötü" ifadelerinin sıklıkla belirtildiğini ifade etmişlerdir.
Dalgıç, A., Güler, O., & Birdir, K.	(2016)	Tripadvisor sitesinde yer alan Mersin ve Hatay restoran işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerini incelemek	Müşteri şikâyetleri dört boyut altında toplanmıştır. Bu boyutlar sırasıyla "gıdayla ilgili özellikler", "servisle ilgili özellikler", "atmosferle ilgili özellikler" ve "diğer özellikler" şeklinde sıralanmaktadır. Şikâyetlerin büyük çoğunluğunun "lezzet" unsurundan kaynaklandığı belirlenmiştir.

**Tablo 1.** Çevrimiçi Tüketici Değerlendirilmeleri Üzerine Çalışmalar ( Devamı)

Erdem, Ö., & Yay, Ö.	(2017)	Antalya il merkezinde faaliyet gösteren birinci sınıf restoranlara ilişkin Tripadvisor web sitesinde yer alan müşteri yorumları incelemek	Restoran müşterilerinin öncelikli olarak personel, daha sonra yiyecek içecek kalitesi, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyle ilgili şikâyetlerde bulduklarını tespit etmişlerdir.
Bayram, M.	(2017)	İstanbul'da faaliyet gösteren birinci sınıf restoranlara yönelik Tripadvisor web sitesinde bulunan çevrim içi tüketici yorumlarını içerik analiziyle değerlendirmek	Müşterilerin İstanbul restoranlarında en çok atmosferi, yemekleri ve hizmeti beğendiklerini fakat ödedikleri ücret karşılığında aldıkları hizmeti beğenmedikleri tespit edilmiştir.
Unur, K., Erdem, A., & Şeker, F.	(2017)	Adana ilinde yerel lezzet sunan 40 restoran işletmesine yönelik tripadvisor.com sitesi üzerinden yapılan şikâyetleri incelemek	Şikâyetler dört başlık altında toplanmıştır. Tüketicilerin genel olarak yemeğin lezzetinden, sunulan hizmetin kalitesinden, fiyat politikasından, işletmelerin temizlik ve hijyen koşullarından memnun olmadıkları tespit edilmiştir.
Taştan, H., & Kızılcık, O.	(2017)	Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik Tripadvisor com'da paylaşılan şikâyetleri incelemek	Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik şikâyetler; yiyecek-içeceklerle ilgili şikâyetler, çalışanlarla ilgili şikâyetler, fiyatla ilgili şikâyetler, fiziki yapıyla ilgili şikâyetler, servisle ilgili şikâyetler, atmosferle ilgili şikâyetler, menüyle ilgili şikâyetler, temizlikle ilgili şikâyetler olmak üzere sekiz ana kategori altında toplanmıştır. Şikâyet unsurlarının yiyecek-içeceklerle ilgili şikâyetler kategorisinde yoğunlaştığı ve bu kapsamda en fazla lezzet unsurunun sorunlu olduğu tespit edilmiştir.
Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H., & Nur, G.	(2018)	Tripadvisor. com 'da yer alan ve Alaçatı'da faaliyet gösteren restoranlara yönelik e-şikâyet unsurlarını belirlemek	Müşteri şikâyetleri; ürün, fiyatlandırma, dağıtım, tutundurma faaliyetleri, yasal boşluklar ve müşteriden kaynaklanan sorunlar olmak üzere 6 boyuttan oluşmuştur. Ayrıca Alaçatı'da faaliyet gösteren restoranları deneyimleyen müşterilerin en fazla fiyatlandırmadan kaynaklanan sorunlara yönelik şikâyetlerde bulunduğu belirlenmiştir.
Yaşar, Z.	(2019)	Tripadvisor. com'da yer alan ve Kastamonu'da faaliyet gösteren restoranlara yönelik e-şikâyet unsurlarını belirlemek	Kastamonu'da yöresel yemek hizmeti sunan restoranlarla ilgili müşteri şikâyetleri sırasıyla yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı, personel ve menüyle ilgili şikâyetler olmak üzere 6 ana kategori ve 16 alt kategoriden oluşmuştur.
Kılınç, U.	(2020)	Tripadvisor 'da yer alan Burdur restoranlarına ait müşteri yorumlarını incelemek	Çalışma sonuçlarına göre, restoran değerlendirirken en yüksek ve en düşük puan verme eğilimde olanların paylaşımlarında daha çok kelime ve cümle kullandıkları, kadın müşterilerin daha az kelime ve cümle kullandıkları, yorumlar içinde en çok tekrar edilen kelimenin Burdur olduğu, Burdur'a özgün ve ana yemeği olan Burdur Şiş'in müşteriler tarafından yanlış şekilde isimlendirildiği tespit edilmiştir.

İlgili literatür incelendiğinde, restoranlara yönelik müşteri şikâyetlerinin benzer konularda oluştuğunu söylemek mümkündür. Restoran müşterilerinin genel olarak yiyecek/içecek, menü, fiyat, servis, temizlik, restoran atmosferi ve personel davranışları gibi konularda şikâyetlerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Destinasyondan destinasyona farklılık gösterebilen durumlar ise; şikâyetlerin kategori sayıları, en fazla ve en az şikâyet alan kategori konularıdır. Her çalışmada şikâyet unsurunun işletmeler açısından önemi vurgulanmış ve yanlış uygulamaların kısa sürede düzeltilerek müşteri memnuniyeti ve sürekliliğinin sağlanması için gerekli olduğu belirtilmiştir. Müşteri şikâyetleri,

işletmeler için bir dezavantaj ya da başarısızlık olarak görülmemelidir. Şikâyetle birlikte ortaya çıkan hatalar düzeltilirse, şikâyetlerin işletmeler için avantaja dönüşmesi mümkündür. Müşteri şikâyetleriyle etkili bir şekilde ilgilenildiği ve müşterinin sorunun çözüldüğü takdirde, müşterinin işletmenin aleyhine kötü reklam yapmasının önüne geçilecek ve müşterinin elde tutulma oranında büyük artışlar olacaktır (Güreş, 2004, s. 54).

### **Araştırmanın Metodolojisi**

Bu bölümde, Safranbolu restoran işletmelerine yönelik Tripadvisor'da yer alan müşteri şikâyetlerinin analizi üzerinde durulmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama aracı, veri analiz tekniği, araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

### **Araştırmanın Evren ve Örnekleme**

Bu araştırmanın evrenini Safranbolu restoran işletmelerine yönelik tüm çevrimiçi sitelerde yer alan müşteri yorumları oluşturmaktadır. Bu evrene ulaşmak mümkün olmadığından çalışma örnekleme sadece tek bir site ile sınırlandırılarak Tripadvisor sitesi olarak belirlenmiştir. Örneklem kapsamında Safranbolu restoranlarına yönelik Türkçe ve diğer tüm diller olmak üzere 31.12.2019 tarihi itibarıyla bütün yorumların sayısı 2489 olarak belirlenmiştir. Müşteriler Safranbolu'da tecrübe ettikleri restoran işletmelerini Tripadvisor sitesinde 1=berbat, 2=kötü, 3=ortalama, 4=çok iyi ve 5=mükemmel şeklinde kategorize edilen puanlar ile değerlendirmektedir. Tüm kategorilerdeki yorumların incelenmesi ve içerisinde şikâyet içeren cümlelerin tek tek analiz edilmesi ciddi bir zaman ve çaba gerektirmektedir. Bu yüzden yorumların seçilmesinde sınırlama yoluna gidilmiştir. Bu çalışmada örneklem hacmi olarak sadece 1=berbat, 2=kötü ve 3=ortalama kategorilerinde yer alan Türkçe ve İngilizce dillerinde 27.11.2011 – 25.12.2019 tarihleri aralığındaki müşteri yorumları tercih edilmiştir. Böylelikle araştırmanın örneklemini, müşterilerin Safranbolu'da bulunan 65 restoran işletmesine yapmış oldukları toplam 517 yorum oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı kapsamında yalnızca düşük puan içerikli yorumların incelenmesi ile amaca yönelik örneklem gerçekleştirilmiştir.

### **Veri Toplama Aracı**

Bu çalışmada nitel veri toplama aracı doküman incelemesi olarak belirlenmiştir. Dokümanlar bilgisayar ya da internet kullanılarak elektronik bir formatta da elde edilebilmektedir. Elektronik dokümanlar e-gruplar, e-postalar, kişisel yorumlar ve bloglar gibi çok çeşitli türlerde veri içermektedir (Suzuki, vd., 2007'den akt. Baş & Akturan, 2017, s.121). Çalışmada verileri incelemek için dünyada en çok tercih edilen sitelerden biri olan Tripadvisor (Vásquez, 2011, s.1709; Yen & Tang, 2015, s.83) web sitesi tercih seçilmiştir. Tripadvisor'ın birçok araştırmada (Lei & Law, 2015; Kim vd., 2016; Doğan vd., 2016; Dalgıç vd., 2016; Erdem & Yay, 2017; Bayram, 2017; Unur vd., 2017; Taştan & Kızılcık, 2017; Yaşar, 2019 ve Kılınç, 2020) veri incelemek için kullanılması tercih edilmesinde önemli bir husus olmuştur.

### **Veri Analiz Tekniği**

27.11.2011 – 25.12.2019 tarihleri aralığındaki 517 müşteri yorumu incelendiğinde, ortalama yorumlar içerisinde 26 yorumun şikâyet içerikli olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle şikâyet içerikli toplam 491 müşteri yorumuna betimsel ve içerik analizi uygulanmıştır. Betimsel analiz verilerin özgün formuna bağlı kalarak doğrudan alıntılarla verilerin okuyucuya sunulmasıdır (Wolcott, 1994, s.10). İçerik analizi, kalıpları, temaları, önyargıları ve anlamları tespit etmek amacıyla belirli bir materyalin dikkatlice, ayrıntılı ve sistematik olarak incelenmesi ve yorumlanmasıdır.

İçerik analizi çeşitli fotoğraflara, ses kayıtlarına, videolara, yazılı dokümanlara ve insanlar arasında gerçekleşen çeşitli iletişim şekillerine uygulanabilmektedir (Berg & Lune, 2015'den akt. Bal, 2016, s. 258). Bu çalışmanın içerik analizinde Strauss ve Corbin tarafından geliştirilen yaklaşım tercih edilmiştir. Strauss ve Corbin nitel veri analizi sürecini “kodlama” olarak tanımlamaktadır. Araştırmacı, kodlama sürecine verilerin kavramsallaştırılması ile başlamaktadır. Kavramsallaştırma sürecinde bir gözlemden, bir cümleden ya da bir paragraftan hareket ederek ilgili olay, düşünce ya da olguya isim vermektedir. Bu süreçte araştırmacı araştırma konusu olan olay ve olgulara yönelik “Bu nedir? Neyi temsil eder?” gibi kimi sorular sormaktadır. Ardından cevaplara dayalı olarak benzer nitelikteki olaylar aynı isimler altında kavramsallaştırılmaktadır. Bu sürecin sonunda elde ettiği birbiri ile ilişkili kavramları gruplandırarak çeşitli kategoriler (temalar) elde etmektedir. Kavramsallaştırma aşamasında olduğu gibi kategorilere de isimler verilmektedir. Ardından bu kategorilere ait özellikler ve alt boyutlar tanımlanmaktadır. (Strauss ve Corbin, 1990'den akt. Özdemir, 2010, s.332). Bu çalışmada, elde edilen yorumları analiz etmek için NVivo 10 paket programından yararlanılmıştır.

### Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmanın geçerliliği kredibilite /inandırıcılık (içsel geçerlilik) yönünden değerlendirilmiştir. İçsel geçerlilik için restoranlara yönelik müşteri şikâyetleri ilgili ana ve alt kategorilerin oluşturulması aşamasında konuyla ilgili ulusal ve uluslararası yazından hareket edilmiştir. Çalışmada, kategorileri yansıtan seçili örnek yorumlar sunulmuştur. Tüketici yorumlarında anlamlarını etkileyebilecek bir durumun ortaya çıkmaması için “doğrudan alıntılama” yapılmıştır (Aydın & Özeren, 2019, s.164).

Müşteri yorumlarının veri çözümlene aşamasında NVivo nitel veri analizi programı ile desteklenmesi sayesinde araştırmanın güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır (Aydın & Özeren, 2019, s.164). Çalışmanın güvenilirliğinin sağlamanın yollarından biri de kodlayıcılar arasında görüş birliği oluşturulmasıdır. Kodlayıcılar birbirinden habersiz olarak kodlama yaptıklarında, görüş birliği oluşuyorsa ölçme aracının güvenilirliğinden söz edilebilmektedir (Creswell, 2018, s. 253). Kodlayıcılar açısından kategorileştirme işleminde yüzde 90 ve üzeri tutarlılık söz konusu ise, güvenilirlik sağlanmış demektir (Bal, 2016, s. 86). Araştırmacının yaptığı kodlamalarla ilgili iki turizm uzmanı akademisyenin yaptığı kodlamaların aynı şekilde oluşturulması araştırma güvenilirliğinin yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir.

### Bulgular

Tripadvisor internet sitesinde bulunan, Safranbolu'nda faaliyet gösteren restoranlara yönelik müşteri şikâyetleri analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir. 3 puan ve altında, Türkçe ve İngilizce dillerinde toplam 517 yorum olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda 26 olumlu yorum dikkate alınmamıştır. Bu nedenle 491 olumsuz yorum analiz edilmiştir. Tablo 1'de yorumların dağılımları ayrıntılı olarak verilmiştir.

**Tablo 1.** Yorumların Dağılımları

Puanlama Kategorileri	Türkçe yorumların sayısı	İngilizce yorumların sayısı	Şikâyet İçermeyen yorumların sayısı
Ortalama	191	22	26
Kötü	101	6	-
Berbat	188	9	-
<b>Toplam</b>	<b>480</b>	<b>37</b>	<b>26</b>

Yapılan içerik analizi sonucunda ortaya çıkan boyutların Taştan ve Kızılcık'ın (2017) çalışmalarında kullandığı boyutlarla benzerlik gösterdiği görülmüş ve müşteri şikâyetleri sekiz ana kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler sırasıyla “yiyecek-ıçeceklerle ilgili şikâyetler”, “fiyatla ilgili şikâyetler”, “çalışanlarla ilgili şikâyetler”, “servisle ilgili şikâyetler”, “temizlikle ilgili şikâyetler”, “fiziki yapıyla ilgili şikâyetler”, “menüyle ilgili şikâyetler” ve “atmosferle ilgili şikâyetler” şeklinde sıralanmaktadır. Bu bağlamda yapılan içerik analizi sonucunda, tespit edilen 491 şikâyet yorumu, 8 ana kategori ve 27 alt kategori altında sınıflandırılmıştır. Tablo 2’de yorumların ana ve alt kategori dağılımları ayrıntılı olarak verilmiştir.

**Tablo 2.** Restoranlarla İlgili Müşteri Şikâyetlerinin Ana ve Alt Kategori Dağılımları

Ana Kategori	Alt Kategori	Şikâyet Sayısı	%	Kategori Toplam	Genel Oran
<b>1-Yiyecek-İçeceklerle İlgili Şikâyetler</b>				<b>278</b>	<b>% 38</b>
	Yemeklerin lezzetsizliği	146	55		
	Porsiyon küçüklüğü	38	14		
	Yemeklerin kalitesizliği	35	12		
	Yemeklerin soğukluğu	32	11		
	Yemeklerin sıradanlığı	14	4		
	Yemeklerdeki hijyen sorunu	13	4		
	<b>Toplam</b>	<b>278</b>			
<b>2-Fiyatla İlgili Şikâyetler</b>				<b>228</b>	<b>% 31</b>
	Fiyatların yüksekliği	209	92		
	Ekstra ücret (müzik, çay, su,hizmet bedeli vb.)	19	8		
	<b>Toplam</b>	<b>228</b>			
<b>3-Çalışanlarla İlgili Şikâyetler</b>				<b>85</b>	<b>% 12</b>
	Çalışanların kabalığı	43	51		
	Çalışanların ilgisizliği	27	32		
	Çalışanların niteliksizliği	7	8		
	Çalışanların kişisel hijyen eksikliği	6	7		
	Çalışanların yetersiz sayıda oluşu	2	2		
	<b>Toplam</b>	<b>85</b>			
<b>4-Servisle İlgili Şikâyetler</b>				<b>67</b>	<b>% 9</b>
	Servisin yavaşlığı	55	82		
	Sunumun kötü olması	12	18		
	<b>Toplam</b>	<b>67</b>			
<b>5-Temizlikle İlgili Şikâyetler</b>				<b>30</b>	<b>% 4</b>
	Restoran ortamının temiz olmaması	19	63		
	Tuvaletin temiz olmaması	11	37		
	<b>Toplam</b>	<b>30</b>			
<b>6-Fiziki Yapıyla İlgili Şikâyetler</b>				<b>20</b>	<b>% 3</b>
	Mekanın dar olması	6	30		
	Park yeri sıkıntısı	4	20		
	Mekanın sıradan olması	3	15		
	Restoran konumunun kötü olması	3	15		
	Restoranda tuvalet olmaması	3	15		
	Çocuk oyun alanı sıkıntısı	1	5		
	<b>Toplam</b>	<b>20</b>			
<b>7-Menüyle İlgili Şikâyetler</b>				<b>14</b>	<b>% 2</b>
	Menüdeki yemek çeşitliliğinin azlığı	12	86		
	Menüdeki şarap çeşitliliğinin azlığı	2	14		
	<b>Toplam</b>	<b>14</b>			
<b>8-Atmosferle İlgili Şikâyetler</b>				<b>5</b>	<b>% 1</b>
	Ortamın gürültülü olması	3	60		
	Ortamın kalabalık olması	2	40		
	<b>Toplam</b>	<b>5</b>			
	<b>Genel Toplam</b>			<b>727</b>	<b>% 100</b>

## Yiyecek-İçeceklerle İlgili Şikâyetler

Tablo 2'ye göre, müşteriler en fazla yiyecek ve içeceklerle ilgili konularda şikâyette bulunmuşlardır (n=278; toplam şikâyetin % 38'ini oluşturmaktadır ). Bu kategori, “yemeklerin lezzetsizliği ”, “porsiyon küçüklüğü”, “yemeklerin kalitesizliği”, “yemeklerin soğukluğu”, “yemeklerin sıradanlığı”, “yemeklerdeki hijyen sorunu” gibi maddelerden oluşmaktadır. Safranbolu’da müşteriler tarafından yiyecek-içeceklerle ilgili en çok yapılan şikâyet yemeklerin lezzetsizliği (n=146; yiyecek-içeceklerle ilgili kategorinin %55’ini oluşturmaktadır) konusundadır. İkinci sıradaki şikâyet unsuru porsiyon küçüklüğü (n=38; yiyecek-içeceklerle ilgili kategorinin %14’ünü oluşturmaktadır) olmuştur. Sırasıyla diğer şikâyet konuları ise; yemeklerin kalitesizliği (n=35; yiyecek-içeceklerle ilgili kategorinin %12’sini oluşturmaktadır), yemeklerin soğukluğu (n=32; yiyecek-içeceklerle ilgili kategorinin %11’ini oluşturmaktadır ), yemeklerin sıradanlığı (n=14; yiyecek-içeceklerle ilgili kategorinin % 4’ünü oluşturmaktadır), yemeklerdeki hijyen sorunu (n=13; yiyecek-içeceklerle ilgili kategorinin % 4’ünü oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Yiyecek-İçeceklerle ilgili şikâyet içeren müşteri yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Malesef yemek kaliteleri de eskiye nazaran oldukça kötü.”*

*“Çeşitlilik açısından iyiydi fakat lezzetleri ve miktarı için aynı şeyi söyleyemeyeceğim.”*

*“Porsiyonlar oldukça küçüktü, mantı aldık hiç doymadık. Üstüne ek yemek almak zorunda kaldık”.*

*“Arkadaşımızın köftesinden kıl çıktı. Mutfakta çalışanların bone takması lazım ya da dışardan tedarik edilen bir köfte ise mutlaka dikkat etmeliler”.*

*“Vasatın altında soğuk lezzetsiz ve pahalı özetle. Acemi personeller, soğuk çorba ve yemek kötüydü. Tavsiye etmem kötüydü.”*

*“Kebap yemek için değil de öğün geçirmek için gidilebilir. Öyle farklı bir lezzet aramayın. Sıradan lezzetler”.*

## Fiyatla İlgili Şikâyetler

Müşterilerin yiyecek ve içeceklerle ilgili konulardaki şikâyetlerinden sonra en fazla şikâyet fiyatlarla ilgili gelmektedir (n=228; toplam şikâyetin %31’ini oluşturmaktadır). Bu kategoride müşterilerin en fazla şikâyet ettikleri konu fiyatların yüksekliğidir (n=209; fiyatla ilgili kategorinin %92’sini oluşturmaktadır). Müşteriler gittikleri restoranlarda fiyatları genellikle yüksek bulduklarını özellikle yorumlarında belirtmişlerdir. Fiyatların yüksek gelmesinin önemli nedeni de aldıkları hizmetin karşılığını alamamaları ve başka restoranlarla kıyaslama yapmalarındadır. Müşterilerin en rahatsız olduklarından konulardan biri de müşterilerden ekstra ücret istenmesidir (n=19; fiyatla ilgili kategorinin %8’ini oluşturmaktadır). Müşteriler tüketmedikleri ürünlerin adisyona eklenmesi (su, vb.), ikram adı altında getirilen yiyeceklerin daha sonra adisyona eklenerek kendilerinden ücret talep edilmesinden oldukça rahatsız olduklarını yorumlarında belirtmişlerdir. Bu kategoride yer alan müşteri şikâyet yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Gereksiz pahalı bir mekân. Aynı yemekler İstanbul’da yarı fiyatına, kesinlikle tavsiye etmiyorum”.*

*“Yemekler güzel fakat çok pahalı, hakkı yarısı fiyatıdır, 15 tlik yemek 30 tl. Değmez gidin başka yerde yiyin”.*



*“Ancak işletme ne yazık ki kültürümüzde olmaması gereken sözde esnaf kurnazlıklarına (!) sahip. (Adisyona tüketilmeyen ürünleri eklemek, istemeden masaya ücretli ürün getirmek gibi)”*.

*“Çok berbat bir yer, içmediğim suyun parasını bile aldılar. Bir daha asla gitmem. Kimseye de tavsiye etmiyorum”*.

### **Çalışanlarla İlgili Şikâyetler**

Müşterilerin fiyatla ilgili konulardaki şikâyetlerinden sonra en fazla şikâyetin çalışanlarla ilgili olduğu tespit edilmiştir (n=85; toplam şikâyetin % 12'sini oluşturmaktadır). Bu kategori, “çalışanların kabalığı”, “çalışanların ilgisizliği”, “çalışanların niteliksizliği”, “çalışanların kişisel hijyen eksikliği” ve “çalışanların yetersiz sayıda oluşu” gibi maddelerden oluşmaktadır. Safranbolu’da müşteriler tarafından çalışanlarla ilgili en çok yapılan şikâyet çalışanların kabalığı (n=43; çalışanlarla ilgili kategorinin % 51’ini oluşturmaktadır) konusundadır. İkinci sıra da ise çalışanların ilgisizliği gelirken (n=27; çalışanlarla ilgili kategorinin % 32’sini oluşturmaktadır) sırasıyla diğer şikâyetler ise çalışanların niteliksizliği (n=7; çalışanlarla ilgili kategorinin % 8’ini oluşturmaktadır), çalışanların kişisel hijyen eksikliği (n=6; çalışanlarla ilgili kategorinin % 7’sini oluşturmaktadır) ve çalışanların yetersiz sayıda oluşu (n=2; çalışanlarla ilgili kategorinin % 2’sini oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Çalışanlarla ilgili şikâyet içeren müşteri yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Servisin geç gelmesi ve çalışanların kabalığı izaha gerek olmayacak bir durum. pandemi döneminde hijyene ait çok birşey göremedim”*.

*“Kusura bakmayın ama hizmet güzel olsa sesimi çıkarmazdım garsonlarda sakal İkarış suratsız ve iş bilmezlik hat saffada”*.

*“Lezzetsiz demek saygısızlık olur, fakat bir işletmede çoğu zaman tek kriter lezzet olmuyor. Temizliğe çok dikkat edilmediğini hissettim, telefonda konuşup sonrasında el yıkamadan tekrar işe dönmek doğru değil”*.

*“Garsona seslenmemize rağmen duymamazlıktan geldi ve muhatap bulamadık. Organizasyonsuzluk çok vahimdi. İlgisi alaka sıfırdı”*.

*“Masaya oturduğumuz gibi göze çarpan garsonların kabalığı, ilgisizliği müşteriyle konuşma tarzı dikkatimizi çekti”*.

*“Garsonlar hem yetersiz hem de ehil değiller”*.

### **Servisle İlgili Şikâyetler**

Müşterilerin Safranbolu’daki restoranlarla ilgili diğer önemli bir şikâyet konusu da yapılan servislerden memnuniyetsiz olmalarıdır (n=67; toplam şikâyetin % 9’unu oluşturmaktadır). Bu kategori, “servisin yavaşlığı” ve “sunumun kötü olması” maddelerinden oluşmaktadır. Safranbolu’da yiyecek-içecek hizmeti alan müşteriler tarafından servisle ilgili en çok şikâyet yapılan konu servisin yavaşlığıdır (n=55; servisle ilgili kategorinin % 82’ini oluşturmaktadır) . Diğer önemli şikâyet konusu ise sunumun kötü olması (n=12; servisle ilgili kategorinin % 18’ini oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Servis kategorisinde yer alan müşteri yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Tam 45 dakika sofraya birşey gelemedi, mutfağımız çok yoğun dediler ama açıklaması bu olamaz. Çok bekledik ve özür de almadan kalktık”*.

*“Yemekler iyiydi ama servis çok yavaştı... ortam çok sıcak ev gibi ama işleyen kişiler (belki yorgunlardı) çok misafirperver değillerdi. sunum da sıkıntılıydı”.*

*“Lezzet anlamında bir ekstra göremedim. Sunumunda iyi olduğunu söyleyemem”.*

*“5 kişi giderek yemek söyledik. 2 kişinin yarım saat sonra, diğerlerinin 1 saat sonra geldi. Hayatımda gördüğüm en rezalet servise sahip restoran oldu. Bu kadar beklemenin sonunda yemeklerin lezzetsiz ve bayatlığı da apayrı bir paragraf gerektirir. Bir daha asla gitmem”.*

### **Temizlikle İlgili Şikâyetler**

Müşterilerin Safranbolu'daki restoranlarla ilgili diğer önemli bir şikâyet konusu restoranlardaki temizlik sorunu olarak belirlenmiştir. (n=30; toplam şikâyetin % 4'ünü oluşturmaktadır). Bu kategori, “restoran ortamının temiz olmaması” ve “tuvaletin temiz olmaması” maddelerinden oluşmaktadır. Safranbolu'da yiyecek-İçecek hizmeti alan müşteriler tarafından temizlik konusuyla ilgili en çok şikâyet yapılan konu restoran ortamının temiz olmaması (n=19; temizlikle ilgili kategorinin %63'ünü oluşturmaktadır ) konusundadır. Diğer önemli şikâyet konusu ise tuvaletlerin temiz olmaması (n=11; temizlikle ilgili kategorinin % 37'sini oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Bu kategoride yer alan şikâyet içerikli müşteri yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Birincisi, mekan çok temiz değil. Etrafta sinekler uçuşuyor. Paramın karşılığını alamadığımı düşündüğüm ve afişteki resme kandığım için pişman olduğum mekândır”.*

*“En başarısız konusu tuvalet hijyeni bence. Böyle bir kuruma bu tuvaletler hiç yakışmıyor. Hemen müdahale edilip yenilenebilir zor değil yeterki niyet olsun. Lavaboları aşırı kirli hiç hijyenik değil”.*

*“Masa örtüleri muhtemelen kir belli olmasın diye bordo renk seçilmiş fakat o kadar kirliydi ki o renk bile kapatamamış. Tenezzül edip yıkamamışlar bile hiç Arkadaşım madem masaları birleştirdin bari kültablalarını al, temizleyip getir. Ama yok içinde izmaritlerin bulunduğu pis masaya oturtmakta ve onları kaldırmamakta bir sakınca görmediler”.*

*“Wc ler yeterli sayıda yapılmış ama ortama hiç uymayacak şekilde kirli ve bakımsızdı bu konuda tedbir almalarını tavsiye ederim”.*

### **Fiziki Yapıyla İlgili Şikâyetler**

Müşterilerin Safranbolu'daki restoranlarla ilgili diğer bir şikâyet konusunun fiziki yapıyla ilgili olduğu tespit edilmiştir (n=20; toplam şikâyetin % 3'ünü oluşturmaktadır). Bu kategori, “mekânın dar olması”, “park yeri sıkıntısı”, “mekânın sıradan olması”, “restoran konumunun kötü olması”, “restoranda tuvalet olmaması” ve “çocuk oyun alanı sıkıntısı” gibi maddelerden oluşmaktadır. Safranbolu'da müşteriler tarafından fiziki yapıyla ilgili en çok yapılan şikâyet mekânın dar olması (n=6; fiziki yapıyla ilgili kategorinin % 30'unu oluşturmaktadır) konusundadır. Sırasıyla diğer şikâyetler ise park yeri sıkıntısı (n=4; % 20), mekânın sıradan olması (n=3; fiziki yapıyla ilgili kategorinin % 15'ini oluşturmaktadır), restoran konumunun kötü olması (n=3; fiziki yapıyla ilgili kategorinin % 15'ini oluşturmaktadır), restoranda tuvalet olmaması (n=3; fiziki yapıyla ilgili kategorinin % 15'ini oluşturmaktadır), çocuk oyun alanı sıkıntısı (n=1; fiziki yapıyla ilgili kategorinin % 5'ini oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Fiziki yapıyla ilgili müşteri yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Burada gidebileceğiniz en iyi yer ancak masa sayısı sınırlı bir mekân”.*

*“Mekâna çok dik ve bozuk taş/patika bir yoldan çıkıyorsunuz. İnışte ayrı bir problem. Topuklu ayakkabı, bebek arabası, tekerlekli sandalye kullananlar çok zorlanır”.*

*“Alan dar ama kalite güzel fiyat o dar alanda yemek yiyecek olanlara hitap etmesi lazım çok pahalı, ferah bir ortam yok belki konağın yapısından kaynaklanıyordur”.*

*“1 waffle ve çay için yarım saatten fazla beklettiler onun dışında mekân güzel fakat bi düzen yok çocuklar için oyun alanı var ama yetersiz”.*

*“Siz yemek yerken aracınızı park etmeye yer yok. Ücretli park yerleri var yani hem yemeğe ver hemde aracın park yerine”.*

### **Menüyle İlgili Şikâyetler**

Müşterilerin Safranbolu'daki restoranlarla ilgili yedinci sıradaki şikâyet konusu restoranlarda sunulan menüyle ilgili olduğu tespit edilmiştir (n=14; toplam şikâyetin % 2'sini oluşturmaktadır). Bu kategori, “menüdeki yemek çeşitliliğinin azlığı” ve “menüdeki şarap çeşitliliğinin azlığı” maddelerinden oluşmaktadır. Safranbolu'da yiyecek-icecek hizmeti alan müşteriler tarafından menü konusuyla ilgili en çok şikâyet yapılan konu menüdeki yemek çeşitliliğinin azlığıdır (n=12; menüyle ilgili kategorinin % 86'sını oluşturmaktadır). Diğer şikâyet konusu ise menüdeki şarap çeşitliliğinin azlığı (n=2; menüyle ilgili kategorinin % 14'ünü oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Menüyle ilgili kategoride yer alan şikâyet içerikli yorumlara örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Mekanda şarap seçeneği yok ,Kavalı ? / öküzgözü , tatlı şarap yok” !*

*“Şarap evi olmasına rağmen fazla şarap çeşitleri yok ama ortam ve güler yüzleriyle bunu kapatıyorlar”.*

*“Mekan tasarım ve konsept güzel. Bunun yanında menü çeşitliliği az”.*

*“Yemek menüsü zayıf ama mekân çok güzel”.*

### **Atmosferle İlgili Şikâyetler**

Müşterilerin Safranbolu'daki restoranlarla ilgili son sıradaki şikâyet konusu restoran atmosferini rahatsız edici bulmalarındır (n=5; toplam şikâyetin % 1'ini oluşturmaktadır). Bu kategori, “ortamın gürültülü olması” ve “ortamın kalabalık olması” maddelerinden oluşmaktadır. Safranbolu'da yiyecek-icecek hizmeti alan müşteriler tarafından atmosfer konusuyla ilgili en çok şikâyet yapılan konu ortamın gürültülü olmasıdır (n=3; atmosferle ilgili kategorinin % 60'ını oluşturmaktadır). Diğer şikâyet konusu ise ortamın kalabalık olması (n=2; atmosferle ilgili kategorinin% 40'ını oluşturmaktadır) olarak belirlenmiştir. Atmosferle ilgili kategoride yer alan müşteri yorumlarına örnek vermek gerekirse, yorumlardan bazıları şu şekildedir:

*“Büyük gruplu odada çalgı cengi oh meyhane tarzında şarkılar çalarken bizim odada yüksek sestten rahatsız olup kapıyı kapattık rica edip”.*

*“Derdimiz üç günlük tatilimizde düzgün ve keyifli bir yemek yemek. Ne mümkün! İnsanlar üst üste oturuyor. Garsonlar canları çekerse sipariş alıyor”.*

*“Yemekler fena değildi ama müzik hem gürültülü hem de kötüydü. Daha sakın bir müzik olsa güzel bir akşam yemeği olur”.*

“Tavsiye üzerine buraya geldik. Manzara olarak gerçekten çok hoş ancak kahvaltı yoğunluktan dolayı resmen kötüydü”.

“Gittiğimiz tarih itibariyle olsa gerek yoğunluk ve kalabalıktan iyi hizmet alamadık”.

## Sonuç ve Öneriler

Safranbolu'nun 1994 yılında "Dünya Miras Listesine" alınması ile bölgeye gelen yerli ve yabancı turist sayısı da artış göstermiştir (Gürbüz, 2002, s. 40). Safranbolu'da bölgeye gelen yerli ve yabancı ziyaretçilerin destinasyondan memnun ayrılması için en önemli unsurlardan biri de restoranların kaliteli hizmet sunmasıdır. Safranbolu restoranlarının ne kadar kaliteli hizmet verdiklerini ve gelen ziyaretçilerin hangi konulardan rahatsız olduklarını tespit etmek amacıyla bu çalışmada Safranbolu'da faaliyet gösteren restoran işletmelerine yönelik Tripadvisor internet sitesi üzerinden yapılmış şikâyet içerikli müşteri yorumları incelenmiş olup elde edilen bulgular bu kısımda tartışılmıştır.

Bu çalışmanın daha önce literatürde yapılan başka çalışmaların sonuçlarıyla birtakım benzerliklerinin ve farklılıklarının olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma da ortaya çıkan ana kategori ve alt maddeler Taştan ve Kızılcık'ın (2017) çalışmasıyla benzerlik göstermiştir. Unur vd., (2017) ve Dalgıç vd., (2016) çalışmalarında müşteri şikâyet unsurlarını dört boyut olarak belirlerken, Lei & Law (2015) ve Kim vd., (2016) beş boyut olarak, Doğan vd., (2016), Şahin vd., (2018) ve Yaşar (2019) ise altı boyut olarak belirlemiştir. Safranbolu'da restoran işletmelerinin aldıkları tüm şikâyetler göz önüne alındığında “yemeklerin lezzetsizliği” en başta gelen şikâyetlerden biri olarak tespit edilmiştir. Bu durum Dalgıç vd., (2016); Taştan & Kızılcık (2017); Unur vd., (2017); Yaşar (2019) çalışmalarıyla da benzerlik göstermektedir. Erdem ve Yay (2017) çalışmasında ise en fazla şikâyet personellerle ilgili olmuştur. Şahin vd., (2018) çalışmasında fiyatlandırmadan kaynaklanan sorunlar ilk sırada gelmiştir. Safranbolu restoranlarına yönelik en az şikâyetin atmosfer kategorisinde olduğu belirlenmiştir. Dalgıç vd., (2016) çalışmasında Mersin ve Hatay'da bulunan restoran işletmelerinde de bu kategorinin son sırada geldiği görülmüştür. Erdem ve Yay (2017) ve Yaşar (2019) çalışmasında menüyle ilgili şikâyetler son sırada gelirken, Taştan ve Kızılcık (2017) çalışmasında ise müşteriler en az temizlik konusunda şikâyette bulunmuştur. Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular ışığında, restoran işletmelerine yönelik birtakım öneriler sunulabilir;

- Çevrimiçi sitelerde yer alan müşteri şikâyetleri düzenli aralıklarla takip edilerek, müşterilere yorumları karşısında nazik cevapların yazılması sağlanabilir.
- Restoranlarda sunulan yemekler için hazır ve dondurulmuş ürünlerden vazgeçilmesi, kaliteli malzeme kullanılması, özellikle yöresel yemekler için standart tarif ve pişirme tekniklerinin oluşturulması ile yemeklerdeki lezzetin artırılması sağlanabilir. Yemek hijyeni müşteriler için çok önemli bir husustur bu sebeple özellikle mutfak bölümlerinden çalışan personelin kişisel hijyen için bone ve eldiven kullanımına dikkat etmesi gereklidir.
- Fiyatların çok yüksek bulunmasına yönelik sunulan ürün ve hizmetin müşterinin zihninde ödediği ücrete değer olarak algılanması için fiyatlandırma stratejilerine odaklanılması önerilebilir. Fiyatlandırma da pazar analizleri ve başka restoranlarla kıyaslamaların yapılması ve büyük fiyat farklılıklarının olmamasına dikkat edilmesi ile makul fiyatın belirlenmesi sağlanabilir.

- Restoranlarda çalışanların müşterilere karşı ilgisiz, kaba davranışları göz önünde bulundurulduğunda, çalışanların daha eğitilmiş ve bu işte çalışmaya hevesli kişilerden seçilmesine dikkat edilmelidir.
- Servis hızının yavaşlığı ve sunumun kötü olması göz önünde bulundurulduğunda servisin hızlandırılması için özellikle yoğun sezonlarda gerekli sayıda elemanın işletmede çalıştırılması ve tabak sunumlarında yaratıcı tekniklerin benimsenmesi önemlidir.
- Restoranın her noktasında ve kullanılan malzemelerde (masa örtüsü, tabak, çatal, bardak vb.) temizliğe büyük önem gösterilmelidir. Çalışanlara temizlik ve hijyen konusunda mutlaka eğitimler verilmelidir. Özellikle işletmelerde yoğunluğun yaşandığı dönem ve vakitlerde tuvaletlerin daha sık kontrol edilip temizlenmesi gereklidir.
- Mekânın sıradanlığını ortadan kaldırmak için müşterilerin dikkati çekecek süslemelere ve düşük maliyetli çeşitli düzenlemelere gidilebilir. Masaların yerleşim düzeni müşterilerin kendilerini rahat hissedebilecekleri mesafede olmalıdır.
- Diğer taraftan restoran işletmeleri müşterilerine farklı yemek çeşitliliği sağlayabilmeli menü de koyduğu yemeği de müşteriye sunabilmelidir. Örneğin; işletmenin mantı yapacak imkânı yoksa mantıyı menüsünden mutlaka çıkarılmalıdır.
- Özellikle yaz dönemi gibi yoğun sezonlarda restoranlar yerli ve yabancı turist grupları karşısında yoğunluk yaşayabilmektedir. Bazı masalarda oturan misafirlerin yüksek sesle konuşarak başkalarını rahatsız etme ihtimali de söz konusudur. Böyle durumlarda restoran personeli rahatsızlığa sebep olan masadaki bireyleri nazik bir şekilde uyarması gerekmektedir. Bazen restoranlarda çalan müzikler ve müziğin sesi de müşterileri rahatsız edebilmektedir. Bunun için müşteriyi rahatsız etmeyecek daha sakin yemek müzikleri tercih edilebilir.

Bu çalışmanın en temel kısıtlılığı, Safranbolu’da yer alan restoran işletmelerine yönelik müşteri şikâyetleri incelenirken sadece Tripadvisor sitesindeki yorumların çalışmaya dâhil edilmesidir. Bir diğer kısıtlılık ise, örneklem belirleme sürecinde belirtildiği gibi sadece 1=berbat, 2=kötü ve 3=ortalama kategorilerinde yer alan Türkçe ve İngilizce dillerinde 27.11.2011 – 25.12.2019 tarihleri aralığındaki müşteri yorumları tercih edilmiştir. Bu çalışma bulgularının diğer çevrimiçi sitelerinden elde edilecek verilerle karşılaştırılmasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İlerki çalışmalarda, restoran yetkililerinin çevrimiçi sitelerde yer alan şikâyetlere yönelik nasıl cevaplandırma yöntemi uyguladıklarına ilişkin çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 137-157.
- Aydın, B. (2016). Sosyal Medya’da restoran imajı: Tripadvisor örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.
- Aydın, E., & Özeren, E. (2019) Akademide işe yabancılaşma olgusu: Araştırma görevlileri üzerine nitel bir alan çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 159-178.
- Bal, H. (2016). *Nitel araştırma yöntem ve teknikleri*. İstanbul: Sentez Yayıncılık.

- Barlow, J., & Moller C. (2008). *A complaint is a gift: Recovering customer loyalty when things go wrong*. San Francisco: BerrettKoehler Publishers.
- Baş, T., & Akturan, U. (2017). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Bayram, M. (2017). Tüketicilerin İstanbul restoranlarına yönelik algıları: Memnuniyetlerini etkileyen unsurların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 142-154.
- Beneke, J., Mill, J., Naidoo, K., & Wickham, B. (2015). The impact of willingness to engage in negative electronic word-of-mouth on brand attitude: A study of airline passengers in South Africa. *Journal of Business and Retail Management Research*, 9 (2), 68-84.
- Creswell, John W. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. 4. Baskı, Çeviri Editörleri: Mesut Bütün, Selçuk Beşir Özdemir, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dalgıç, A., Güler, O., & 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.
- Doğan, S., Güngör, M., & Tanrısevdi, A. (2016). Çevrim içi tüketici yorumlarının içerik analizi yoluyla incelenmesi: Kuşadası'ndaki yiyecek ve içecek işletmeleri üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Hakemli Pazar ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, (9), 1-22.
- Erdem, Ö., & Yay, Ö. (2017). Tripadvisor'daki müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Antalya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249.
- Gürbüz, A. (2002). *Yerel kalkınma stratejisi içinde turizm ve Safranbolu*. Bilig, 22, 29-48.
- Güreş, N. (2004). Müşteri kayıplarıyla ilgilenilmesinin işletme açısından önemi. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, (2004-2), 54-573.
- Keates, N. (2007). Deconstructing tripadvisor. *Wall Street Journal*, 1(4), 1-6.
- Kılınç, O. (2011). *Restoran işletmelerinde hizmet garantisi uygulamaları ve müşteri tercihlerine etkileri* (Doktora Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kılınç, U. (2020). Çevrim içi restoran deneyimi yorumlarının karma yöntem ile analizi: Burdur restoranları örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (1), 65-82.
- Kim, W.G., Li, J.J., & Brymer, R.A. (2016). The impact of social media reviews on restaurant performance: The moderating role of excellence certificate. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 41-51.
- Lapre M.A., & Tsiriktsis, N. (2006). Organizational learning curves for customer dissatisfaction: Heterogeneity across airlines. *Management Science*, 52 (3), 352-366.
- Lei, S., & Law, R. (2015). Content analysis of Tripadvisor reviews on restaurants: A case study of Macau. *Journal of Tourism*, 6(1), 17-28.
- Mowen, J.C. (1993). *Consumer behaviour*. New York: Macmillan Publishing Company.

- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2010). Complaining in cyberspace: The motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 797-818.
- Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H., & Nur, G. (2018). Gastronomi turistlerinin e-şikâyet davranışları üzerine bir araştırma: Alaçatı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 68-82.
- Pantelidis, I. S. (2010). Electronic meal experience: A content analysis of online restaurant comments. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(4), 483-491.
- Pollach, I. (2006). Electronic word of mouth: a genre analysis of product reviews on consumer opinion web sites. *Proceedings of The 39th Hawaii International Conference On System Sciences*, 10.
- Taştan, H., & Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik Tripadvisor. com 'da paylaşılan şikâyetlerin sınıflandırılması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270-284.
- Unur, K., Erdem, A., & Şeker, F. (2017). Adana ilinde bulunan restoranlara yönelik internet üzerinden yapılan tüketici şikâyetlerinin incelenmesi: Tripadvisor.com örneği. *Futourism Congress*, Eylül 28-30, Mersin.
- Vásquez, C. (2011). Complaints online: The case of Tripadvisor. *Journal of Pragmatics*, (43), 1707-1717.
- Wolcott, H. F. (1994). *Transforming qualitative data: Description, analysis and interpretation*. London: SAGE Publications.
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yen, C. A., & Tang, C. H. (2015). Hotel attribute performance, eWOM motivations, and media choice. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 79-88.
- Zhang, Z., Ye, Q., Law, R., & Li, Y. (2010). The impact of e-word-of-mouth on the online popularity of restaurants: A comparison of consumer reviews and editor reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 694-700.

## **Analysis of Online Customer Complaints for Safranbolu Restaurants: Tripadvisor Example**

**Gözde OĞUZBALABAN**

Zonguldak Bülent Ecevit University, Karadeniz Ereğli Faculty of Tourism, Zonguldak /Turkey

### **Extensive Summary**

#### **Introduction**

In conjunction with the development of technological possibilities, online sites have emerged where people could easily share their positive and negative thoughts (Pollach, 2006, p.1). One of the important online sites for many consumers is the Tripadvisor site (Keates, 2007, p.1). On the Tripadvisor site, consumers read the posts about services they want to purchase and take these shares into consideration when making their choices (Aydın, 2016, p.14). The customer complaints which are made through such channels have the power to reach a widespread audience (Beneke et al., 2015, p.68).

Customer complaints are very important for business managers to find the source of service-related problems (Barlow & Moller, 2008, p.17).

If customer complaints are dealt with effectively and the customer's problem is resolved, the customer will be prevented from advertising badly against the business and there will be large increases in customer retention rate. (Güreş, 2004, p.54).

In Safranbolu district, where tours are frequently experienced in every season; restaurant businesses should provide quality service and take customer complaints into consideration in order that their visitors leave the destination in a satisfied way. Based on the importance of that, this study aims to determine the reasons for the complaint-related comments on Tripadvisor regarding restaurants operating in Safranbolu and to offer solutions for businesses.

It is considered that service quality of the businesses will increase through specifying the sources of customer complaints to emerge in line with the results of this study and focusing on the solution of these complaints by those businesses. On the other hand, although there are similar studies in the literature in which the complaint issues for restaurants in Tripadvisor are determined, there is no study specific to the restaurants in Safranbolu destination.

When the relevant literature is examined, it is possible to say that the customer complaints against restaurants occur on similar issues. The situations that may differ from a destination to another are; the number of complaint categories, the dimensions and subjects that receive the most and least complaints. In each study, significance of the complaint element was emphasized in terms of businesses, and it was stated that it was necessary to correct the wrong practices in a short time in order to ensure customer satisfaction and continuity. Customer complaints should not be seen as a disadvantage or failure for businesses. If the errors that show up with the complaint are corrected, it is likely that those complaints will turn into an advantage for the businesses.

#### **Method**

In this study, qualitative data collection technique was determined as the document analysis. In this study, the customer comments for Safranbolu restaurants on Tripadvisor site were preferred for document review. As a sample,



only customer comments between the dates of 27.11.2011 and 25.12.2019 were selected in Turkish and English, which are in the categories 1 = terrible, 2 = bad and 3 = average. Thus, the sample of research consists of 517 comments made by customers to 65 restaurant businesses in Safranbolu. According to the comments collected and analyzed, it was determined that 26 comments did not contain any complaints. Therefore, 491 customer comments with complaint content were subjected to content analysis, which is one of the qualitative data analysis techniques. Nvivo 10 package program was used to analyze the obtained data.

## Findings and Results

With the inclusion of Safranbolu in the "World Heritage List" in 1994, the number of local and foreign tourists visiting the region has also increased. One of the most important factors to ensure that the local and foreign visitors in Safranbolu are satisfied with the destination is the quality service offered by restaurants. In order to determine to what extent the restaurants in Safranbolu provide quality service and which issues the visitors are uncomfortable with, the customer comments with complaint content that were made on the Tripadvisor website for restaurant businesses operating in Safranbolu were examined in this study, and the findings obtained were discussed in this section.

The customer complaints against restaurants operating in Safranbolu on the Tripadvisor website have been analyzed and evaluated. It was determined that there were 517 comments in Turkish and English with a score of 3 or less. For the purpose of the study, 26 positive comments were not taken into consideration. Therefore, 491 negative comments were analyzed.

491 comments with complaint content for Safranbolu restaurants were detected on the Tripadvisor site. Following the content analysis, the subjects that customers frequently complain about consisted of 8 main categories and 27 sub-items. These main categories are listed as "complaints about food and drinks", "complaints about price", "complaints about employees", "complaints about service", "complaints about cleaning", "complaints about physical structure", "complaints about menu" and "complaints about atmosphere".

It was determined that this study has some similarities and differences with the results of other studies previously conducted in the literature. The main categories and sub-articles that emerged in this study were similar to the study of Taştan & Kızılcık (2017). While Unur et al., (2017) and Dalgıç et al., (2016) determined customer complaint elements as four dimensions, Lei & Law (2015) and Kim et al., (2016) determined it in five dimensions and Doğan et al., (2016), Şahin et al., (2018) and Yaşar (2019) did as six dimensions. Considering all the complaints received by the restaurant businesses in Safranbolu, "the tastelessness of the food" has been identified as one of the primary complaints. The expectations of customers in restaurants tend directly towards the flavor element of the meal. This case also shows similarity with the studies of Dalgıç et al., (2016); Taştan and Kızılcık (2017); Unur et al., (2017) and Yaşar (2019). In the study of Erdem and Yay (2017) the highest number of complaints were about the staff. In the study of Şahin et al., (2018) problems arising out of pricing have ranked first. It has been determined that the lowest number of complaints about Safranbolu restaurants were in the atmosphere dimension. In the study of Dalgıç et al., (2016) it was observed that this dimension was also in the last place at the restaurant businesses in Mersin and Hatay. In the study of Erdem, Yay (2017) and Yaşar (2019), complaints about the menu were ranked last while in the study of Taştan and Kızılcık (2017) customers least complained about the cleaning.

The main limitation of this study is that only the comments on the Tripadvisor site were included in the study to examine the customer complaints written about the restaurants in Safranbolu. Another limitation is that only the customer comments between the dates of 27.11.2011 - 25.12.2019 in Turkish and English languages and in the categories 1 = terrible, 2 = bad and 3 = average were preferred, as stated in the sample determination process.

It is thought that the findings of this study will contribute to the comparison of data obtained from other online sites. In future studies, new researches can be done on how restaurant managers use the response method for complaints on online sites.