

*Bu makaleye atıfta bulunmak için/To cite this article:*

KODAŞ, B. ÜZÜLMEZ, M. (2021). Mardin ve Diyarbakır'da Yer Alan Restoranlara Yönelik Müşteri Şikâyetlerinin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25 (2), 485-505.

## Mardin ve Diyarbakır'da Yer Alan Restoranlara Yönelik Müşteri Şikâyetlerinin İncelenmesi: Tripadvisor Örneği

Betül KODAŞ (\*)

Meral ÜZÜLMEZ (\*\*)

**Öz:** Bu araştırmanın amacı, turistik destinasyon niteliği taşıyan Mardin ve Diyarbakır'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine yönelik yapılan çevrimiçi şikâyetlerin incelenmesidir. Bu çerçevede, Mardin ve Diyarbakır'da hizmet veren yiyecek içecek işletmelerini ziyaret eden misafirlerin olumsuz deneyimleri sonucunda ortaya çıkan şikâyet unsurları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın örneklemini toplamda 1424 yorum oluştururken, yorumlar içerik ve betimsel analiz tekniği ile incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre, Mardin ve Diyarbakır'daki yiyecek içecek işletmelerine yapılan şikâyetler atmosfer, gıda, servis ve diğer şikâyetler olmak üzere dört farklı kategoride ele alınmıştır. Genel olarak her iki destinasyonda da lezzet, fiyat, kötü servis ve hijyen unsurlarının en fazla şikâyet edilen konular olduğu saptanmıştır. Çalışmanın sonucunda turizm uygulayıcılarına yönelik öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Restoranlar, Çevrimiçi şikâyetler, Tripadvisor, Mardin, Diyarbakır

### Investigation of Customer Complaints Towards Restaurants in Mardin and Diyarbakır: Case of Tripadvisor

**Abstract:** The purpose of this research is to investigate the online negative review towards food and beverage businesses in Mardin and Diyarbakır destinations. In this context, the complaint elements that reveal as a result of the negative experiences of the guests visiting the food and beverage business serving in Mardin and Diyarbakır were tried to be determined. A total of 1424 negative reviews that consist of the sample of the study were examined through content and descriptive analysis technique. According to the findings of the study, it was determined that complaints made to food and beverage business in Mardin and Diyarbakır destinations were addressed in four different categories as atmosphere, food, service, and other complaints. In general, taste, price, bad service, and hygiene factors were the most complained issues in both destinations. At the end of the study, suggestions for tourism practitioners were discussed.


**Keywords:** Restaurants, Online Complaints, Tripadvisor, Mardin, Diyarbakır


**Makale Geliş Tarihi:** 20.12.2020


**Makale Kabul Tarihi:** 15.05.2021

#### I. Giriş

Hizmet işletmelerinde yaşanan gelişmeler, sunulan hizmetlerin çeşitlenmesiyle beraber rekabetin ve hizmet kalitesinin öneminin artması ve iletişim araçlarının gelişmesi

\*) Dr.Öğr.Üyesi, Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü (eposta: betulkodas@artuklu.edu.tr)  ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0003-0309-3583>

\*\*) Dr.Öğr.Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü (eposta: meraluzulmez@osmaniye.edu.tr)  ORCID ID. <https://orcid.org/0000-0001-8913-9532>

Bu makale araştırma ve yayın etiğine uygun hazırlanmıştır  iThenticate® intihal incelemesinden geçirilmiştir.

gibi nedenler, işletmeleri daha iyi hizmet sunmaya itmektedir. İşletmeler, gelişim ve değişim gösteren pazarda ayakta kalabilmek, pazar paylarını artırmak, müşteri kayıplarını önlemek ve sadık müşteriler yaratmak için müşteri şikâyetlerini azaltmayı ve şikâyetlere tatmin edici çözümler bulmayı hedeflemektedir (Gürkan ve Polat, 2014: 47). Şikâyet kavramı, memnuniyetsiz bir duruma karşı ortaya koyulan bilişsel ve duygusal bir tepki olarak ifade edilmektedir (Dalgıç vd., 2016: 155). Bu bağlamda şikâyet kavramı müşteri memnuniyeti için önemli bir konu olarak değerlendirilmektedir. Su ve Bowen (2001) müşteri şikâyetlerinin temel işlevinin, işletmelerdeki problemlerin belirlenmesi ve düzeltilmesi ile mutsuz müşterileri mutlu hale getirmek ve onların sadakatini kazanmak olduğunu belirtmektedir. Sing ve Widing (1991) şikâyetlerin, işletmenin ürün veya hizmetlerine yönelik müşterilerin olumsuz algılarını olumluya çevirebileceğini ve eğer işletme müşteri şikâyetlerini önemseyerek sıkıntıları giderme yönünde bir çaba gösteriyorsa bu durumun müşterinin işletmeye yönelik olumsuz düşüncelerinin azalmasına katkı sağlayacağını ifade etmektedir. Wirtz ve Lovelock (2016) müşterilerin, işletmenin hizmet kalitesini artırmalarını istedikleri ve işletmeden ürün veya hizmet alacak diğer müşterilerin aynı memnuniyetsizliği yaşamalarını önleyebilmek için şikâyet davranışında bulduklarını belirtmektedir. Müşteriler, işletmelere yönelik şikâyetlerini, hizmet sunan işletmelere, devlet kurumlarına veya sivil toplum kuruluşlarına doğrudan ya da ağızdan ağıza iletişim vasıtasıyla bildirebilmektedir (Litvin vd., 2008: 458). Ayrıca, teknolojik gelişmeler sayesinde her türlü deneyimin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlayan internet teknolojisi müşterilerin işletmelere yönelik şikâyetlerinin geniş kitlelere yayılmasını sağlayan bir araç olarak işlev görmektedir (Mattila ve Mount, 2003: 135).

Müşteriler sadece ürünü veya hizmeti satın alırken değil, aynı zamanda ürünü satın aldıktan sonra da yaşadığı her türlü deneyimi sosyal platformlarda paylaşmaktadır. Dolayısıyla internet şikâyet forumları, müşteri ve işletme arasında iyi ilişkiler geliştirmenin önemli bir unsurudur (Olçay ve Sürme, 2014: 839). Cenni ve Goethals (2017) da müşterilerin hizmet sunan işletmelere (restoran, otel gibi) yönelik herhangi bir konuda şikâyet etmek amacıyla deneyimlerini paylaştığı çevrimiçi ortamların, hizmet işletmeleri açısından daha önemli bir bilgi kaynağı olarak kullanıldığını belirtmektedir. Zeng ve Gerritsen (2014) da son yıllarda sosyal medyanın işletmeler ve insanlar için artan önemi ve özellikle bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak sosyal iletişim ağları aracılığıyla insanların ürünler hakkında detaylı bilgi edinebilmelerini sağladığını ifade etmektedir. Bundan dolayı insanların bilgi arama davranışları ve karar verme süreçleri üzerinde önemli ölçüde etkisi olan sosyal medya ağları (facebook, twitter, youtube, tripadvisor gibi) son yıllarda popüler bir iletişim kanalı olarak ele alınmaktadır. Sosyal medya uygulamaları içinde önemli bir yer tutan Tripadvisor internet sitesinde yapılan olumlu veya olumsuz yorumlar turizm destinasyonları, oteller ve restoranlar kapsamında sıklıkla incelenip araştırma konusu olmaktadır (Kladou ve Mavragani, 2015; Aydın, 2016; Dalgıç vd., 2016; Unur vd., 2017; Hu vd., 2019; Arıca ve Çorbacı, 2019; Arıca ve Sabbag, 2020). Bu bağlamda, Tripadvisor.com sitesi kullanıcıların profil oluşturmak suretiyle deneyimledikleri ve işletmeler hakkında yorumlarını paylaştığı sosyal paylaşım sitelerinden birisini oluşturmaktadır. Restoran işletmelerinin hizmet sektörü olması, sunulan ürünlerin soyut

olmasından dolayı, tüketiciler satın almayı kolaylaştırmak ve olası riskleri azaltmak için Tripadvisor.com'da ilgili konuda yapılan paylaşımları okumakta ve tercihlerini yaparken bu bilgileri de kullanmaktadır (Unur vd., 2017: 1367). Tripadvisor.com'da restoran işletmelerine yönelik olarak yapılan şikâyetlerin genel olarak; çalışanların hizmet sunumu, yiyeceklerin içeriği (taze olmaması, istenildiği sıcaklıkta gelmemesi vb.), atmosfer ve fiyat gibi konulardan oluştuğu görülmektedir (Dalgıç vd., 2016; Unur vd., 2017). Bu kapsamda çalışma, Mardin ve Diyarbakır illerinde faaliyet gösteren restoranlarda ortaya çıkan müşteri şikâyetlerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada söz konusu iki şehirde faaliyet gösteren restoranlara ilişkin Tripadvisor.com'da şikâyet unsuru yaratan konular tespit edilmeye ve çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

## II. Kuramsal Çerçeve

### A. Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyet Davranışları Kavramı

Her işletmecilik alanında geçerli olduğu gibi restoranlarda da işletmenin varlığını devam ettirmesi ve karlılığını artırılabilmesi, memnun müşteriler sayesinde gerçekleşebilir. İşletmeler müşteri beklentilerini anlamaya çalışmadıkları ve yerine getiremedikleri zaman müşteri memnuniyetsizliği veya şikâyetleri ile karşılaşabilmektedir (Özdemir vd., 2015: 61). Restoran işletmelerinde hizmet üretiminin yoğun olması, servis personeline bağlı olarak hizmet sunumundaki farklılıklar ve üretim tüketimin eş zamanlı olarak gerçekleşmesi gibi unsurlar, genellikle müşterilerin beklentilerinin altında hizmetle karşılaşmasına sebep olmakta (Matusitz ve Breen, 2009: 234) ve beklentileri tatmin edilmeyen müşteriler şikâyet davranışı sergilemektedir (Kim ve Boo, 2011: 221). Bu kapsamda şikâyet kavramı, satın alınan mal veya hizmetin beklentileri karşılayamaması olarak açıklanmaktadır (Kılıç ve Ok, 2012:4189). Şikâyet kavramı, hizmet sunumu sırasında müşterinin üründen veya hizmetten beklediği/umduğu performansı görememesi olarak tanımlanacağı gibi (Chang vd., 2012:603), satın alma sırasında oluşan tatminsizlik olarak da belirtilmektedir (Mowen, 1993:467). Bir başka ifadeyle şikâyet kavramı, bir kişi tarafından olumsuz bir durumun bir başka kişiye iletilmesi (Heung ve Lam, 2003: 283) olarak tanımlanmaktadır. Sujithamrak ve Lam (2005) en genel şekliyle, şikâyet kavramının memnuniyetsizliği ifade ettiğini; benzer şekilde, Donoghue ve Klerk (2006) de şikâyetin, memnuniyetsizlik durumunda ortaya çıkan tepkiler olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla, müşterilerin ürün ya da hizmetten beklediği performansı karşılanmadığı durumlarda memnuniyetsizlik oluşmakta ve bunun sonucunda da müşteri şikâyet davranışı meydana gelmektedir.

Restoran işletmelerine dönük şikâyet konularını inceleyen akademik çalışmalar incelendiğinde müşterilerin genel olarak; yiyeceklerin istenildiği şekilde pişmemesi veya sıcak olmaması, yiyeceklerin tazeliği ve lezzeti, atmosfer, servisin yavaş olması, temizlikle ilgili unsurların yetersiz olması, fiyat konusu (ürüne ödenen paranın karşılığını vermemesi) ve çalışanların ilgisiz ve/veya kaba davranması gibi (Wildes ve Seo, 2001; Su ve Bowen, 2001; Yang, 2005; Kitapçı, 2008; Liu ve Jang, 2009; Emir, 2011; Albayrak, 2013) konularda şikâyette buldukları ortaya çıkmaktadır. Müşteri şikâyet davranışlarının sınıflandırılmasına dönük çalışmalar incelendiğinde ise Hirschman

(1970) tarafından; ardından Day ve London (1977) ve Singh (1988) gibi araştırmacılar tarafından yapılan sınıflandırmaların literatürde öncü araştırmalar olduğu görülmektedir. Hirschman'a (1970) göre, şikâyet durumunda müşteriler işletmeyi terk ettiği ve sesli tepkilerde (şikâyeti dile getirmek) bulunduğu gibi işletmeye bağlı kalma davranışı da sergileyebilmektedir. Day ve Landon'a (1977) göre müşteri şikâyetleri; davranışsal ve davranışsal olmayan şikâyetler olarak sınıflandırılmaktadır. Davranışsal olmayan şikâyet davranışında, müşteri herhangi bir davranış sergilemezken; davranışsal şikâyette üçüncü kurumlara şikâyet etme ve olumsuz kulaktan kulağa iletişim gibi şikâyet davranışı gösterebilmektedir (Akt: Zorlu vd., 2013: 532-533). Singh (1988) ise üç boyuttan oluşan bir sınıflama gerçekleştirmiştir. Buna sınıflamaya göre; pasif davranış gösterme ve ses çıkarma davranışları "sözlü tepkiler", olumsuz kulaktan kulağa iletişim ve terk etme-çıkış davranışları "kişisel tepkiler" ve kamu-özel-yasal kurumlara başvurmayı içeren davranış ise "üçüncü kurumlara tepkiler" olarak sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır (Akt: Dalgıç vd., 2016: 157).

Müşterilerin şikâyetleri her ne kadar işletmeler için olumsuz bir durum olarak değerlendirilse de şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarının doğru bir şekilde analiz edilmesi, özellikle hizmet kalitesinin son derece kritik olduğu restoran işletmelerinin hizmet kalitelerini artırmak, değişen tüketici beklentileri ve istekleri hakkında fikir sahibi olmak ve bunun sonucunda sadık müşteriler yaratmak için önemli bir fırsat olarak değerlendirilmesi gereken bir unsurdur (Barlow ve Moller, 2009: 33). Kılıç ve Ok (2012) şikâyet almanın, işlerin düzgün şekilde yapılabilmesini bir fırsat olarak algılayan işletmeler açısından önemli bir konu olduğunu belirtmektedir. Heung ve Lam (2003) müşteri şikâyetlerinin özenli bir şekilde değerlendirilmesi sayesinde, ileride olası sıkıntıların önüne geçilebileceği gibi işletmeyle ilgili olumsuz düşünceleri olan müşterilerin sonraki satın alma kararlarında işletmeyi tekrar düşünmesine neden olacağını ifade etmektedir. Perçin ve Yiğit (2020) restoran işletmelerinin başarılı olmasındaki ilk kriterin işletmeye yönelik şikâyetlerin dikkate alınmasına bağlı olduğunu belirtmekle birlikte, yapılan şikâyetlerin hangi alanlarda yoğunlaştığının incelenerek gerekli düzenlemelerin yapılmasına odaklanılması gerektiğini ifade etmektedirler. Kitapçı (2008) da şikâyet eden müşterinin işletmenin eksikliklerini gösterdiğini, işletmenin de bu eksiklikleri tamamlayarak müşterilerini memnun etmek için bir fırsat kazandığını vurgulamaktadır. Yetgin vd. (2020) müşteri şikâyetlerinin restoran işletmelerinin hizmet uygulamalarının sürdürülebilirliğine katkı sağlamakla birlikte, restoran hizmetlerinin iyileştirilmesine dönük kayda değer bilgiler sunduğunu belirtmektedirler. Ramsey (2003) ise her şikâyetin, işletme ve müşteri arasında tehlikeye giren ilişkileri düzeltmek için önemli bir fırsat sağladığını belirtmektedir. Çakmak ve Sarıışık (2020) ise müşteri şikâyetlerinin işletmeler tarafından konularına göre ele alınarak incelenmesi ve işletmelerin müşterilere geri dönüş yaparak müşteri memnuniyetini sağlamaya odaklanması gerektiğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla, restoran işletmelerinin veya yöneticilerinin müşterilerin şikâyetinde buldukları unsurlar ile ilgili olarak geri bildirimde bulunmaları hizmet hatalarını telafi etmek için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir.

## B. Alanyazın Taraması

Restoran şikâyetlerine ilişkin alan yazın incelendiğinde, konunun gerek ulusal gerekse de uluslararası alanda birçok yazar tarafından farklı başlıklar altında incelendiği görülmektedir. Bu kapsamda, müşteri şikâyetleri ile ilgili çalışmalar değerlendirildiğinde araştırmacıların müşteri şikâyet davranışına neden olan konular/unsurlar ve müşterilerin şikâyet davranışlarının sınıflandırılması olarak iki temel konu üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Alanyazın incelendiğinde Su ve Bowen (2001); Wildes ve Seo (2001); Lam ve Tang (2003); Sujithamrak ve Lam (2005); Yang (2005); Kitapçı (2008); Liu ve Jang (2009); Emir (2011); Albayrak (2013); Zorlu vd. (2013); Dalgıç vd. (2016); Erdem ve Yay (2017); Unur vd. (2017); Koçoğlu ve Kıyıcı (2018); Şengül vd. (2018); İbiş vd. (2019); Çakmak ve Sarışık (2020); Perçin ve Yiğit (2020); Yetgin vd. (2020) tarafından yapılan araştırmalarda restoran şikâyet davranışlarına çerçeve çizilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Su ve Bowen (2001) restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarını inceledikleri araştırmada, restoranlarda müşterilerin şikâyet ettiği konular arasında; yüksek fiyatlı yemek (yemeğin ödenen değeri karşılamaması), yavaş ya da yetersiz servis, kaba ve hoşgörüsüz hizmet ve yemeğin istenildiği şekilde pişmemesi olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu şikâyetler arasında müşterilerin belirttiği en önemli şikâyetlerin sırasıyla; yavaş ve yetersiz servis, yemeğin istenildiği şekilde pişmemesi, yüksek fiyatlı yemek (yemeğin ödenen değeri karşılamaması) ve kaba ve hoşgörüsüz servis olduğu tespit edilmiştir.

Wildes ve Seo (2001) çalışmada, restoranlardaki müşteri şikâyetlerini ve müşterilerin demografik özelliklerinin bu şikâyet konuları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu kapsamda, restoran endüstrisine yönelik müşterilerin şikâyet ettikleri konular arasında; kabalık, eksik ürün bilgisi, yavaş servis, temizlik düzeyinin yetersiz oluşu, dikkatsizlik, unutkanlık, yanlış faturalama, acele ve samimi servis ve sorunların çözümüne karşı isteksizlikle ilgili şikâyetlerin yer aldığı ortaya çıkarılmıştır.

Sujithamrak ve Lam (2005) çalışmada, ABD'de Deadwood'daki otel restoranlarında müşteri şikâyet davranışlarını ve şikâyet davranışları ile demografik özellikler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu kapsamda, müşteri şikâyetlerinin genel anlamda; yiyecek-içecek, servis ve atmosferle ilgili faktörler olarak üç şekilde sınıflandırıldığı belirlenmiştir.

Yang (2005) araştırmada, 10 restoran yöneticisinin servis başarısızlıklarını inceleyerek bu başarısızlıkların önlenmesi amacıyla öneriler sunmuştur. Bu bağlamda restoran yöneticilerinin başarısız olduğu konular arasında sırasıyla; yavaş servis, temizlik, ödeme sorunları, stokta kalmayan yiyecek-içecekler, istenildiği şekilde pişmemiş yemekler, oturacak yer sorunları, personel davranışları, kaybolan siparişler ve yanlış hesaplama gibi konular olduğu tespit edilmiştir.

Kitapçı (2008) Sivas'ta sunulan restoran hizmetlerindeki müşteri şikâyet davranışlarını incelediği çalışmada, müşterilerin çoğunun "restorana bir daha gitmemek" ve "ağızdan ağıza olumsuz iletişim" gibi şikâyet davranışları gösterdiği belirlenmiştir.

Müşterilerin şikâyet nedenleri arasında hizmet kalitesi, yiyecek-içecek, restoran atmosferi ve fiyat gibi konular olduğu sonucuna varılmıştır. Bu konular arasında müşteriler tarafından en çok şikâyet nedeninin hizmetin kalitesi; en az şikâyet edilen konunun ise fiyat olduğu tespit edilmiştir.

Liu ve Jang (2009) çalışmada, ABD’de yer alan Çin restoranlarına yönelik olarak müşterilerin algısını araştırmışlardır. Bu kapsamda, müşterilerin en çok önemli gördüğü husus sırasıyla yemeğin lezzeti/tadı, güvenilirliği ve tazeliği olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu unsurlar dışında müşteriler tarafından önem verilen konular arasında çalışanların hizmet sunumu, bilgileri ve davranış şekillerinin yer aldığı belirtilmektedir. Müşterilerin algısına göre restoranın atmosferine yönelik özellikler ise en az önem verilen unsur olarak değerlendirilmiştir.

Emir (2011) Antalya’nın Lara ve Kundu bölgesindeki Türk otellerinin restoranlarına yönelik farklı milliyetlerden müşterilerin (Alman, Rus, Hollandalı ve Türk) yaptıkları şikâyetleri incelediği çalışmada, müşteri şikâyetlerinin dört boyuttan oluştuğu ortaya çıkarılmıştır. Bu şikâyet boyutları; fiyat ve ödeme, lezzet ve kalite, ekipman ve atmosfer ve personel ve hizmet olarak belirlenmiştir. Çalışmada, müşteriler tarafından en çok şikâyet edilen konu lezzet ve kalite; en az şikâyet edilen konu ise personel ve hizmet olarak tespit edilmiştir.

Albayrak (2013) İstanbul ilinde bulunan birinci sınıf restoranlarda gerçekleştirdiği çalışmada, müşterilerin restoran işletmelerinde karşılaştıkları sorunları ve sorunlara ilişkin şikâyet etme davranışlarını ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Çalışma sonunda, müşterilerin şikâyetinde bulunduğu konular; yiyecek-içecek, atmosfer ve çalışanlar olarak üç kategoride sınıflandırılmıştır. Müşterilerin en fazla çalışanlarla (çalışanların kişisel hijyeni, tavır ve davranışları gibi) en az ise atmosferle (restoranın aşırı sıcak ya da soğuk olması gibi) ilgili şikâyetinde buldukları tespit edilmiştir.

Dalgıç vd. (2016) yaptıkları çalışmada, Mersin ve Hatay’da yer alan ve yöresel lezzetler sunan birinci ve ikinci sınıf restoran işletmelerinin hangi unsurlardan kaynaklı olarak şikâyet aldıklarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda, müşterilerin gıda (lezzet, gıda güvenliği gibi), servis (güvenilir, tutarlı ve hızlı servis), atmosfer (iç tasarım ve dekor gibi) ve işletmelerin diğer özelliklerine ait konularda (adil fiyat, gıda ve çevresel özgünlük) şikâyetinde buldukları tespit edilmiştir.

Unur vd. (2017), tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Adana ilinde yöresel lezzet sunan 40 restoran işletmesine yönelik Tripadvisor.com internet sitesinde yapılan şikâyetler incelenmiştir. Söz konusu şikâyete konu olan unsurların lezzet, tazelik, menü çeşitliliği, içeceklerin kalitesi ve yiyeceklerin sıcaklıkları olduğu saptanmıştır.

Şengül vd. (2018), dünyanın en iyi 50 restoranı içerisinde yer alan restoranlara yönelik Tripadvisor üzerinden paylaşılan şikâyet içerikli müşteri yorumlarının incelendiği çalışmada, yapılan şikâyet konuları; yiyecek kalitesi, atmosfer, servis kalitesi ve diğer faktörlerle ilgili şikâyetler olarak sınıflandırılmıştır. İlk sırada şikâyet edilen konu; adil fiyat ve özgünlük gibi unsurların yer aldığı “diğer faktörlerle ilgili

şikâyetler”dir. Çalışmada en az şikâyet edilen konunun ise iç tasarım ve çevre temizliği gibi unsurların yer aldığı atmosfere ilişkin şikâyetler olduğu tespit edilmiştir.

İbiş vd. (2019) yaptıkları çalışmada, İstanbul’da faaliyet gösteren Çin restoranlarına yönelik e-şikâyetleri incelemişlerdir. İçerik analizi ile yapılan araştırma sonucunda, şikâyetlerin ürün, fiyat, fiziki koşullar ve hizmet kalitesi şeklinde dört temada sınıflandırıldığı tespit edilmiştir.

Çakmak ve Sarıışık (2020) çalışmasında, dünyanın en iyi restoranlarından birisi olan X\*\* restoran işletmesine tripadvisor.com internet sitesinde yapılan müşteri şikâyet konularını belirlemeye çalışmıştır. Araştırma sonucunda, söz konusu restoran işletmesine yönelik müşteriler tarafından yapılan şikâyet konularının; personel, servis, lezzet, zehirlenme ve yemek konularında yoğunlaştığı ortaya çıkarılmıştır.

Perçin ve Yiğit (2020) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Kapadokya bölgesinde yer alan birinci sınıf restoran işletmelerinin Tripadvisor internet sitesinde yapılan şikâyet içerikli yorumlarını incelemek ve sınıflandırmaktır. Bu amaçla, çalışmada Kapadokya bölgesinde yer alan yedi adet birinci sınıf restoran işletmesine yönelik olarak yapılan 119 şikâyet incelenmiştir. Çalışma sonucunda, söz konusu restoranlara yapılan şikâyet konularının; hizmet, fiyat, menü, personel, servis ve yiyecek içeceklerle ilgili şikâyetler olduğu tespit edilmiştir.

Yetgin vd., (2020) çalışmasında, İstanbul yer alan birinci sınıf restoranlara ilişkin Tripadvisor.com’da yer alan müşteri şikâyetlerinin neler olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Söz konusu amaç doğrultusunda, Tripadvisor.com sitesinde en yüksek puanlamaya sahip ilk beş restoranın şikâyet konuları incelenmiştir. Bu kapsamda çalışma sonucunda, müşteri şikâyetlerinin; yemeklerin lezzeti, servis kalitesi, özenli ve ilgili personel konuları üzerinde yoğunlaştığı belirlenmiştir.

### III. Yöntem

Diyarbakır ve Mardin illerinde hizmet veren bağımsız yiyecek içecek işletmelerine yönelik yapılan müşteri şikâyetlerinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, çevrimiçi şikâyetlerin hangi faktörlerden kaynaklandığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. İlgili alanyazın incelendiğinde konu ile ilgili çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen, Mardin ve Diyarbakır gibi iki önemli turistik destinasyondaki yiyecek içecek işletmelerine yönelik şikâyetlerin neler olduğuna yönelik bir çalışma olmadığı ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle bu araştırma, son yıllarda kültürel simgeleriyle ön plana çıkan bu iki önemli turizm destinasyonundaki yiyecek içecek işletmelerine yönelik yapılan şikâyetlerin incelenmesi ve şikâyet unsurlarının ortaya konması, misafirlere daha iyi hizmet verilmesi, müşteri tatmini ve sadakat düzeylerinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Buradan hareketle, bu çalışmada şikâyetlerin hangi unsurlardan kaynaklandığını belirlemek için Liu ve Jang’ın (2009) tarafından yapılan çalışmada belirlenen sınıflandırmadan yararlanılmıştır. Söz konusu sınıflandırma incelendiğinde, dört farklı kategori çerçevesinde şikâyetlerin değerlendirildiği görülmektedir. Bu kategoriler ‘*atmosfer, gıda, servis ve diğer özellikler*’ şeklinde ele alınmıştır. Söz konusu sınıflandırma da yer alan şikâyet içeriklerine yönelik oluşturulan

maddeler (kelimeler) ilgili alanyazında yapılan çalışmalardan (Liu ve Jang, 2009; Dalgıç, vd., 2016; Unur vd., 2017; İbiş vd., 2019) yararlanılarak oluşturulmuştur. Ayrıca analiz için seçilen kelimelere ek olarak araştırmanın analiz süresince şikâyete konu olabilecek farklı kelimelerin de olduğu anlaşılmış ve kelime havuzuna bunlar da dahil edilerek ilgili kategorilere eklenmiştir. Örneğin, *ödeme araçlarının çeşitliliği ya da müşteriler arasında ayrımcılığın* yapılması gibi alanyazında yer almayan şikâyetlerin de olduğu gözlenmiş ve bunların analize dahil edilmesine karar verilmiştir.

Çalışmanın evrenini, Mardin ve Diyarbakır'da hizmet veren yiyecek ve içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışmada evrenin tamamına ulaşılmış olup, Tripadvisor.com internet sitesine kayıtlı olan ve yeme-içme hizmeti veren tüm yiyecek ve içecek işletmeleri örnekleme dahil edilmiştir. Konaklama işletmelerinde yeme-içme hizmeti veren bölümler, yeme içme hizmeti dışında müşteri şikayetini etkileyebilecek başka unsurların olabileceği düşüncesiyle araştırma kapsamına alınmamıştır. Elde edilen verilerin analizinde nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş, içerik analizi ve betimsel analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. İçerik analizi yapılmadan önce Tripadvisor.com sitesine kayıtlı olan Mardin ve Diyarbakır illerinde hizmet veren yiyecek içecek işletmelerin sayısına ulaşılmış ve bu işletmelere yapılan olumlu ve olumsuz yorumlar incelenmiştir. İşletmelere yönelik yapılan olumsuz değerlendirmelerden 3 ve altı puan alan yorumlar dikkate alınmıştır. Tripadvisor.com sitesinde kayıtlı olan işletmelere yönelik değerlendirmeler; 1=berbat, 2=kötü, 3=ortalama, 4=çok iyi ve 5=mükemmel kategorileri şeklinde puanlanmaktadır. Bu bağlamda, 3 ve altındaki puanlamalar analize dahil edilirken, bu puanlar kapsamında bazı değerlendirmelerde şikâyete konu olacak bulgulara rastlanmamıştır. Bazı yorumlarda ise araştırmada kullanılan sınıflandırmalarda yer alan şikâyetin belirlenmesinde kullanılan kelimelerin birden fazlasına yönelik şikâyetlerin olduğu saptanmıştır. Örneğin bir yorumda hem lezzete hem fiyata hem de yemek kalitesine yönelik şikâyetlere vurgu yapılmıştır. Dolayısıyla her bir yorumda geçen şikâyet konuları ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bunun dışında içerik analizi sonucunda ortaya çıkan bulguların desteklemesi amacıyla ayrıca betimsel analiz tekniğinden de yararlanılmıştır.

#### **IV. Bulgular**

Mardin ve Diyarbakır'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerine yönelik yapılan olumsuz yorumlar aracılığıyla bu işletmelere yapılan şikâyetler değerlendirilmiştir. Tripadvisor.com'a kayıtlı tüm işletmelere yapılan olumsuz yorumlar değerlendirilirken sadece içecek hizmeti veren (kafé) veren işletmeler araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Yapılan incelemede, Diyarbakır'da toplam 184 işletme ve 1977 yorum, Mardin'de ise toplam 94 işletmenin kayıtlı olduğu ve 3648 yorum yapıldığı gözlenmiştir. Ayrıca yapılan değerlendirmede kafe konumunda olan işletmelerin olduğu saptanmış ve bu işletmelere yapılan yorumlar analiz sürecinde değerlendirme dışı tutulmuştur. Diyarbakır destinasyonunda 15, Mardin destinasyonunda ise 12 işletme sadece içecek hizmeti vermektedir. Sonuç olarak araştırmanın örnekleme dahilinde Diyarbakır'da 117 işletme (483 olumsuz yorum) ve Mardin'de 68 işletme (941 olumsuz yorum) şikâyete konu olabilecek olumsuz değerlendirmeler almıştır. 01.01. 2015 ile



20.11.2020 tarihi arasında yapılan tüm yorumlar incelenmiştir. Toplamda, 1424 olumsuz yorum içerik analizine dahil edilmiştir. Söz konusu bilgiler, Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1:** Yorumlara İlişkin Betimsel İstatistikler

	Toplam İşletme sayısı (Evren)	Değerlendirilen İşletme Sayısı (Örnekleme)/Analize dahil olan işletme sayısı	Hiç yorum yazılmayan işletme sayısı	Toplam Yorum sayısı 01.01.2015 /20.11.2020	Olumsuz yorum sayısı (3 ve altı puanlama)
Diyarbakır	184	169/117	52	1977	483
Mardin	94	82/68	14	3648	941

Tablo 1 incelendiğinde, Mardin ilindeki yiyecek içecek işletmesi sayı bakımından Diyarbakır'daki yiyecek içecek işletmelerinden az olmasına rağmen, yapılan yorumların daha fazla olduğu görülmektedir. Buna paralel olarak yapılan olumsuz yorumlar arasında da belirgin farklar bulunmaktadır. Bu durum, Mardin'in son yıllarda önemli sayıda turist çeken bir destinasyon olması ve sahip olduğu kültürel ve tarihi mirasından dolayı çok sayıda turistik ve otantik niteliklere sahip yiyecek ve içecek işletmesi barındırmasına bağlanabilir.

Çalışmada, 1424 yorumun içerik analizi sonucunda ortaya çıkan boyutlar; "atmosferle ilgili şikâyetler", "gıda ile ilgili şikâyetler", "servis ile ilgili şikâyetler" ve "diğer şikâyetler" şeklinde dört kategoriye ayrılmıştır.

#### A. Atmosferle İlgili Şikâyetler

Araştırmada kullanılan sınıflandırmalardan biri olan yiyecek içecek işletmelerin atmosfer ile ilgili yapılan şikâyet konuları; 'hijyen, iç tasarım, temiz ve iyi giyimli çalışanlar, güzel koku, gürültü, işletme içi trafik, havalandırma, mekânın dar olması/kalabalık olma durumu ve müzik çeşitliliği' kelimelerinden oluşmaktadır. Bu şikâyete konu olan ve kodlanan kelimeler, ilgili alanyazından derlenmiş; buna ek olarak mekânın dar olması ve müzik çeşitliliği gibi iki yeni kelime içerik analizi süresince saptanmış ve bu kategoriye dahil edilmiştir. Tablo 2'de söz konusu şikâyetler yer almaktadır.

**Tablo 2.** Atmosfere İlişkin Yapılan Şikâyetlerin Betimleyici Özellikleri

Atmosfer ile ilgili şikâyetler	n	%	
MARDİN	Çevresel temizlik (Hijyenik)	93	61
	Mekânın dar olması/kalabalık olma durumu	21	14
	Güzel koku	11	7
	Havalandırma (sıcak ya da soğuk)	10	7
		8	5

	İç tasarım ve dekor	6	4
	Müzik çeşitliliği	2	1
	Gürültü	2	1
	İşletme içi trafik	-	-
	Temiz ve iyi giyimli çalışanlar	<b>153</b>	<b>100</b>
	<b>Toplam</b>		
<b>DİYARBAKIR</b>	Çevresel temizlik (Hijyenik)	48	69
	Mekânın dar olması/kalabalık olma durumu	6	8
	Güzel koku	2	3
	Havalandırma (sıcak ya da soğuk)	2	3
	İç tasarım ve dekor	4	6
	Müzik çeşitliliği	2	3
	Gürültü	3	4
	İşletme içi trafik	2	3
	Temiz ve iyi giyimli çalışanlar	1	1
	<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tablo 2 incelendiğinde hem Diyarbakır hem de Mardin’de hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinde atmosfere ilişkin en fazla şikâyet edilen konunun çevresel temizlik (hijyen) olduğu görülmektedir. Mekânın dar olması/kalabalık olma durumuna ilişkin şikâyetler her iki ilde de ikinci sırada yer almaktadır. Diğer şikâyetler ise her iki destinasyonda sayı bakımından değişkenlik göstermektedir. Söz konusu destinasyonlardaki bazı misafirlerin yaptığı yorumlar atmosferle ilgili şikâyetler boyutunu destekler niteliktedir.

*‘Arkadaşların ısrarı üzerine gittiğimiz bu yerde ciğer yemek istedik. Gelen salatalar çok kötüydü hijyenik bir ortam yok. Gelen ciğer çok pişmiş ve kup kuru bir şekilde... Servis çok yavaş ve ilgisizler.’*

*‘İlk giriş yaptığımızda asık yüzlü bir personel ve yerlerdeki ciğerlerle karşılaştık, aile yeri diye üst kata çıkarmak istediler yukarıya doğru çıkarken merdivenlerin yapış yapış ve çöp kocalarıyla dolu olduğunu gördük, ortam midemizi bulandırdı ve hemen mekânı terk ettik, kesinlikle temiz bir yer değil tavsiye etmiyoruz.’*

*‘Diyarbakır’da nerede paça içilir diye sorarak gittim tek derdimiz paça çorbası içmekti ancak gittiğimizde pişman olduk. Servis kötü gelen çorba soğuk ve ortam çok gürültülüydü. Hele hele kapıdan içeri girer girmez yüzümüze vuran inanılmaz sarımsak kokusu zaten iştah bırakmıyor.’*

### **B.Gıda ile ilgili şikâyetler**

Araştırma sonucunda elde edilen gıda ile ilgili özellikler boyutu altında ‘lezzet, uygun gıda sıcaklığı, yemek sunumu, sağlıklı gıda seçenekleri, gıda tazeliği, menü çeşitliliği, yemeğin görünümü, kalite, doyuruculuk (porsiyon miktarı), pişirme sorunu (az veya çok), meze eksikliği gibi kelimeler kodlanmıştır. Tablo 3’te gıdayla ilgili şikâyetlere ilişkin kodlamalar gösterilmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde, her iki destinasyonda da gıda ile ilgili şikâyet konularının şikâyet sıraları benzerlik göstermektedir. İlk üç sırayı; lezzet, yemek kalitesi ve doyuruculuk konuları oluşturmaktadır. Hem Diyarbakır hem de Mardin ilinde yer alan işletmelere yönelik yapılan şikâyetlerde en fazla görülen şikâyet unsuru lezzettir. Bu açıdan şikâyetlerin benzer özellikleri taşıması her iki destinasyonun benzer mutfak kültürü ve damak tatlarını barındırmasına bağlanabilir. Çünkü, Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayan yerel halkın damak tatları ve bölgeye çeşitli turistik gezi kapsamında gelen ziyaretçilerin her iki destinasyonda da benzer yemekleri tatmaları benzer şikâyetlere neden olabilmektedir.

**Tablo 3.** Gıdaya İlişkin Yapılan Şikâyetlerin Betimleyici Özellikleri

Gıda ile ilgili şikâyetler		n	%
<b>MARDİN</b>	Lezzet	151	43
	Kalite	50	14
	Doyuruculuk (Porsiyon miktarı)	44	13
	Uygun gıda sıcaklığı	31	9
	Menü çeşitliliği	25	7
	Gıda tazeliği	16	5
	Yemek sunumu	9	3
	Pişirme sorunu (Az veya çok)	9	3
	Meze eksikliği	8	2
	Sağlıklı gıda seçenekleri	4	1
	Yemeğin görünümü	3	1
	<b>Toplam</b>	<b>350</b>	<b>100</b>
<b>DİYARBAKIR</b>	Lezzet	93	44
	Kalite	44	21
	Doyuruculuk (Porsiyon miktarı)	15	7
	Uygun gıda sıcaklığı	7	3
	Menü çeşitliliği	9	4
	Gıda tazeliği	10	5
	Yemek sunumu	4	2
	Pişirme sorunu (Az veya çok)	13	6
	Meze eksikliği	11	5
	Sağlıklı gıda seçenekleri	3	2
	Yemeğin görünümü	2	1
	<b>Toplam</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

Bazı misafirlerin yaptığı yorumlara bakıldığında, yemeklere ilişkin şikâyetlerin net bir şekilde vurgulandığı gözlemlenmiştir. Söz konusu yorumlara aşağıda yer verilmiştir.

*'3 kişilik Aile yemeğimiz için ciğer ve kuzu şiş sipariş etmiştik. 20 dk. da anca gelebildi. Mezeler 2 tabak salata bir tabak ezme ve domates biber közlemesiydi. Sıcak balon pide vs. bir şey yoktu. Bu sitenin tavsiyesine uyarak gittik. Ancak çok lezzetli değildi. Porsiyonlar da az geldi. Epey beklettiler. Bir daha gitmem.'*

‘ Mardin denildiğinde ilk akla gelen mekanlardan. Genellikle grupların tercih ettiği, rezervasyonda verilen fiyatlarla gittiğinizdeki fiyatların birbirini tutmadığı, sunumlarla göz boyayıp, yöresel yemeklerin, mezelerin özünden uzaklaştırılıp lezzetini kaybettiği, ikram olarak sunulduğunu düşündüğümüz birçok şeye yüksek fiyatlar yazılan piyasa olmuş ticarileşmiş esnafıktan uzaklaşmış bir mekân.’

‘Ciğer yanıkta, kuşbaşı sert, sade kebab lezzetsiz. Mekânın ağır tuvalet çığ koyun eti kokusu karışımını içeri girer girmez soluyacaksınız.’

### C.Servisle İlgili Şikâyetler

Servisle ilgili şikâyetlere ilişkin yapılan olumsuz yorumlarda en fazla şikâyete konu olan unsurların başında kötü servis gelmektedir. Bu şikâyet unsurunun hem Mardin hem de Diyarbakır’da yüksek oranda olduğu görülmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinde görev yapan çalışanların ilgisizliği hem Mardin hem de Diyarbakır’da ikinci sırada şikâyete konu olmuştur. Çalışanların kaba davranışları, Mardin’deki yiyecek içecek işletmelerine yapılan şikâyetlerin üçüncü sırasını oluştururken, Diyarbakır’da ise çalışanların niteliklerine yönelik şikâyetler üçüncü sırayı oluşturmaktadır. Bu durum çalışanların yeterli düzeyde eğitim alamadıkları ya da bölgede çalışan personelin mesleki eğitimlerin yetersizliklerine bağlanabilir. Son yıllarda Güneydoğu Anadolu bölgesine (özellikle Gap turu kapsamında) gelen ziyaretçi sayısındaki artışa ve yerel halkın dışarıda yemek tüketme davranışının yoğun olmasına bağlı olarak söz konusu yiyecek içecek işletmelerinde de bölgeye ekonomik getirisi ve misafir sayısı bakımından belirgin bir doyuma ulaşmaları bazen çalışanların işine ve misafirlere karşı ilgisiz olmasına neden olabilmekte, ayrıca nitelikli personelin yetersizliğine bağlı olarak da misafir memnuniyetsizliği oluşabilmektedir. Tablo 4’te servis ile ilgili müşteri şikâyetlerine yönelik istatistikler detaylı olarak gösterilmiştir.

**Tablo 4.** Servise ilişkin yapılan şikâyetlerin betimleyici özellikleri

Servis ile ilgili şikâyetler		n	%
MARDİN	Kötü servis	98	30
	Çalışanların ilgisizliği	91	28
	Çalışanların kaba davranışları	48	15
	Yemeğin geç gelmesi	43	13
	Çalışanların niteliği	36	11
	Güvenilir ve tutarlı hesap	5	1
	Sipariş edilenle aynı tür yemeğin servisi	4	1
	Çalışanların menüye hâkim olması	2	1
	<b>Toplam</b>	<b>327</b>	<b>100</b>

<b>DİYARBAKIR</b>	Kötü servis	54	34
	Çalışanların ilgisizliği	34	21
	Çalışanların kaba davranışları	10	6
	Yemeğin geç gelmesi	20	13
	Çalışanların niteliği	23	14
	Güvenilir ve tutarlı hesap	7	5
	Sipariş edilenle aynı tür yemeğin servisi	9	6
	Çalışanların menüye hâkim olması	2	1
	<b>Toplam</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Servisle ilgili şikâyetlere yönelik yapılan yorumlarda bazı misafirler aşağıdaki şekilde görüş belirtmişlerdir;

*'Ailece gittik. Yarım servis istedik sadece çocuk menüsü için geçerli denildi. Salatalar kötü kokuyordu ve bozulmuştu. Değiştirilmesini istedik. Değiştirilse bile yine böyle olur denildi ve değiştirilmedi. Ayranlar da ekşimişti. Yemekler de iyi değildi. Çalışanların insana bakış açısı ve hizmeti gerçekten kötüydü. En sonunda yeğenim zehirlendi. Gittiğimize bin pişman olduk.'*

*'Yemeklerinin lezzetini çalışanlarının sinirli ve asık suratıyla mahvetmeyi başaran mekândır. 2 defa gidip ikisinde de aynı kötü hizmete maruz kalmamız dolayısıyla bir daha kesinlikle gitmeyi düşünmüyoruz. Bence çalışanlarının en kısa sürede insan ilişkileri eğitimine alınıp hizmet ve kalite yönetiminin etkin olarak uygulamaya başlamaları gerekmektedir.'*

*'Hayatım boyunca gittiğim en kalitesiz mekânların basında yer alıyor. Personelin ilgisizliği, Şef garsonların misafirler önünde komileri azarlaması vs. Bir ayran istedim 20dk da gelmedi en sonunda yemeği bitirmeden kalktum. Kesinlikle tavsiye etmem.'*

*'Büyük heyecanla gittiğim yerden büyük hayal kırıklığı ile ayrıldık. Mekân soğuk, çalışanlar soğuk ve ilgisiz. Kahvaltı için sorduğumuz her şeye 'o yok' cevabını almaya en sonunda dayanamadığımızdan mekândan ayrılmak zorunda kaldık.'*

*'Tavsiyeler üzerine öğle yemeği için gittik ancak hiç memnun kalmadık. Personel yemekler hakkında bilgisizdi ve kılık kıyafetleri son derece özensizdi. Bir işletmemin aynası çalışanlarıdır, bakımlı, temiz, güler yüzlü olmalıdır. Bunların hiçbiri bu işletmede yok maalesef. Yemekler soğuk geldi, hele kapalı lahmacun önceden yapılmış ve ısıtılarak servis edilmiş gibiydi. Ayrıca tüm yemekler lezzetsizdi. Restoran'a dik merdivenler ile ulaşıyor, sağlık probleminiz varsa hiç uygun değil.'*

#### **D.Diğer şikâyetler**

Atmosfer, gıda ve servis kategorilerine ilişkin şikâyet konularının dışında kalan şikâyet unsurları diğer şikâyetler kategorisinde değerlendirilmiştir. Bu sınıflandırmada olumsuz yorumlar incelenirken literatüre bağlı anahtar kelimelerinin yansın literatürde yer almayan farklı şikâyet kelimelerinin de olduğu saptanmış ve bu kelimelerin de analize dahil edilmesine karar verilmiştir. Örneğin fazla ücret alma, ayrımcılık ve ödeme araçlarının çeşitliliği gibi şikâyet unsurlarının da eklenmesine karar verilmiştir. Bu

kategoride yapılan yorumların büyük bir kısmında yemek ücretlerinin aşırı pahalı olduğu, fiyat-kalite, fiyat-performansının zayıf olduğu vurgulanmıştır. İkinci sırada ise gıdaların özgün olmadığı, birçok işletmede yöresel yemeklerin altında özgün olmayan yemeklerin servis edildiği gibi şikâyetlerin olduğu saptanmıştır. İlk iki sırada yer alan adil fiyat ve gıda özgünlüğü her iki destinasyonda ilk iki sırayı paylaşmıştır. Diğer önemli şikâyet konuları ise Mardin’de misafirler arasında işletme çalışanların ayrımcılık yaptığı, ödeme esnasında masaya servis edilmeyen yiyecek ve içeceklerden de ücret alındığı, birkaç işletmede kredi kartı ile ödeme yapılamadığı ve müşterilerin bazılarında nakit para bulunmaması nedeniyle zor durumda kaldıkları gibi şikâyetlerin yapıldığı ortaya çıkmıştır. Tablo 5’te ilgili şikâyetlere yönelik detaylı bilgilere yer verilmektedir.

**Tablo 5.** Diğer şikâyetlerin betimleyici özellikleri

Diğer şikâyetler		n	%
<b>MARDİN</b>	Adil fiyat	228	79
	Gıda özgünlüğü	19	7
	Ayrımcılık	18	6
	Fazla ücret alma	15	5
	Ödeme araçlarının çeşitliliği (Pos cihazı, nakit ödeme gibi)	8	3
	<b>Toplam</b>	<b>288</b>	<b>100</b>
<b>DİYARBAKIR</b>	Adil Fiyat	121	88
	Gıda özgünlüğü	8	6
	Ayrımcılık	3	2
	Fazla ücret alma	4	3
	Ödeme araçlarının çeşitliliği (Pos cihazı, nakit ödeme gibi)	2	1
	<b>Toplam</b>	<b>138</b>	<b>100</b>

Bazı misafirlerin yiyecek fiyatlarının oldukça yüksek olduğuna yönelik yorumunu aşağıdaki şekilde ifade etmiştir. Diğer bir katılımcı ise misafirler arasında ayrımcılık yapıldığını ifade ederek durumdan şikâyetçi olduğunu belirtmiştir.

*‘Diyarbakır da genel gastronomi bakış açısına yenilik getirebilir. Ancak yemekler konusunda ham meyveyi koparmışlar dalından denebilir. Fiyatlar biraz uçuk ancak ortam nezih yemekler konusunda ısrarla söylüyorum ki ekibin gözden geçirilmesi gerekiyor. Kaldı ki günden güne gelişen gastronomi sektöründe kendisine bu şekilde kalıcı bir yer bulup, yerini perçinlemesi zor bence.’*

*‘Hayatımda yediğim en kötü ve en pahalı yemek. Masaya gelmeyen içecekleri dahi adisyona ekleyebilecek bir işletme... Çalışanların birbirinden haberi yok. İlk defa gittiğim Mardin’den kötü bir anı olarak kaldı.’*

*‘Çok kalabalık bir tur olarak gittik, hesabı en az 20 kişi şişirdiler, iki kişilik koltuklara 3 kişi oturtular. Mekanın kendini bilmez bir işletmecisi var, 25 bin lira hesap aldığı gruba bağıra çağıra davranıyor. Kesinlikle uzak durun, hesabı şişiriyorlar,*

*yemekler kalitesiz, içkiler bandrolsüz. Yağmur başladığı zaman tartıştığı masaların üstündeki brandayı bilerek açtırmayan karakterde bir işletmeciye sahip beş para etmez bir mekân.'*

*'Bize sadece iki kişilik kaburga dolması kaldı diyerek 15 dakika beklettiler daha sonra siparişimizi Mardinli müşteriye verip bize de ocağı kapattıklarını söylediler tartıştıktan sonra siparişimizi getirdiler.'*

### **V.Sonuç ve Öneriler**

Sosyal medya uygulamaları arasında gösterilen Tripadvisor.com aracılığıyla potansiyel müşteriler yapılan yorumlardan satın almak ya da deneyimlemek istediği ürünler veya gideceği destinasyon, otel ve restoranlar hakkında detaylı bilgiler elde edebilmektedirler. Bu internet sitesinde yer alan olumlu yorumlar insanlar için bir tavsiye niteliği taşıyabilmektedir. Ancak, tam tersi durumda yani yaşanan deneyimlere ilişkin yapılan olumsuz yorumlar da potansiyel müşterilerin karar verme süreçlerinde etkili olabilmektedir. Özellikle hizmet sektörü soyut özellikler taşıdığından yapılan olumsuz yorumlar daha önemli hale gelebilmektedir. Bu bağlamda, Mardin ve Diyarbakır'da hizmet veren yiyecek içecek işletmelerine yönelik Tripadvisor.com üzerinden yapılan şikâyetlerin incelenmesi amacıyla yapılan araştırmada, her iki ilde tüm yiyecek içecek işletmelerine ulaşılarak toplam 1424 olumsuz yorum incelenmiştir.

Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, Mardin ve Diyarbakır'daki yiyecek içecek işletmelerine yapılan şikâyetlerin atmosfer, gıda, servis ve diğer şikâyetler olmak üzere dört farklı kategoride değerlendirildiği ve genel olarak her iki destinasyonda da lezzet, fiyat, kötü servis ve hijyen unsurlarının en fazla şikâyete konu olan unsurlar olduğu ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, araştırma sonuçlarının alanyazındaki çalışmalarla (Sujithamrak ve Lam, 2005; Liu ve Jang, 2009; Dalgıç vd., 2016; Unur vd., 2017) benzerlik gösterdiği söylenebilir. Örneğin, Dalgıç vd. (2016), Mersin ve Hatay'ı ziyaret eden bireylerin yöresel lezzet deneyimlerine yönelik görüşlerini araştırdıkları çalışma sonucunda, servisle ilgili özellikler boyutunda yer alan lezzet unsurunun ziyaretçilerin belirttiği en önemli şikâyet unsuru olduğu; en önemsiz görülen şikâyet unsurunun ise atmosferle ilgili özellikler olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Unur vd. (2017) çalışma sonucunda, müşteriler tarafından en önemli görülen unsurun lezzet/tat; en önemsiz olarak değerlendirilen unsurun ise restoranın atmosferine yönelik özellikler olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca, alanyazında Koçoğlu ve Kıyıcı (2018) ile Albayrak'ın (2013) çalışma sonucu da atmosferin restoranlarda en az şikâyete neden olan unsur olduğu görüşünü desteklemektedir.

Çalışmadan elde edilen birtakım sonuçların alanyazında yer alan çalışma sonuçlarından farklı yönleri de bulunmaktadır. Örneğin, Mardin ve Diyarbakır'da gıdayla ilgili yapılan şikâyetler boyutu altında farklı şikâyet unsurlarının da olduğu ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, gıdayla ilgili özellikler boyutu altında doyuruculuk (porsiyon miktarı) unsurunun azımsanmayacak düzeyde bir şikâyet konusu olduğu görülmektedir. Özellikle ziyaretçilerin ve yerel halkın zihninde Güneydoğu mutfağında ve söz konusu mutfağın sunulduğu restoranlarda yemek porsiyonlarının her zaman doyurucu olduğuna

yönelik beklentilerin olması ve bu beklentilerin karşılanamaması porsiyon miktarının önemli bir şikâyet konusu olarak değerlendirilmesine neden olmuştur. Doyuruculuk (porsiyon miktarı) unsuru dışında alanyazındaki çalışmalardan farklı olan bir diğer unsurun ise meze eksikliği unsuru olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, özellikle Mardin ve Diyarbakır dışından bölgeye gelen ziyaretçilerin zihninde Güneydoğu mutfağında mezelerin önemli bir yer tutması ya da buna yönelik konumlandırma ve imaj algılarının yüksek olması ve bu beklentilerin yeterince karşılanamaması bu bulgunun ortaya çıkmasına neden olmuş olabilir. Dolayısıyla, misafirlerin beklenti ve istekleri yemeklerin lezzetli ve kaliteli oluşuna, porsiyon olarak da doyuruculuğuna odaklanmaktadır. Bu nedenle, Mardin ve Diyarbakır illerindeki yiyecek içecek işletmelerinin bu unsurları dikkate alması gerektiği söylenebilir.

Çalışma sonucunda, Korkmaz (2005), Kitapçı (2008) ve Emir'in (2011) çalışmalarından elde edilen bulgularla da birtakım farklılıkların olduğu saptanmıştır. Korkmaz (2005) ve Kitapçı (2008) çalışmalarında, ziyaretçilerin sunulan restoran hizmetlerinde şikâyet konusu olarak en az önemsemedikleri unsurun fiyat olduğunu bulgulamışlardır. Ancak, Mardin ve Diyarbakır'da fiyat unsuru şikâyete konu olan önemli bir unsur olarak tespit edilmiştir. Bu nedenle, restoran ziyaretçileri için bir yiyeceğin lezzeti kadar fiyatı da önemli bir faktördür. Ayrıca, Emir (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışma sonucunda, en az şikâyet edilen unsurun personel ve hizmet olduğu tespit edilmiştir. Ancak, Mardin ve Diyarbakır'da bulunan işletmelerde bu unsurların önemli bir şikâyet konusu olduğu görülmektedir. Özellikle personelden kaynaklanan ilgisizlik, kaba davranışlar, çalışanların niteliği ve yaptıkları kötü servis ziyaretçiler tarafından önemli şikâyet konuları olarak sıralanmıştır. Köşker'in (2020) ifade ettiği gibi Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yiyecek ve içecek işletmelerinde kalifiye eleman istihdamı noktasında yetersizlikler bulunmaktadır. Bu bağlamda araştırmada elde edilen sonuç, bu durum ile ilişkilendirilebilir. Ayrıca, Emir (2001) tarafından yapılan çalışmanın Antalya'da yabancı örneklem grubu çerçevesinde gerçekleştirildiği göz önüne alındığında nispeten Antalya'da nitelikli personel sıkıntısının daha az olduğu veya yabancı turistlerin Türk çalışanların hizmet sunumundan memnun kaldığı şeklinde ifade edilebilir. Bu nedenle, yiyecek içecek işletmelerinde personelin ve sunduğu hizmetin müşteri memnuniyeti açısından kritik rolü göz önüne alındığında, işletmelerin kalifiye personel arayışına girmesi önerilebilir.

Çalışmanın bulguları ele alındığında, Mardin ve Diyarbakır'da yer alan yiyecek ve içecek işletmelerine yönelik bir dizi uygulanabilir öneriler geliştirilebilir. Bu kapsamda, işletmelerin özellikle hizmet konusuna dikkat etmesi gerekmektedir. İşletmeler hizmet sunumunda mümkün olduğunca standart düzeyde bir anlayış benimsemelidir. Ayrıca, hizmet sunumunda en kritik rolü üstlenen personelin nitelik olarak artırılması, kendini geliştirmesine yönelik olanakların sağlanması ya da personele özellikle servis ve müşteri ilişkilerine dair eğitimlerin verilmesi gibi unsurlar, hizmet ve personelden kaynaklanan şikâyetlerin önüne geçebilecek faktörler olarak görülebilir. Ziyaretçiler tarafından önemli olarak görülen bir diğer unsur ise yiyecek ve içecek işletmelerinde hijyen ve temizlik konusudur. Gerek işletmelerde çevresel temizlik gerekse de personelin kişisel hijyen ve temizlik konularına bakış açısı ziyaretçiler tarafından şikâyete konu



olmaktadır. Bu nedenle, işletmeler bu konuya gereken özeni göstermeli, bu alanlardaki temizlik faaliyetlerini daha sık aralıklarla gerçekleştirmeli hatta gerekirse çalışanlar hijyen ve sanitasyon eğitimlerine tabi tutulmalıdır. Ayrıca, çalışma sonucunda adil fiyat isteği her iki ildeki ziyaretçiler tarafından en fazla dile getirilen şikâyet konusu olmuştur. Hatta ziyaretçilerden fazla ücret alındığı da ortaya çıkan bir sonuçtur. Bu kapsamda, yiyecek ve içecek işletmelerinin fiyatla ilgili konularda daha titiz davranması gerekmektedir. Özellikle menülerin işletmenin en önemli pazarlama aracı olduğu göz önüne alındığında söz konusu yiyecek ve içeceklerin fiyatlarının menülerde belirtilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, işletmelerde fiyatlandırma stratejilerinin iyi bir şekilde analiz edilmesi ve dengeli bir fiyat sisteminin kurulması adil fiyat olarak algılanacak rakamın belirlenebilmesine katkı sağlayabilir. Tüm belirtilen unsurlara ek olarak, Mardin ve Diyarbakır'da faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerinde müşteri şikâyetlerinin önemsenecek bir çözüme kavuşturulması için söz konusu işletmelerde müşteri şikâyet sisteminin kurulması ve sistemin etkin ve verimli bir şekilde çalışmasının, müşteri şikâyetlerinin önüne geçebilecek ve müşteriyi memnun edebilecek en önemli unsur olduğu unutulmamalıdır. Ziyaretçilerin gıda ile ilgili özellikler boyutu altında en fazla önem verdikleri unsurlar yiyeceklerin lezzeti ve kalitesidir. Bu bağlamda, yiyecek ve içecek işletmeleri, imaj ve itibar kaybına uğramamak amacıyla yiyeceklerin lezzetine, görünümüne ve kalitesine önem vermelidir. Kodaş ve Özel (2016) turistlere sunulan yiyeceklerin lezzet ve görünümlerinin yemek tüketiminde önemli bir güdül faktör olduğunu belirtmeleri, söz konusu unsurun turistler tarafından önemsenen bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu nedenle lezzet konusunda işletmelerde oluşturulacak standart reçetelerin kullanılması, kalite içinse mevsiminde taze malzemenin temin edilebilmesi ve böylelikle işletmelerde kalite standartlarının artırılması önerilebilir.

Çalışmada elde edilen veriler, Tripadvisor sitesine yapılan restoran şikâyetlerinin Mardin ve Diyarbakır illerini kapsayan kısmı ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca Diyarbakır ve Mardin illerinde yer alan restoranlardan sadece Tripadvisor sitesine kayıtlı olan restoranların incelenmeye alınması çalışmanın bir diğer kısıtını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında Mardin ve Diyarbakır illerinde yer alan restoranlara yönelik şikâyetler inceleme konusu yapılmıştır. Bu bağlamda gelecek araştırmalarda farklı bölge ve şehirlerde yer alan restoranlara yönelik müşteri şikâyetlerinin araştırma konusu yapılması önerilebilir. Bu sayede söz konusu çalışmalardan elde edilecek sonuçların, alan yazındaki benzer araştırma sonuçlarıyla benzerlik veya farklılıklarının kıyaslanması ilgili alanyazına teorik katkı sağlayabilecektir. Aynı zamanda gelecek araştırma bulgularından elde edilecek sonuçlar ile gerek uygulamacılara gerekse de araştırmacılara yönelik öneriler sunulması sağlanabilir.

## **VI. Katkı Belirtme**

Bu çalışmada yazarlar araştırmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

### Kaynaklar

- Albayrak, A. (2013). "Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyete İlişkin Davranışlar". *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 9(2), 27-51.
- Arıca, R., & Sabbağ, Ç. (2020). "Customer to Customer Information Production: The Evaluation of Customer Reviews in Tripadvisor On Food and Beverage Service Providers in Adıyaman". *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 8(2), 729-745.
- Arıca, R., & Çorbacı, A. (2019). "Turizm Sektöründe Müşterilerin Bilgi Üretici Rolü: Adıyaman'daki Turistik Çekiciliklere Yönelik Tripadvisor Sitesinde Yer Alan Yorumlar Üzerine Bir Araştırma". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3), 437-455.
- Aydın, B. (2016). "Sosyal Medyada Restoran İmajı: Tripadvisor Örneği". *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.
- Barlow, J. & Moller, C. (2009). *Her Şikâyet Bir Armağandır (Çev. Gülden Bilgili)*. İstanbul: Rota Yayınları.
- Cenni, I. & Goethals, P. (2017). "Negative Hotel Reviews On Tripadvisor: A Cross-Linguistic Analysis". *Discourse, Context & Media*, 16, 22-30.
- Chang, J., Khan, M. A. & Tsai, C. T. (2012). "Dining Occasions, Service Failures and Customer Complaint Behaviours: An Empirical Assessment". *International Journal of Tourism Research*, 14(6), 601-615.
- Çakmak, M. & Sarıışık, M. (2020). "Yiyecek İçecek İşletmesine İlişkin Tüketici Yorumlarının İçerik Analizi". *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 362-383.
- 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(Special Issue 1), 153-173.
- Day, R. & Landon, Jr. E. (1977). *Toward A Theory of Consumer Complaining Behavior*. In A. G. Woodside, J. N. Sheth & P. D. Bennett (Eds.), *Consumer and industrial buying behavior*. Amsterdam: North Holland Publishing Co.
- Donoghue, S. & De Klerk, H. M. (2006). "Dissatisfied Consumers' complaint Behaviour Concerning Product Failure of Major Electrical House Holdappliances- A Conceptual Framework". *Journal of Family Ecology and ConsumerSciences*, (34), 41-55.
- Emir, O. (2011). "Customer Complaints And Complaint Behaviours in Turkish Hotel Restaurants: An Application İn Lara And Kundu Areas of Antalya". *African Journal of Business Management*, 5(11), 4239-4253.

- Erdem, Ö. & Yay, Ö. (2017). "Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(4), 227-249.
- Gürkan, G. Ç. & 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*, 11(2), 45-61.
- Heung, V. C. & Lam, T. (2003). "Customer Complaint Behaviour Towards Hotel Restaurant Services". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283-289.
- Hirschman, A. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hu, N., Zhang, T., Gao, B., & Bose, I. (2019). What do Hotel Customers Complain About? Text Analysis Using Structural Topic Model. *Tourism Management*, 72, 417-426.
- İbiş, S., Kızıldemir, Ö. & Çöp, S. (2019). "İstanbul'daki Çin Restoranlarına Yönelik Yapılan Yorumların ve E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 505-521.
- Kılıç, B. & Ok, S. (2012). "Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyetlerin Değerlendirilmesi". *Journal of Yaşar University*, 25(7), 4189-4202.
- Kim, J. & Boo, S. (2011). "Influencing Factors On Customers' Intention to Complain in a Franchise Restaurant". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 217-237.
- Kitapçı, O. (2008). "Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikâyet Davranışları: Sivas İl'inde Bir Uygulama". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31, 111-120.
- Kladou, S., & Mavragani, E. (2015). Assessing Destination Image: An Online Marketing Approach and the case of Tripadvisor. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 187-193.
- Koçoğlu, C. M. & Kıyıcı, Ş. (2018). "Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyet Davranışlarının Analizi: Ankara İlinde Bir Araştırma". *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(Special issue 3), 437-450.
- Kodaş, D., & Özel, Ç. H. (2016). "Yerli Ziyaretçilerin Yerel Yiyecek Tüketim Güdülerinin Belirlenmesi: Beypazarı Örneği". *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 83-96.
- Korkmaz, S. (2005). "Fast Food (Hızlı Yemek) Pazarında Rekabetçi Stratejilerin Etkinliği: Üniversite Gençliğinin Tercihlerinin Analizi". *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 22-39.

- Köşker, H. (2020). "Van Kahvaltı Salonları Hakkındaki Müşteri E-Şikâyetlerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 524-539.
- Lam, T. & Tang, V. (2003). "Recognizing Customer Complaint Behaviour: The Case of Hong Kong Hotel Restaurants". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(1), 69-86.
- Litvin S. W., Goldsmith R. E. & Pan, B. (2008). "Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management". *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Liu, Y. & Jang, S. S. (2009)". Perceptions of Chinese Restaurants in The US: What Affects Customer Satisfaction And Behavioral Intentions?" *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.
- Mattila, A. S. & Mount D. J. (2003). "The Impact Of Selected Customer Characteristics And Response Time On E Complaint Satisfaction And Return Intent". *International Journal of Hospitality Management*, 22(2), 135-145.
- Matusitz, J. & Breen, G. M. (2009). "Consumer Dissatisfaction, Complaints, and The Involvement of Human Resource Personnel in The Hospitality and Tourism Industry." *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 8(2), 234-246.
- Mowen, J. C. (1993). *Consumer Behaviour*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Olçay, A. & Sürme, M. (2014). "Otel İşletmelerinde Müşteri Şikâyetlerini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 35(7), 836-855.
- Özdemir, B., Yılmaz, G. & Çalışkan, O. (2015). "Bireysel ve Davranışsal Faktörlerin Restoran Müşterilerinin Şikâyet Etme Niyetlerine Etkisi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(1), 61-79.
- Perçin, N. Ş. & Yiğit, S. (2020). "Tripadvisor'da Yer Alan Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Hakkındaki E-Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: Kapadokya Bölgesi Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2985-3001.
- Ramsey, D.R. (2003). How to Handle Customer Complaints. *The American Salesman*, 48(10), 15-20.
- Singh, J. (1988). "Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues". *The Journal of Marketing*, 93-107.
- Sing, J. & Widing, R. E. (1991). "What Occurs Once Consumers Complain". *European Journal of Marketing*, 25(5), 309-566.
- Su, W. & Bowen, J. T. (2001). "Restaurant Customer Complaint Behaviour". *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4(2), 25-65.

- Sujithamrak, S. & Lam, T. (2005). "Relationship Between Customer Complaint Behaviour and Demographic Characteristics: A Study Of Hotel Restaurants' Patrons". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(3), 289-307.
- Şengül, S., Çavuş, O. & Taşkın, E. (2018). "Analysis of e-Complaints for Restaurant Enterprises in the World's 50 Best Restaurant List". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 320-334.
- Unur, K., Erdem, A. & Şeker, F. (2017). Adana İlinde Bulunan Restoranlara Yönelik İnternet Üzerinden Yapılan Tüketici Şikâyetlerinin İncelenmesi: Tripadvisor.Com Örneği. *1. Uluslararası Turizmin Geleceği, İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi (FUTOURİSM)*, 28-30 Eylül, Mersin. 1366-1376.
- Wildes, V. J. & Seo, W. (2001). "Customer Vote with their Forks: Consumer Complaining Behaviour in the Restaurant İndustry". *International Journal Hospitality Tourism Administration*, 2(2), 21-34.
- Wirtz, J. ve Lovelock, C. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Singapore: World Scientific Publishing Company.
- Yang, T. C. (2005). "The Development of An Effective Recovery Programme After Service Failures: A Case Study of Restaurants in Glasgow". *Tourism Hospitality Planning & Development*, 2(1), 39-54.
- Yetgin, D, Keküç, M. & Şayin, M. (2020). "Restoranlara Yönelik Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2090-2109.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). "What Do We Know About Social Media in Tourism? AReview". *Tourism Management Perspectives*, 10, 27-36.
- Zorlu, Ö., Çeken, H. & Kara, A. M. (2013). "Otel İşletmelerinde Restoran Şikâyetlerinin Şikâyet Davranışlarına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 529-554.