

Çocuk Dostu Restoranlara Yönelik Çevrimiçi Şikâyetlerin Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği

Kansu GENÇER

Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
kansugencer@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-6400-7274

Defne KEŞKEKÇİ

Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
defnekeskekci@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6344-1338

Geliş tarihi / Received: 16.01.2023

Kabul tarihi / Accepted: 25.02.2023

Öz

Bu araştırmanın amacı, İstanbul'da yer alan ve çocuk dostu restoran konseptinde hizmet veren restoranlara yönelik Tripadvisor internet sitesi üzerinden rezervasyon ve hizmet satın almaya bağlı deneyimlere yönelik oluşturulan şikâyetlerin incelenerek şikâyet konularının belirlenmesidir. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Tripadvisor sitesine entegre bir şekilde çalışan restoranlara yönelik yorumlar analiz edilerek, tema ve alt temalara göre incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, şikâyetlerin büyük çoğunluğunun oyun alanlarında temizlik ve hijyen eksikliği, işletme ulaşılabilirliği noktasında yaşanan zorluklar, menü çeşitliliği ve yiyeceklerin sağlıklı olmaması, çocuk menüsü bulunmaması ve çocuk dostu hizmetlerin yetersizliği konularında olduğu gözlemlenmiştir. Hizmet çeşitlendirme faaliyetlerinin aileye yönelik ihtiyaçları karşılama konusunda ne derece yeterli olduğunun ortaya konulması, çocukların sosyal faaliyetlere dâhil edilmesi noktasında işletmelere düşen görevlerin anlaşılması ve çocuklu ailelerin sosyal faaliyetlere daha konforlu katılımının önünde duran engellerin tespit edilerek ortadan kaldırılması yönünde sektörel katkılar sağlanması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çevrim içi şikâyet, çocuk dostu restoran, şikâyet.

Evaluation of Online Complaints About Child-Friendly Restaurants: The Case of Istanbul

Abstract

Purpose of this research is to determine complaint subjects about the experiences related to reservation and service purchase in child-friendly restaurants in Istanbul. Within the scope of the research reviews of restaurants working integrated with the Tripadvisor site were analyzed by content analysis method and examined under themes. According to the research findings, it was observed that the majority of the complaints were about lack of hygiene in playgrounds, accessibility difficulties, lack of variety in the menus, unhealthy foods, lack of a children's menu and inadequacy of child-friendly services. It is expected that the study will provide sectoral contributions to reveal which service diversification activities are sufficient to meet the needs of families, to understand the duties of businesses in terms of child-friendly social activities, and to identify and eliminate the obstacles that stand in the way of families with children to participate more comfortably in social activities.

Keywords: *Child friendly restaurant, complaint, online complaint.*

Giriş

Gelir düzeyinin artış göstermesi, sosyalleşme ihtiyacı, zamandan tasarruf etmek, kolaylık, kutlama, iş amacıyla bir araya gelme, aile ile bir araya gelme nedenlerinden dolayı dışarıda yemek yeme olgusu toplumsal olarak yerleşik bir davranış modeli haline gelmiştir (Edwards ve Gustafsson, 2008). Bununla birlikte rutinden kaçmak, farklı bir ortamda bulunmak, günlük giyimin dışında özel kıyafetler giyme isteği, farklı yiyecekler deneyimlemek, çocuklu aileler için çocukların bireysel ve keyifli vakit geçirebileceği zaman oluşturmak amaçlarıyla da dışarıda yemek yeme eğilimi oluşmaktadır (Park, 2004). Dışarıda yemek yeme kavramı, Cullen (1994) tarafından "bireysel, sosyal ve kolayda yemek amaçlarıyla sosyal ortamlarda bulunma ve boş zamanı değerlendirme yöntemi" olarak ifade edilmiştir. Tüketicilerin dışarıda yemek yeme olgusuna karşı geliştirdiği talepler karşısında işletmelerin sayısının artış gösterdiği bilinmektedir (Pettersson ve Fjellström, 2007). Hızlı bir şekilde artış gösteren restoran sayısı

ve restoranlarda sunulan hizmet çeşitliliği rekabet koşullarını da zorlayıcı hale getirmektedir (Albayrak, 2014). Yiyecek içecek işletmelerine yönelik gelişim gösteren teknolojiler, yiyecek içecek işletmelerinin sürekli olarak büyüme ve gelişmeye elverişli dinamik yapısı, işletmelere yönelik ekonomik yatırımlar ve devlet teşviklerinin artış göstermesi nedenlerine bağlı olarak işletme sayısı, ürün çeşitliliği, hizmet kalitesi artış göstermektedir (Rızaoğlu ve Hançer, 2013). Bu bağlamda, işletmelerin varlığını sürdürmek ve değişim ile birlikte gelen yeni trendlere uyum sağlama zorunluluğu taşıdığını söylemek mümkündür (Parsa vd., 2005).

Tüketicilerin değişen istek ve ihtiyaçlarına en etkili şekilde cevap verebilen işletmeler için rekabet koşulları kazançlı hale gelebilmektedir (Armağan vd., 2019). Yapılan araştırmalar sonucu gelişim gösteren trendler karşısında kayıtsız kalan işletmelerin varlıklarını kısa süre içerisinde kaybetme tehlikesi yaşadıkları görülmüştür (Parsa vd., 2005). Bu noktada yeni trendlere yön veren tüketicilerin ve tüketici

ihtiyaçlarının değişim nedenlerini araştırma gereksinimi doğmuştur. Yapılan araştırmalarla tüketici ihtiyaçlarının değişim nedenleri arasında teknolojik olanakların artış göstermesi, kadınların iş yaşamına daha fazla dâhil olması, sosyal medya kullanımlarının artış göstermesi nedenlerinin yeni tüketim davranışları üzerinde etkili olduğu anlaşılmıştır (Öz, 2011). Diğer yünden demografik özelliklerin de tüketici tercihleri ve trendleri üzerinde yansımalarına rastlanmıştır (Park, 2004). Özellikle çocuklu ailelerin çocuklarıyla birlikte bir arada eğlenceli vakit geçirme ve yeni yemekler, mekânlar, olanaklar keşfetme istekleri demografik özellikler bakımından farklılık gösteren yeni gelişmelere örnek verilebilmektedir (Doğan ve Özçakmak, 2014). Çocuklu ailelerin yiyecek içecek tercihleri, satın alma davranışları ve ihtiyaçları diğer bireylere göre önemli farklılıklar göstermektedir (Pettersson ve Fjellström, 2007). Yeni trendlere uyum sağlamak ve varlığını sürdürmek isteyen işletmelerin geleneksel hizmet anlayışlarının yanında tüketici gruplarının taleplerine karşı etkin cevaplar vermesi gerekliliği göz önünde bulundurulursa çocuklu aileler için tasarlanmış mekânların rekabet koşulları yönünden avantaj sağlayacağı düşünülmektedir (Story ve French, 2004).

Çocuklara yönelik işletme anlayışının merkezinde üç önemli ihtiyacın var olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, çocukların saygın birey olarak kabul edilmesi gerekliliğine dayalı sosyal alanların inşa edilmesi, ikinci olarak çocuklu ailelerin diğer bireylere göre daha fazla kullanım alanı ile konfora ihtiyaç duyması ve son olarak işletmelerin ortaya çıkan bu sosyal ihtiyaçlara cevap verebilmesi ölçüsünde kazanç elde etmesidir (Oluç, 2006). Bu noktada ortaya çıkan aileye yönelik, çocuk dostu, aile işletmesi kavramları literatürde yer almaya başlamıştır (Odabaşı ve Barış, 2002). Aileye yönelik yiyecek içecek işletmelerinin, diğer adıyla çocuk

dostu yiyecek içecek işletmelerinin genel olarak çocuklara yönelik oyun alanları, çocuk menüsü, yiyeceklerin taze, güvenilir ve temiz olması konusunda daha fazla hassasiyet gösterilmesi beklenmektedir (Aslan vd., 2019). Çocuk dostu hizmet sunan yiyecek içecek işletmelerinden sağlanması beklenen hizmetlere ek olarak bebek bakım ve emzirme odası, çocuk ve bebek servis gereçleri, güvenlik önlemleri, bebek arabasıyla kolay erişim sağlama olanakları, merdiven veya asansörlerin çocuklu ailelerin kullanımına uygun inşa edilmiş olması özelliklerini taşıması gerektiği de anlaşılmıştır (Ishaque ve Tufail, 2014). Çocuk dostu işletmelerin “işletmelerin tüm olanaklarını çocukların her türlü şiddet ve tehlikeden uzak tutulmasına yönelik kullanarak mutlu, sağlıklı ve keyifli bir ortamda oynama, yemek yeme, aileleriyle birlikte ortak zaman geçirme, öğrenme, sosyalleşme faaliyetlerini yerine getirebilecekleri alanlar” olarak tanımlandığı görülmektedir (Ahıpaşaoğlu, 2018). Toplumun önemli bir kısmını oluşturan çocukların sosyal alanlara dâhil edilirken yaşanması muhtemel problemlerin önüne geçmek için alınan önlemler ve sağlanan kolaylıklar işletmelerin hizmet yeniliği sağlamasına ve sektörde örnek işletmeler konumuna gelmesine fırsat vermektedir (Bardwell, 2007). Hizmet yeniliği kapsamında sunulan çocuk dostu restoran ve hizmet anlayışının ailelerin isteklerine cevap verebilecek nitelikte özelliklere ve donanıma sahip olması gerekmektedir. Çocuk dostu restoranlar, çocuklu ailelerin keyifli vakit geçirmesine yardımcı olacak olanakların ve alanların sağlandığı, hizmet içeriğinin çocuklara yönelik alternatifler ve ihtiyaçlar etrafında şekillendiği yiyecek içecek işletmeleri olarak tanımlanmaktadır (Kytä, 2004). Fakat çocuk dostu restoran başlığı altında hizmet sunan işletmelere yönelik deneyimlerin araştırılması sonucu restoranların bu konuda eksik veya yetersiz kaldığı görülmektedir (Aslan vd., 2019).

Araştırmanın amacı, İstanbul'da yer alan ve çocuk dostu restoran konseptinde hizmet veren restoranlara yönelik Tripadvisor internet sitesi üzerinden rezervasyon ve hizmet satın almaya bağlı deneyimlerce oluşturulan şikâyetlerin incelenerek eksiklerin tespit edilmesi, çocuk dostu restoran anlayışına dair tüketicilerin tercihlerinin ne yönde gelişim gösterdiğinin incelenmesidir. Ayrıca çalışma, çocuk dostu hizmet sunan restoranlara yönelik pandemi sonrası ilk çalışma olması yönünden de değer taşımaktadır. Pandemi sonrası yeni normalleşme döneminde değişim gösteren tüketici davranışlarının bu alandaki yansımalarının da ortaya çıkarıldığı araştırmanın sektörel gelişime fayda sağlaması amaçlanmıştır. Bu alanda araştırma yapmak isteyen diğer araştırmacılara yol gösterici nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Son yıllarda eğitime paralel olarak gelişen toplumsal bilinçlenme, başta UNICEF olmak üzere birçok sivil toplum kuruluşlarını ve gelişmiş devlet yönetimlerini çocuklara yönelik politikalar düzenlemeye yöneltmiştir (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu, 2017). Politikaların esas hedefi çocukların iyi olma halinin korunması ve ilerletilmesi yönünde yaklaşımların hayata geçirilmesidir (Erbay, 2021). Bu bağlamda iyi olma hali önemsenen çocuk varlığının, toplumsal gelişime olan olumlu katkıları ve kendi kendini koruma yetisine sahip olmayan, korunmaya ve gözetilmeye muhtaç değerlerin toplumdaki yerini incelemek gerektiği düşünülmektedir. Toplumsal anlamda çocuk; aile yapısına aile olma duygusunu katan, geleceğe hazırlanırken çalışma yükümlülüklerinden uzak tutulması gereken sosyal varlık olarak görülmektedir (Kulaksız, 2014). Genel kabul görmüş bu tanımın incelenmesi sonucunda çocuk algısının dönemler içerisinde değişime uğradığı görülmektedir. Az gelişmiş tarım ülkelerinde

çocuk algısı, aile olma olgusunun ötesinde aileye ek kazanç sağlaması beklenen, potansiyel iş gücü olarak görülen, ebeveynler için ileriki yaşlarda kendilerine bakması yönünde bir hayat sigortası, sosyal güvenlik aracı olarak algılanan varlık olarak görülmektedir (Yaylı, 2012). Söz gelimi anlayışın değişmesi 17. Yüzyıla uzanmakla birlikte özellikle sivil toplum örgütlerinin çalışmaları ile dünya üzerinde yaşayan tüm çocukların sahip olduğu haklar ve evrensel değerler altında çocukların güvenlik, sosyal yaşam, sağlık, eğlenme, aile kurumu veya sosyal bakım hakkı gibi birçok haklar dünya ülkelerince tanınmış ve kabul edilmiştir (Güçlü, 2016). Belirtilen çocuk hakları beyannamesinin temelinde 0-18 yaş aralığında her bireyin çocuk olarak kabul edildiği gelmektedir (Bakırcı, 2004).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından 20 Kasım 1989 yılında kabul edilen beyannameye göre çocuklara birçok yönden hak tanınmıştır. Alınan kararların yerine getirilmesi yalnızca devlet yönetimine değil, tüm topluma yayılarak iş birliği içerisinde hareketle çocuklar için uygun alanlar oluşturulma yönünde çalışmalar başlatılmıştır (Meremikwu vd., 2018). Bu çalışmalara paralel olarak özel sektör ve özel sektörde yer alan yiyecek içecek işletmeleri de çeşitli değişimlere, hizmet modellerine yönelmek zorunda kalmıştır (Flurry, 2007). Ortaya çıkan çocuk dostu olma anlayışı araştırıldığında bu anlayış, çocuğun kimliğini kabul ederek, saygınlığını koruyarak, kişisel değerlerini unutmadan eğitilmesi, bakımının sağlanması, korunması ve çocuğun içinde bulunduğu ortam koşullarının ve çevrenin çocuk yararına ideal zeminde yapılması olarak ifade edilmektedir (Tuğrul, 2017).

Ailelerin sosyal faaliyetlerinde işletmeler tarafından çocuk sağlığı, güvenliği ve gelişimi ön planda tutularak çocuklar için pozitif ayrımcılığa dayalı hizmet uygulaması sağlayan

her işletme, çocuk dostu işletme olarak kabul edilmektedir (Ahıpaşaoğlu, 2018). Bu anlayışa göre, işletme içerisinde çocukların buldukları alanların, tesis ve teçhizatların, araçların çocuklara yönelik olarak daha hijyenik, eğlenceli ve güvenli mekânlara dönüştürülmesi hedeflenmektedir (Erbay, 2021).

Özellikle çocuklara yönelik toplumsal farkındalığın arttığı son dönemlerde işletmeler, çocuklara yönelik hizmet anlayışı geliştirerek pazarlama faaliyetleri sonucu kazanç elde etmektedirler (Tuna vd., 2019). Çocuk dostu hizmet anlayışını benimseyen işletmelerin başında turizm faaliyeti gösteren işletmeler gelmektedir (Aslan vd., 2019). Çocuklu ailelerin güven içerisinde tatil yapabileceği, eğlenebileceği, sosyal faaliyetlerden faydalanabileceği, tüm hizmet tasarımıyla çocuklu ailelere kolaylık sağlayabilme özelliğine sahip işletmeler, çocuk dostu işletme olarak hizmet vermektedirler (Mere-mikwu vd., 2018). Turizm sektörünün bir kolu kabul edilen yiyecek içecek işletmeleri (Akgün ve Benli, 2019), aynı tanım özelliklerine uygun şekilde hizmet modeli benimsemeleri durumunda çocuk dostu restoran olma özelliği gösterebilmektedirler (Çalışkan vd., 2019).

Tanımdan yola çıkarak herhangi bir yiyecek içecek işletmesinin çocuk dostu işletme statüsünde kabul edilebilmesi için tasarımından hizmetine kadar her faaliyetinde çocuklu aileler ve çocukların kendileri için ihtiyaç duydukları olanak, kolaylık ve hizmet modelleri sunması gerekmektedir (Labrecque ve Ricard, 2001). Çocuklu ailelerin tercih edebileceği yiyecek içecek işletmeleri incelendiğinde aranan şartların daha çok hijyen, güvenlik, kontrol edilebilirlik ve çocuklara yönelik menü planlamaları etrafında şekillendiği görülmektedir (Flurry, 2007).

Diğer yönden eğitimin gelişmesi, modernleşme ve toplumsal yapıdaki gelişmelerin aile üzerin-

deki değişimleri çocukların aile içerisinde daha fazla öneme sahip olmasına ve karar alma sürecinde çocukların iyi hali, tercih ve beğenileri gibi faktörlerin daha fazla göz önünde bulundurulmasına neden olduğu bilinmektedir (Kotler ve Armstrong, 2012). Bu açıdan hem çocuk haklarının toplum içerisinde yerleşmesine katkıda bulunmasını sağlamak hem de değişen tercih ve trendlere göre gelişim göstermek zorunluluğu taşıyan yiyecek içecek işletmelerinin çocuk dostu uygulamalara yöneldiği görülmektedir (Rose vd., 2002). Çocuk dostu restoranlarda aranan özellikler incelendiğinde aşağıdaki konuların ön plana çıktığı görülmektedir:

Çocuk dostu menü: Çocuk menülerinin hazırlanmasında ve sunulmasında besleyici içeriklerin, temizlik koşullarının ve doyuruculuğun ön plana çıktığı görülmektedir (Şeker ve Keleş, 2019). Tüketiciler için bir çocuk menüsünün görece daha az yağlı, protein ve sebze bakımından dengelenmiş, koruyucu içeriklerden uzak, taze ve iyi kalitede malzemelerden hazırlanarak sunulması beklenmektedir (Dolmacı ve Bulgan, 2018).

Restoran özellikleri: Çocukların rahat ve güvenli bir şekilde sosyalleşme faaliyetlerine katkıda bulunabilecek genişlikte oyun alanları, sivri ve yaralayıcı risklerden uzak tasarlanmış yemek yeme ve hareket edebilme alanları, çocukların yetişebileceği yükseklikte masa ve sandalye tasarımları, pedagojik gelişime uygun ilgi çekici ve oyalayıcı oyuncak metreyeler, çocuklara uygun servis takımları, emzirme ve bebek bakım odaları, çocuklara özel tasarlanmış tuvalet, lavabo ve sabunluk detayları, kaymaz zemin tasarımları, sürekli ilgi ve gözetim altında olmalarını sağlayacak teknolojik kontrol mekanizmaları ve bu konuda eğitim almış bilinçli personel istihdamı sağlanması genel olarak çocuk dostu işletme özellikleri arasında sayılabilmektedir (Tse vd., 2002).

Personel: Bir işletmede hizmet kalitesi kadar hizmetin sunulması da önem taşımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Çocuk dostu işletme konseptinde çalışan iş görenlerin ebeveyn hassasiyetlerine ve çocuk gelişim özelliklerine uygun davranış sergilemesi konusunda bilgilendirilme sürecinden geçmesi gerekmektedir (Aslan vd., 2019). Yapılan araştırmalar sonucunda personelin özellikle dikkat etmesi gereken konular; çocuğa karşı izinsiz fiziksel herhangi bir temasta bulunulmaması, açıkça veya ima ederek tehdit edici bir davranış içerisinde olmaması, oyun alanları ve çocuklara ayrılmış özel alanlara temizlik bakımından özen gösterilmesi, özel durumda çocuklara karşı abartılı olmadan, özenli ve bilinçli davranmak, çocuk ile şakalaşma ve kaba davranışlardan uzak durmak şeklinde sıralanmaktadır (Turgut ve Yılmaz, 2010).

Fiyat: Çocuk dostu işletmelerde menü planlamaları yapılırken çocuklara yönelik olması nedeniyle abartılı fiyat politikaları izlemek tüketici gruplarında güvensizliğe neden olacağından bu uygulamadan uzak durulması gerekmektedir (Lo ve Wen, 2010). Diğer yönden fiyat ürün performansı tüketici tarafından kabul edilebilir düzeyde tutulmalıdır (Cengiz ve Kantarcı, 2013).

Çocuk dostu hizmetler: Çocuk bakım üniteleri, yeşil alanlar, uygun fiyat, güvenilirlik, rahatlık, çocuklara yönelik hediyeler, çocuklara yönelik iletişim becerileri kazanmış iş gören istihdamı sağlamak, etkileşim ve hizmet kalitesi yönünden kendini geliştirmiş işletmeler, çocuk dostu işletme olarak kabul edilmektedir (Aşık, 2019). Şikâyet, tüketicilerin soyut veya somut her türlü ürün tüketimi sonucunda işletmelere karşı sağladıkları olumsuz geri dönüşler olarak bilinmektedir (Bell vd., 2004). Tüketici tarafından alınan ürün tüketici ihtiyacını karşılayamıyorsa bu durumda şikâyet etme isteği doğmaktadır (Lapre ve Tsiriktsis, 2006). Tüketicilerin

şikâyete konu olan birden fazla nedeni olabilir. Hizmet kalitesi, ürün içeriği, mekânsal faaliyetler, personel davranışları, dağıtım aşamasında yaşanan aksaklıklar, tutundurma çabaları aşamasında yanıltıcı bilgi aktarılması sonucu yaşanan olumsuz durumlar, fiyat konusunda beklentiler, pazarlama faaliyetleri başlıca şikâyet konuları arasında yer almaktadır (Aşkun, 2008). Şikâyet kavramına karşı işletmelerin tutumları araştırıldığında bu kavramın, işletmeler tarafından çoğunlukla olumsuzluk içeren bir durum olarak karşılanmakta olduğu görülmüştür (Aşkun, 2008). Şikâyetlerin en iyi şekilde değerlendirilerek ortadan kaldırılmasına yönelik stratejiler izleyen işletmelerin müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve diğer işletmelere göre daha fazla kârlılık oranı elde ettikleri görülmüştür (Hirschman, 1970). İşletmelerin aldıkları şikâyetleri şikâyet yönetimi süreciyle kazanç haline getirmesi beklenmektedir (Zemke ve Anderson, 2007). Şikâyetlerin rekabet üstünlüğü sağlama konusunda bir araç olarak kullanılması işletmenin şikâyet yönetim ve algılama şekliyle doğrudan ilgilidir (Altan ve Engin, 2004). Şikâyetlerin işletme açısından değere dönüştürülmesi sürecini içeren tüm stratejik yöntemler, şikâyet yönetim yöntemleri olarak bilinmektedir (Stauss ve Seidel, 2004). Şikâyete neden olan konuların işletme tarafından iyi bir şikâyet yönetme süreci ile kararlı bir şekilde ortadan kaldırılması, işletme açısından güven unsuru sayılabilmektedir (Barış, 2006). Gelişen teknoloji ile artış gösteren iletişim ve haberleşme olanakları, tüketicileri daha fazla bir araya getirmektedir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, işletmelere yönelik şikâyetlerin farklı yollarla iletilmesine olanak sağlamaktadır (Zemke ve Anderson, 2007). Tüketicilerin sıklıkla kullandığı şikâyet kanalları; İlişkisel kanallar, tüketicilerin şikâyetlerini toplamak amacına yönelik şikâyet kutuları tedarik edilmesi veya çalışanlarla yüz yüze iletişim kurulmasına imkân sağlanması, müşteri bilgilendirilmesi

dirme ve çözüm destek masaları oluşturulması, teknolojik tabanlı yöntemler kullanarak tüketicilerin işletmeyle iletişim kurmasının sağlanması şeklinde sıralanabilir. Doğrudan şikâyet kanalları, tüketicilerin rahatsızlık duydukları konuları hiçbir iletişim aracı kullanmaksızın doğrudan iş yeri muhataplarına yaptıklarına şikâyetlerdir (Barlow ve Claus, 1998). Dolaylı şikâyet kanalları, tüketicilerin rahatsızlık duydukları konuları işletme çalışanları, sahipleri veya ilgililerine iletmek yerine çevresinde bulunan potansiyel tüketicilere aktarma yöntemi ile oluşturduğu şikâyet kanalıdır (Kim vd., 2003). Teknolojik kanallar, tüketicilerin memnuniyetsiz oldukları konuları teknolojiye bağlı gelişen yöntemlerle; faks, telefon, çevrimiçi uygulamalar, internet sitelerine yorum yapma gibi yöntemlerle işletme ve diğer tüketici gruplarına ilettiği şikâyet yöntemidir (Alabay, 2012; Barlow ve Claus, 1998).

İlgili Çalışmalar

Khoo-Lattimore vd. (2015), küçük çocuk sahibi olan ailelerin işletme tercihi yaparken nelele dikkat ettiklerini araştırmışlar ve güvenlik, temizlik, kaliteli hizmet beklentisinin yüksek çıktığı sonucuna varmışlardır. Aşık (2019), ailelerin restoran seçimini etkileyen faktörleri incelediği çalışmasında menü planlaması, hijyen, özenli personel davranışı, uygun fiyat ve çocuklar için uygun ortamlar bulunduran işletmelerin aileler açısından önem taşıdığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Aslan vd. (2019)'nin yaptıkları çalışmada çocuk dostu otellerin daha çok genel temizlik, güvenlik, doktor bulundurmama, ilk yardım malzemelerinin eksik olması ve yemek güvenliğine dikkat edilmemesi konularında şikâyet aldıklarını tespit etmişlerdir. Wu vd. (2019), çocuk dostu otellere yapılan şikâyetleri incelediği çalışmasında otel restoranlarında çocuklara yönelik menülerin olmaması, menülerin gerçeği yansıtmaması ve menü fiyatlandırılmalarının yüksek olmasına bağlı çok sayıda şikâyet

olduğunu belirtmişlerdir. Ekasasi (2005), çalışmasında konaklama, restoran ve diğer sosyal faaliyetlerin tercihinde ailelerin kendilerinden daha çok çocuklarına yönelik aktivite ve çocuk dostu hizmetlere önem verdiğini belirtmiştir. Şimşek vd. (2008), çocuk dostu restoran ve diğer işletmelerde özellikle çocukların kendilerini yalnız hissetmeyeceği ve denetim altında tutulabileceği güvenli ortamların, oyun alanlarının aileler tarafından ihtiyaç duyulan faaliyetler arasında yer aldığı sonucuna varmışlardır. Özdemir (2010), tüketicilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler arasında çocuk dostu anlayışın gelişim gösterdiği sonucuna varmıştır. Miller ve Ginter (1979), Amerika Birleşik Devletleri'nde yer alan fast food yiyecek içecek işletmeleri üzerine yaptığı araştırmasında konfor, geniş koltuklar ve geniş alanların ailelerin restoran tercihinde etkili unsurlar olarak yer aldığını belirtmişlerdir. Mamalis (2009), yaptığı araştırmada çocuklu ailelerin restoran tercihlerinde restoran konumlarının kolay ulaşılabilir olması noktasında önem taşıdığını belirtmiştir. Albayrak (2014), çocuklu ailelerin restoran tercihlerinde konfor, rahatlık, temiz ve güvenilir olma, fiyat uygunluğu, ulaşılabilir tesis özellikleri taşımasının önemli etkenler olduğunu tespit etmiştir. Kara vd. (1996), restoran işletmelerinin çocuklara hediyeler sunmasının tercih edilebilirlik üzerinde olumlu etki yarattığı sonucuna varmışlardır. Canoğlu ve Ballı (2017), tüketicilerin restoran tercihlerinde çocuk oyun alanlarına sahip olmalarının önem taşıdığını vurgulamışlardır.

Yöntem

Bu araştırmanın amacı, İstanbul'da yer alan ve çocuk dostu restoran konseptinde hizmet veren restoranlara yönelik Tripadvisor internet sitesi üzerinden rezervasyon ve hizmet satın almaya bağlı deneyimlerce oluşturulan şikâyetlerin incelenerek şikâyet konularının belirlenmesidir.

Aynı zamanda araştırma kapsamında çocuk dostu restoran anlayışına dair tüketicilerin tercihlerinin ne yönde gelişim gösterdiğinin incelenmesi de hedeflenmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda sosyal bilimlere yönelik araştırmalarda sıklıkla tercih edilen nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Krippendorff'a (2018) göre içerik analizi, toplanan verilerin içeriğine dair tekrarlanabilen ve geçerli sonuçlar çıkarmak amacıyla kullanılan bir araştırma tekniğidir. Diğer yönden içerik analizi yöntemini Weber (1989), araştırma metninden çıkarılan bilgilerin bir takım işlem sonucu ortaya konulduğu analiz tekniği olarak tanımlamıştır. İçerik analizi tekniğinin kullanılmasının nedeni, daha önce bir araya getirilmiş belgelerin ayrıntılı bir biçimde incelenmesine olanak sağlanarak tekrarlanabilirliğinin mümkün olmasıdır (Zikmund vd., 2013).

Araştırmanın evreni, İstanbul'da faaliyet gösteren ve Tripadvisor sistemine entegre olarak hizmet veren çocuk dostu restoran konseptine sahip restoranlardan oluşturmaktadır. Toplamda 39 ilçesi bulunan İstanbul ilindeki tüm ilçeler incelemeye tabi tutulmuştur. İlçeler bazında incelenmesinin sebebi, Tripadvisor sitesinin restoran bilgilerini ilçelere bölerek sağlamasıdır. Araştırma kapsamında çocuk dostu hizmet konseptinde ürün sunan toplam 191 işletme incelenmeye tabi tutulmuştur. Toplamda 4179 şikâyet yorumu incelenmiştir. Ana tema ve alt temaların oluşturulmasında Güler vd. (2021) ile Ahıpaşaoğlu'nun (2018) çalışmalarından yararlanılmıştır. İşletmelerin çocuk dostu restoran olarak nitelendirilmesine yönelik kriterlerin belirlendiği, çocukların ve çocuklu ailelerin ihtiyaçlarının açıklanarak örneklendirildiği nite-likte bir çalışma olması nedeniyle Ahıpaşaoğlu (2018) araştırmasından yararlanılmıştır. Ahıpaşaoğlu'nun (2018), "çocuk dostu işletme" anlayışına karşı geliştirdiği bakış açısına göre çocuk dostu hizmet sunan işletmelerin, çocuklara

yönelik oyun alanları kurması, kültürel faaliyet alanlarına imkân sağlaması, sağlık koşullarına uygun hizmet anlayışı benimsemesi, uzman personel istihdam etme becerisi kazanmış olması, çocuk dostu beslenme kriterlerinin belirlenmesi ve uygulaması, ruhsal ve fiziksel güvenlik önlemlerini sağlaması gerekmektedir. Diğer yönden çocuk dostu anlayışa uygun olarak tüketici beklentilerinin araştırıldığı çalışmalarında Güler vd., (2021), ailelerin, çocuk dostu hizmet sunan işletmelerden çocuk güvenliğinin sağlandığı ortamlar talep ettiğine, beslenme açısından sağlıklı ve çeşitlendirilmiş ürün ihtiyacı hissettiğine vurgu yapmışlardır. Aynı çalışmada, kriterlerin oluşturulması açısından işletmelerden beklenen hizmet anlayışı arasında bebek bakım üniteleri, bebek bakım olanaklarını kolaylaştıracak teçhizatların temin edilmesi türünde tüketici istekleri olduğu tespit edilmiştir. Kriterlerin oluşturulmasında kullanılan çalışmaların içeriklerinin dikkate alınmış olmasıyla ve yorumların incelenerek şikâyetlerin uygun kriter başlıkları altında sınıflandırılmasıyla uygun veriler 5 ana tema ve 29 alt tema altında toplanmıştır.

Verilerin toplanması ve analizinin sağlanması amacına uygun olarak çocuk dostu restoran konseptinde hizmet veren restoranlara yönelik şikâyetler, Tripadvisor internet sitesinden 15 Ekim-28 Kasım 2022 tarihleri arasında e-doküman incelenmesine tabi tutularak elde edilmiştir. Araştırma verilerinin halka açık internet sitesinden elde edilmesi ve yorum yapan kullanıcıların isimlerinin paylaşılmaması nedeniyle etik kurul izni gerektirmemektedir.

Bulgular ve Tartışma

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, dört çizelge altında özetlenmiştir. Çizelge 1'de restoranların ilçelere göre dağılımı verilmektedir.

Çizelge incelendiğinde Tripadvisor sistemine entegre çalışan çocuk dostu restoran konseptinde hizmet sunan en fazla işletmenin Beyoğlu'nda (11 işletme), en az işletmenin ise Avcılar'da (2 işletme) olduğu görülmektedir.

Çizelge 1

Çocuk dostu hizmet sunan restoranların ilçelere göre dağılımı

İlçeler	Adet	%
Beyoğlu	11	5,76
Beşiktaş	10	5,24
Fatih	8	4,19
Bakırköy	7	3,66
Esenler	7	3,66
Ataşehir	6	3,14
Çekmeköy	6	3,14
Sarıyer	6	3,14
Eyüpsultan	5	2,62
Büyükdere	5	2,62
Çatalca	5	2,62
Gaziosmanpaşa	5	2,62
Güngören	5	2,62
Kâğıthane	5	2,62
Kartal	5	2,62
Pendik	5	2,62
Silivri	5	2,62
Sultanbeyli	5	2,62
Ümraniye	5	2,62
Üsküdar	5	2,62
Zeytinburnu	5	2,62
Adalar	4	2,09
Arnavutköy	4	2,09
Bağcılar	4	2,09
Bahçelievler	4	2,09
Başakşehir	4	2,09

Beykoz	4	2,09
Küçükçekmece	4	2,09
Maltepe	4	2,09
Sancaktepe	4	2,09
Sultangazi	4	2,09
Şişli	4	2,09
Tuzla	4	2,09
Bayrampaşa	3	1,57
Beylikdüzü	3	1,57
Esenyurt	3	1,57
Kadıköy	3	1,57
Şile	3	1,57
Avcılar	2	1,05
Toplam	191	100,00

Çizelge 2

Çocuk dostu hizmet sunan restoranlara yönelik şikâyetlerin ilçelere göre dağılımı

İlçeler	Adet	%
Zeytinburnu	171	4,09
Beylikdüzü	147	3,52
Silivri	147	3,52
Şişli	147	3,52
Sultangazi	141	3,37
Beşiktaş	130	3,11
Sancaktepe	118	2,82
Sultanbeyli	117	2,80
Şile	117	2,80
Üsküdar	117	2,80
Arnavutköy	111	2,66
Esenler	111	2,66
Beyoğlu	109	2,61
Ataşehir	107	2,56
Çekmeköy	107	2,56
Tuzla	107	2,56

Ümraniye	106	2,54
Gaziosmanpaşa	104	2,49
Bakırköy	103	2,46
Çatalca	103	2,46
Pendik	103	2,46
Bayrampaşa	103	2,46
Fatih	103	2,46
Adalar	102	2,44
Bağcılar	101	2,42
Kâğıthane	101	2,42
Sarıyer	98	2,35
Küçükçekmece	96	2,30
Avcılar	96	2,30
Başakşehir	94	2,25
Büyükçekmece	94	2,25
Maltepe	93	2,23
Esenyurt	91	
Bahçelievler		
Eyüpsultan		
Kadıköy		
Beykoz		
Güngören		
Kartal		
Toplam	191	100,00

Çizelge 2’de çocuk dostu hizmet konseptinde faaliyet gösteren ve Tripadvisor internet sistemine entegre hizmet sunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik şikâyet sayıları verilmiştir. Çizelge 2 incelendiğinde en fazla şikâyet sayısının 171 (%4,09) şikâyet ile Zeytinburnu ilçesinde yer alan çocuk dostu hizmet konseptinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelere yönelik olduğu görülmektedir. Beylikdüzü, Silivri, Şişli ilçeleri 147 (%3,52) şikâyet sayısı ile ikinci sırada yer alırken, bu ilçeleri 141(%3,37) şikâyet ile üçüncü sırada Sultangazi ilçesi takip etmektedir. Beşiktaş ilçesi ise 130 (%3,11) şikâyet ile dördüncü sırada yer almaktadır.

Çizelge 3

Şikâyetlerin ana temalara göre dağılımı

Ana Tema	Adet	%
Çocuk Dostu Hizmetler	1441	34,48
Restoran Genel Özellikleri	1153	27,59
Menü / Yemek	910	21,78
Fiyat	341	8,16
Personel	334	7,99
Toplam	4179	100,00

Müşteri şikâyetlerinin ana temalara göre dağılımı Çizelge 3’te verilmiştir. Müşteri şikâyetleri, 5 ana tema altında incelenmiştir. Çizelge incelendiğinde müşterilerin en fazla şikâyet ettikleri konu 1441 (%34,48) şikâyet ile çocuk dostu hizmetler ve sonrasında 1153 (%27,59) şikâyet ile restoran genel özellikleri olmuştur. Bunu 910 (%21,78) şikâyet ile menü / yemek ve 341 (%8,16) şikâyet ile fiyat ana temasındaki şikâyetler takip etmiştir. Son sırada ise 334 (%7,99) şikâyet ile personellerle ilgili şikâyetlerin yer aldığı görülmektedir.

Çizelge 4

Şikâyetlerin alt temalara göre dağılımları

Tema	Alt tema	Adet	%
Menü / Yemek	Yemeklerin sağlıklı olmaması	147	16,15
	Çocuk menüsünün olmaması	145	15,93
	Porsiyonların doyurucu büyüklükte olmaması	141	15,49
	Menünün tüm aile bireylerine hitap eder çeşitlilikte olmaması	121	13,30
	Yemeklerin lezzetli olmaması	117	12,86
	Yemeklerde kullanılan malzemelerin taze olmaması	135	14,84
	Özel sağlık durumlarını dikkate alan menüler olmaması	104	11,43
	Toplam	910	100,00
Restoran Genel Özellikleri	Temiz ve hijyenik olmaması	218	18,91
	Servisin hızlı olmaması	177	15,35
	Güvenlik önlemlerinin alınmaması	144	12,49
	Profesyonel hizmet anlayışı olmaması	141	12,23
	Ulaşımın kolay olmaması	113	9,80
	Dekorasyonun çocuklara da hitap etmemesi	104	9,02
	Sigara içilen ve içilmeyen alanların ayrı olmaması	101	8,76
	Oturma gruplarının geniş olmaması	78	6,76
	Sessiz bir yemek salonunun olmaması	77	6,68
	Toplam	1153	100,00
Personel	Çalışanların nezaketi, arkadaşça servis yaklaşımı içinde olmaması	140	41,92
	Çalışanların servis bilgisi olmaması	98	29,34
	Çalışanların genel iletişim becerilerinin eksik olması	96	28,74
	Toplam	334	100,00
Fiyat	Fiyatların makul olmaması	141	41,35
	Ödenen paraya değmemesi	103	30,21
	Ürün fiyat aralığının geniş olmaması	97	28,45
	Toplam	341	100,00
Çocuk Dostu Hizmetler	Oyun odasındaki oyuncakların temizliğinin eksik olması	251	17,42
	Oyun odasının geniş olmaması	248	17,21
	Emzirme ve alt değiştirme odası olmaması	245	17,00
	Mama Sandalyesi /Çocuk masası vb. olmaması	221	15,34
	Çocuk tuvaletlerinin ayrı olmaması	178	12,35
	Çocuklara özel yemek takımlarının olmaması	151	10,48
	Oyun alanından sorumlu birisinin olmaması	147	10,20
	Toplam	1441	100,00

Çizelge 4'te müşteri şikâyetleri ana temaları başlığı, alt temalara ayrılarak verilmiştir. Şikâyetler 5 ana tema altında 29 alt temaya ayrılmıştır. Menü/yemek teması; menünün tüm aile bireylerine hitap eder çeşitlilikte olmaması, yemeklerin sağlıklı olmaması, yemeklerde kullanılan malzemelerin taze olmaması, porsiyonların doyurucu büyüklükte olmaması, yemeklerin lezzetli olmaması, özel sağlık durumlarını dikkate alan menüler olmaması, çocuk menüsünün olmaması şeklinde alt temalara ayrılmıştır. Menü/yemek ana teması altında tüketicilerin 147 (%16,15) şikâyet ile en fazla yemeklerin sağlıklı olmaması alt teması altında memnuniyetsizliklerini belirttikleri görülmüştür. Restoran genel özellikleri ana teması; sessiz bir yemek salonunun olmaması, dekorasyonun çocuklara da hitap etmemesi, temiz ve hijyenik olmaması, servisin hızlı olmaması, profesyonel hizmet anlayışı olmaması, ulaşımın kolay olmaması, oturma gruplarının geniş olmaması, sigara içilen ve içilmeyen alanların ayrı olmaması, güvenlik önlemlerinin alınmaması şeklinde alt temalara ayrılmıştır. Bu kısımda en fazla şikâyetin olduğu temiz ve hijyenik olmaması alt temasında 218 (%18,91) şikâyet oluşmuştur. Personel ana teması altında çalışanların servis bilgisi olmaması, çalışanların nezaketi, arkadaşça servis yaklaşımı olmaması, çalışanların genel iletişim becerilerinin eksik olması alt başlıkları yer almaktadır. Personel ana teması altında en çok şikâyet alan alt tema çalışanların nezaketi, arkadaşça servis yaklaşımı içinde olmaması alt temasının 140 (%41,92) şikâyet aldığı görülmektedir. Fiyat teması altında; fiyatların makul olmaması, ürün fiyat aralığının geniş olmaması, ödenen paraya değmemesi alt başlıkları yer almaktadır. Fiyat teması altında en çok şikâyetlerin 141 (%41,35) şikâyet ile fiyatların makul olmaması alt başlığı altında toplandığı görülmüştür. Çocuk dostu hizmetler ana teması; emzirme ve alt değiştirme odası olmaması, mama sandalyesi / çocuk masası olmaması,

oyun odasının geniş olmaması, oyun odasındaki oyuncakların temiz olmaması, oyun alanından sorumlu bir görevlinin olmaması, çocuk tuvaletlerinin ayrı olmaması, çocuklara özel yemek takımlarının olmaması alt temalarından oluşmaktadır. Oyun odasındaki oyuncakların temizliğinin eksik olması alt temasının 251 (%17,42) şikâyet ile en çok şikâyet alan alt tema olduğu görülmüştür.

Toplumsal yapıda önemli bir grubu temsil eden çocuklar hem yasalarla korunması ve gözetilmesi hem de ailelerce önemli bir değere sahip olması nedeniyle her geçen gün daha fazla sosyal yaşama dâhil edilmektedir. Bu açıdan çocukların yaşam standartlarının artırılması yönünde çabalar sarf edilmektedir. Diğer yandan yapılan araştırmaların sonuçlarında çocuklu ailelerin diğer ailelere ve bireylere göre restoran seçimi konusunda daha farklı davrandığı görülmektedir. Araştırma dâhilinde ailelerin önceliğini çocuklarının refahına ve memnuniyetine verdiği anlaşılmaktadır. Çocuk dostu hizmet adı altında hizmet üreten ve sunan yiyecek içecek işletmeleri incelendiğinde şikâyetlerin büyük çoğunluğunun oyun alanlarının, oyuncakların temizlik ve hijyeni konusunda olduğu görülmüştür. Özellikle pandemi sonrasında ailelerin ortak alanların temizliği konusunda çocukları için duydukları endişenin arttığı yorumlardan anlaşılmaktadır. Elde edilen sonuç, Khoo-Lattimore vd. (2015) çalışmasıyla da benzerlik göstermektedir. Çocuklu aileler, tercih ettikleri restoranlarda vakit geçirme süreçlerinde çocuklarla ilgili geliştirilen hizmetlerde temizlik unsurlarını ön planda tutmaktadırlar. Diğer önemli görülen şikâyet konuları, çocuk dostu hizmet olarak nitelendirilen ve ailelerin işlerini kolaylaştırmayı hedefleyen alanların olmaması veya hijyenik, teknik açıdan yetersiz olmasıdır. En çok alt değiştirme, emzirme odası olmaması veya yeterli teçhizat bulundurulmaması, aileler açısından sorun olarak görülmektedir. Özellikle

bebekli ailelerin bu konuda sorun yaşadığı da anlaşılmaktadır. Var olan sonuç Ekasasi (2005) çalışmasıyla örtüşmektedir. Çocuk bakım üniteleri, ünitelerin temizliği ve ortam ısısı özellikle bebekli aileler için şikâyet konusu olabilmektedir. Çocuklara yönelik yemek ve menü hizmeti konusunda ailelerin daha çok çocuklara özel bir menü olmaması veya kısıtlı olması konusunda şikâyet oluşturduğu görülmektedir. Tamamı çocukların damak zevkine hitap eden sağlıklı besinler içeren bir menü yerine standart bir menüde küçük bir alanın çocuk yemeklerine ayrılmış olmasının beklentiyi karşılamadığı anlaşılmaktadır. Ortaya çıkan sonuç, Wu vd. (2019) çalışmasını destekler niteliktedir. Restoran genel özellikleri bakımından çocukların güvenliğini sağlamak adına işletmelerin güvenlik önlemlerine yeterince önem vermemesi, bebek arabası ile tesis içerisine erişimin sağlanamayışı konuları da sıklıkla şikâyete konu olabilmektedir. Tespit edilen sonucun, Albayrak (2014) çalışmasıyla benzerlik taşıdığı görülmektedir.

Çocuk oyun alanlarının en alt veya en üst katlarda olması ailelerce denetimi zorlaştırdığı için şikâyet konusu olabilmektedir. Bu durumda işletmelerden beklenen oyun alanlarında çocuklardan sorumlu personelin olmayışı şikâyet konusu olarak yansımaktadır. Elde edilen şikâyet konusu, Şimşek (2008) çalışmasıyla yakın bulgular ortaya koymaktadır. Personel ve servis konusunda da hassasiyet gösteren ailelerin çocuklara hitap edecek bir hizmet anlayışı beklentisi içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Çok samimi veya çocuğu olumsuz etkileyecek tehdit edici, huzursuz edici, agresif davranışların da sıklıkla şikâyet konusu olduğu görülmüştür. Diğer yandan rahat, geniş ve konforlu koltukların ailelerin işletme içerisinde daha rahat hissetmesine neden olduğu aksine dar, rahatsız ve çocukların erişiminin mümkün olmadığı masa sandalye düzeneklerinin şikâyet konuları arasında yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu sonuca ait

bulgular, Miller ve Ginter (1979) çalışmasıyla yakından benzerlik göstermektedir.

Çocuk dostu hizmet sunan işletmelerin çocukların eğlence, güven ve iyi ruh hali içerisinde olma ihtiyaçlarına yönelik önlemler alması, aynı zamanda ailelerin sosyalleşme noktasında çocuklarına karşı sorumluluklarını yerine getirmesini de kolaylaştırmaktadır. Bebeğinin öz bakımını yapmak isteyen bir anne için yiyecek içecek işletmesinde yemeklerin taze, sıcak ve lezzetli olması, dekorun ilgi çekici ve ferah olması kadar bebek bakım odasının, alt değiştirme masasının, emzirme sandalyesi gibi anneyi rahat ettirecek ve işini kolaylaştıracak gereçlerin olması da önem taşımaktadır. Çocuk dostu hizmet konsepti sunan yiyecek içecek işletmelerinin sadece oyun alanı veya çocuk menüsü buldurması yeterli görülmemekle birlikte ebeveyn ve çocuk bütünlüğü kabul edilerek gerekli planlamalar yapılması gerektiği anlaşılmaktadır. Çocuk bakım odasında olması gereken alt değiştirme masası, sıcak su ve sabun olanakları, kâğıt havlu ve tek kullanımlık örtülerin yanında belirli bir ücret karşılığında bebek bezi satın alınabilecek bezmatik uygulamasının eksikliğinin de şikâyet konusu olduğu anlaşılmıştır. Bebek bakım odalarının ısı ayarı, yeterli havalandırılmaması, koku giderici veya önleyici tedbirlerin alınmamasının da memnuniyetsizlik olarak belirtildiği görülmüştür. Bebek bakım odalarında bulunan emzirme köşelerinde anne ve bebeğin aynı anda yer alabilmesine olanak vermeyen küçük, dar koltuk ve sandalyeler şikâyet nedeni olabilmektedir. Bebek bakım odasının kapısında kilit aksamının olmayışının da diğer bir şikâyet konusu olarak görüldüğü anlaşılmıştır. Çocuklara özel bir tuvalet olmayışının da şikâyete neden olan konular arasında olduğu görülmektedir. Tuvaletlerin temizliği ve hijyen malzemelerinin bulundurulmaması da şikâyet unsuru olarak belirtilmektedir.

Şikâyete konu olan önemli konuların başında çocuk güvenlik tedbirlerine yönelik eksiklerin yer aldığı görülmüştür. Sivri masa köşeleri için koruyucu, yüksek pencereler için çocuk kilit sistemi, oyun alanlarında kırılması muhtemel oyuncakların bulundurulması, yerlere kaymaz halı veya zemin uygulamalarının yapılmaması, küçük çocukların yutabileceği kadar küçük parçalı oyuncakların bulundurulması, merdiven korkuluklarının hasarlı olması veya hiç olmayışı konularının aileler tarafından sıklıkla şikâyet unsuru olarak belirtildiği görülmektedir. Güvenlik önlemleri teması altında incelenebilecek oyun alanlarının ailelerin oturma düzenlerine yakın alanlar içerisinde olmayışından kaynaklı şikâyetler olduğu görülmüştür.

Sonuç

Araştırma sonucu ortaya çıkan veriler ışığında çocuk dostu yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin amaçlarına yönelik etkili bir biçimde hizmet verebilmesi için kurulumundan itibaren bir dizi önlemler alınarak inşa edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Sonradan eklenen çocuk oyunları, bebek bakım üniteleri veya yerleşim alanları çocuklara ve çocuklu ailelerin ihtiyaçlarına yeterli düzeyde cevap verememektedir. Çocuk dostu hizmet sunan bir işletmenin çocuklara yönelik sadece oyun alanı eklemesi veya sadece bir bebek bakım ünitesi hizmeti sağlaması gibi kısmi hizmetlerin yetersiz görüldüğü anlaşılmaktadır. Çocuk dostu yiyecek içecek sunan işletmenin ebeveyn ve çocuk odaklı bütüncül bir hizmet anlayışına yönelmesiyle daha etkin bir hizmet modeli ortaya çıkacağı düşünülmektedir. Aileler için hassas bir konumda olan çocukların başta güvenliğinin, gözetiminin ve sağlığının dikkate alındığı hizmet anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırmayla birlikte ortaya çıkan sonuçlara yönelik öneriler şu şekildedir:

- Çocuk ve ebeveyn bütünlüğü dikkate alınarak planlamalar yapılması gerekmektedir.
- Çocuk dostu hizmetler tüm işletmelerce kullanılacak bir standart çerçevesinde düzenlenmelidir.
- “Çocuk dostu yiyecek içecek işletmesi” kriterlerine uygun donanımına sahip işletmelerin özel bir işaretleme/etiketleme sistemi ile belirlenmesi gerekmektedir.
- Çocukların sürekli denetim ve gözetim altında tutulmasına olanak sağlayacak kamera sistemleri ve ekran sistemleri, ailelerin yer aldığı masalara yakın ve izlenebilecek şekilde yerleştirilmelidir.
- Çocuklara ve çocuklu ailelere hizmet sunma konusunda eğitimli personel istihdamı sağlanmalıdır.
- Oyun alanları sık sık denetlenerek fiziksel kazalara neden olabilecek kırık, uygunsuz oyuncaklar ortadan kaldırılmalıdır.
- Bebek arabası ile erişimin sağlanabileceği giriş ve çıkışlar tasarlanmalıdır.
- Bebek bakım odaları, en üst veya en alt katlara yerleştirilmemelidir.
- Bebek bakım odaları, tuvalet gibi ortak kullanım alanlarının hijyeni daha fazla sağlanmalıdır.
- Çocuk menüleri hazırlanırken sağlıklı, besin değeri yüksek, taze ve lezzetli yemeklerin seçilmesine dikkat edilmelidir.
- Ailelerin hassasiyetleri göz önünde bulundurularak çocuklara el şakası, sözlü veya fiziksel tehdit içeren davranışlardan uzak durulması konusunda personel mutlaka uyarılmalıdır.
- Emzirme odalarının içeriden kilitlenir ve açılır şekilde tasarlanması gerekmektedir.

Kaynakça

Ahpaşaoğlu, H. S. (2018). Çocuk dostu turizm kongresinin önemi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1, 9–16.

Akgün, E., Benli, G. K. (2019). Okul öncesi dönem çocuklarla bibliyoterapi: Bir uygulama örneği. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi*, 11(1), 100–111.

Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(16), 137–157.

Albayrak, A. (2014). Müşterilerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler: İstanbul örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 190–201.

Altan, M., Engin, O. (2004). Bir seyahat işletmesinde müşteri memnuniyetinin ölçülmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 585–598.

Armağan, M. V., Karakulle, İ., Karademir, Ö. (2019). Sosyal medya kullanan tüketicilerin algıları üzerine bir araştırma: Instagram örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1–14.

Aslan, S., Tosun, N., Kurtuluş, S. A. (2019). Çocuk dostu oteller ile ilgili şikâyetlere yönelik bir içerik analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 7(2), 451–475.

Aşık, N. A. (2019). Çocuklu ailelerin restoran seçimlerini etkileyen faktörler: İzmir’de bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 150–168.

Aşkun, B. O. (2008). Şikâyet iletilerinin örgütsel öğrenme üzerine etkisi. *Marmara Üniversitesi*

tesİ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 24(1), 221–243.

Bakırcı, K. (2004). Türkiye’de çocuk işçiliği. *Görüş Dergisi*, 1(16), 49–69.

Bardwell, P. L. (2007). Factors of sustainability. Gauging environmental impact when deciding whether to build or renovate. *Health Facilities Management*, 20(9), 52–55.

Barış, G. (2006). Kusursuz müşteri memnuniyeti için şikâyet yönetimi. *MediaCat*.

Barlow, J., Claus, M. (1998). *Her şikâyet bir armağandır* (G. Günay, Çev.). Rota Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 1996).

Bell, J. B., Menguc, B., Stefani, S. L. (2004). When customers dissappoint: a model of relational internal marketing and customer complaints. *Academy of Marketing Science*, 32(2), 112–126.

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (2017). *Her çocuk için ne yapıyoruz?* <https://www.unicefturk.org/yazi/ne-yapiyoruz>

Canoğlu, M., Ballı, E. (2017). Tüketicilerin kebab restoranı tercihlerini etkileyen faktörler Adana örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(1), 30–43

Cengiz, F., Kantarcı, K. (2013). Üçüncü yaş turistlere yönelik turistik ürün önem-performans analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(2), 29–35.

Cullen, P. (1994). Time, tastes and technology: The evolution of eating out. *British Food Journal*, 96(10), 4–9.

Çalışkan, Z., Evgin, D., Musalli, E., Akşit, B.,

- Durgun, Ö. N., Türe, N. (2019).** Annelerin çocuklarına yönelik istismar-ihmal davranışları ve etkileyen faktörler. *Güncel Pediatri*, 17(3), 387–399.
- Doğan, Y., Özçakmak, H. (2014).** Dinleme becerisinin eğitimi üzerine yapılan lisansüstü tezlerin değerlendirilmesi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 2(2), 90–99.
- Dolmacı, N., Bulgan, G. (2018).** Turizmde gıda güvenliğinin bir insan hakkı olan sağlık hakkı açısından taşıdığı önem. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 234–250.
- Edwards, S. A., Gustafsson, I. (2008).** The five aspects meal model. *Journal of Foodservice*, 19(1), 4–12.
- Ekasasi, S. R. (2005).** The role of children in family decision making a theoretical review. *Jurnal Siasat Bisnis*, 3(1), 25–41.
- Erbay, E. (2021).** *Çocuk hakları*. Yeni İnsan Yayınevi.
- Flurry, A. L. (2007).** Children's influence in family decision-making: examining the impact of the changing American family. *Journal of Business Research*, 60(4), 322–330.
- Güçlü, S. (2016).** Çocukluk ve çocukluğun sosyolojisi bağlamında çocuk hakları. *Sosyoloji Dergisi* (Armağan sayısı), 1–22.
- Güler, O., Yayla, F., Öztürk, M. (2021).** Çocuklu ailelerin restoran seçim kriterleri ve hizmet kalitesi algıları: önem-performans analizi ile bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 16(61), 170–192.
- Hirschman, A. O. (1970).** *Exit, voice and loyalty: responses to decline in firms, organizations and states*. Harvard University Press.
- Ishaque, A., Tufail, M. (2014).** Influence of children on family purchase decision: Empirical evidence from Pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 3(1), 162–173.
- Kara, A., Kaynak, E., Küçükkemiroğlu, O. (1996).** Positioning of fast-food outlets in two regions of north america: a comparative study using correspondence analysis, *Journal of Professional Services Marketing*. 14(2), 99–119.
- Lattimore, K-C., Prayag, G., Cheah, B. L. (2015).** Kids on board: Exploring the choice process and vacation needs of asian parents with young children in resort hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(5), 511–531.
- Kim, C., Kim, S., Im, S., Shin, C. (2003).** The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions. *The Journal of Consumer Marketing*, 20(4–5), 352–371.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012).** *Principles of marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Krippendorff, K. (2019).** *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Kulaksız, Y. (2014).** Yoksulluk bağlamında çocuk işgücü. *Çalışma Dünyası Dergisi*, 2(3), 91–111.
- Kyttä, M. (2004).** Çocukların bağımsız hareketliliğinin kapsamı ve çocuk dostu ortamlar için kriterler olarak gerçekleştirilen olanakların sayısı. *Çevre Psikolojisi Dergisi*, 24(2), 179–198.

- Labrecque, J., Ricard, L. (2001).** Children's influence on family decision-making: a restaurant study. *Journal of Business Research*, 54, 173–176.
- Lapre, M.A., Tsikriktsis, N. (2006).** Organizational learning curves for customer dissatisfaction: heterogeneity across airlines. *Management Science*, 52(3), 352–366.
- Lo, Y. F., Wen, M. H. (2010).** A fuzzy-ahp-based technique for the decision of design feature selection in massively multiplayer online role-playing game development. *Expert Systems with Applications: An International Journal*, 37(12), 8685–8693.
- Mamalis, S. (2009).** Yemek servisi endüstrisinin kritik başarı faktörleri. *Uluslararası Gıda ve Tarım Ticareti Pazarlama Dergisi*, 21(2-3), 191–206.
- Meremikwu, A., Ekwueme, C., Odigwe, F. (2018).** Mainstreaming child-friendly tourism education: Issues in curriculum and instruction. *International Journal of Contemporary Social Science Education*, 1(1), 170–175.
- Miller, K. E., Ginter, J. L. (1979).** An investigation of situational variation in brand choice behavior and attitude. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 111–123.
- Odabaşı, Y., Barış, G. (2002).** *Tüketici davranışı*. Mediacat Kitapları.
- Oluç, M. (2006).** *Temel pazarlama kavramları*. Beta Basım Yayım.
- Öz, M. (2011).** İş hayatında başarının iki temel koşulu: tüketici davranışlarını anlayabilmek ve müşteri memnuniyetini sağlamak. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 1(2), 95–99.
- Özdemir, B. (2010).** Dışarıda yemek yeme olgusu: Kuramsal bir model önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218–232.
- Park, N. (2004).** Karakter güçleri ve olumlu gençlik gelişimi. *Amerikan Siyaset ve Sosyal Bilimler Akademisi Yıllıkları*, 591(1), 40–54.
- Parsa, H., Self, J., Njite, D., King, T. (2005).** Why restaurants fail. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(3), 304–322.
- Pettersson, A., Fjellström, C. (2007).** Restaurants as friends of the family: Functions of restaurant visits in everyday life. *Journal of Foodservice*, 18(6), 207–217.
- Rızaoğlu, B., Hançer, M. (2013).** *Menü ve Yönetim*. Detay Yayıncılık.
- Rose, G., Boush, D., ve Shoham, A. (2002).** Family communication and children's purchasing influence: a cross-national examination. *Journal of Business Research*, 55(11), 867–873.
- Stauss, B., Seidel, W. (2004).** *Complaint management: The heart of CRM*. Thomson.
- Story, M., French, S. (2004).** Food advertising and marketing directed at children and adolescents in the US. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 1(1), 1–17.
- Şeker, T. Ç., Keleş, D. (2019).** Konaklama işletmelerinde çocuklara sunulan menü ve yiyeceklerin besin öğeleri ve sağlık açısından incelenmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3, 77–86.
- Şimşek, Z., Erol, N., Öztop, D., Özcan, Ö. Ö.**

(2008). Kurum bakımındaki çocuk ve ergenlerde davranış ve duygusal sorunların epidemiyolojisi; Ulusal örnekleme karşılaştırmalı bir araştırma. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 19(3), 235–246.

Tse, A. C. B., Sin L., Yim, F. H. K. (2002). How a crowded restaurant affects consumers attribution behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 21(4), 449–454.

Tuğrul, B. (2017). Dünya oyunun gücünde uzlaştı şimdi bu gücü çocukların yararına kullanma zamanı: Hadi Türkiye. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 259–266.

Tuna, M., Özyurt, B., Kurt, A. (2019). Çocuk dostu oteller: Kavramsal bir inceleme. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3, 63–76.

Turgut, H., Yılmaz, S. (2010, 20-22 Mayıs). Ekolojik temelli çocuk oyun alanlarının oluşturulması. *III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi Bildiriler Kitabı (Cilt IV., s. 1618–1630)*. Zafer Ofset.

Weber, R. P (1989). *Basic Content Analysis*. Sage.

Wu, M. Y., Wall, G., Zu, Y., Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166–175.

Yaylı, H. (2012). Çevre etiği bağlamında kalkınma, çevre ve nüfus. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 151–169.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık

Zemke, R., Anderson, K. (2007). *Delivering Knock Your Socks off Service*. American Marketing Association Publication.

Zikmund, W. G., Babin, B.J., Carr, J. C., Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*. Cengage Learning.