

Gönderilme Tarihi (Submitted): 17.07.2018  
Kabul Tarihi (Accepted): 30.07.2018



## **Kültür Turlarında Turist Şikâyetleri ve Şikâyet Davranışları** *Customer Complaints and Complaint Behaviours on Cultural Tours*

**Doç.Dr. Özcan ZORLU**

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye  
*Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey*

Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-3533-1945> - ozcanzorlu@aku.edu.tr

**Gözde ERKUŞ**

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Türkiye  
*Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism, Turkey*

Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-5768-6662> - gozde.erkus5867@gmail.com

### **Özet**

**Amaç ve Önem:** Bu çalışmanın amacı Kapadokya bölgesinde gerçekleştirilen kültür turlarına katılan turistlerin şikâyetleri ve şikâyet davranışlarının belirlenmesidir. Müşteri şikâyetleri ile şikâyet davranışları arasındaki ilişkiler ve şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerinin araştırılması çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Profesyonel turlarda müşteri şikâyetlerini ele alan araştırma sayısının az olması ve kültür turizminin gelişiminde müşteri talep ve isteklerinin dikkate alınması zorunluluğu, bu araştırmayı literatüre ve sektöre katkı bağlamında önemli kılmaktadır.

**Yöntem:** Araştırma kapsamında Kapadokya bölgesinde kültür turlarına katılan 100 ziyaretçiden anket tekniği ile veriler elde edilmiştir. Zorlu, Çeken ve Kara'nın (2013) çalışmasından uyarlanan anketin kullanıldığı araştırmada veriler Şubat-Nisan 2017 tarihleri arasında elde edilmiştir. Elde edilen verilere geçerlilik (Faktör analizi) ve güvenilirlik (Cronbach's Aplha kay sayısı) analizleri uygulandıktan sonra, tanımlayıcı analizler (sıklık, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma teknikleri) ve ilişki ölçüm analizi (korelasyon analizi) gerçekleştirilmiştir.

**Bulgular:** Çalışma sonuçlarına göre kültür turlarında temel şikâyet konuları, tur içeriği kaynaklı, rehber kaynaklı, mola kaynaklı ve otobüs personelinin tutumu kaynaklıdır. Turistler temel şikâyet konularına bağlı olarak kişisel tepkiler, sesli tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler göstermektedir. Bununla birlikte şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur.

**Özgünlük/ Bilimsel Katkı:** Çalışma profesyonel turlarda müşteri şikâyetlerini ve şikâyet davranışlarını ele alan çok az sayıdaki çalışmadan birisini teşkil etmektedir. Bununla birlikte sonuçları bağlamında alan yazına ve sektör temsilcilerine önemli bilgiler sunmaktadır. Araştırmalara göre bireyler memnun oldukları unsurları en az 7 kişiye anlatırken, şikâyetlerini en az 20 kişiye aktarmaktadır. Diğer yandan yeni bir turist kazanmanın eldeki turisti tutmaktan en az 6 kat daha maliyetli olması bu araştırmanın sonuçlarını daha önemli hale getirmektedir.

**Sınırlılıklar:** Yalnızca nicel araştırma tekniklerinin tercih edilmesi, uygulama kapsamında araştırma örnekleminin 100 kişi ile sınırlandırılması, araştırmanın sadece belirli bir dönemde gerçekleştirilmesi, benzer araştırma sayısının azlığı sebebi ile araştırma sonuçlarını karşılaştırma imkânının az olması bu araştırmanın temel sınırlılıklarını teşkil etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür turu, şikâyet, şikâyet davranışı.

**Makale Türü:** Araştırma makalesi



### Abstract

**Purpose and Importance:** The aim of this study is to determine customer complaints (CC) and complaint behaviours (CB) of tourists who attend cultural tours conducting at Cappadocia region. Exploring the relationships between CC and CB and determining the effects of CC on CB constitute another aim of this study. Limited researches about CC on professional tours and the necessity of considering customer demands in the development of cultural tourism, makes this research important in the

**Methodology:** Research data was obtained from 100 visitors who participated in the cultural tours in the Cappadocia region with the questionnaire technique. The survey, which was adapted from Zorlu, Çeken and Kara's (2013) study, was conducted in February-April 2017. Descriptive analyses (frequency, percentage, mean, standard deviation techniques) and relationship measurement analysis (correlation analysis) were performed after applying validity (factor analysis) and reliability (Cronbach's appraisal number) analyses.

**Findings:** Results of the study indicate that the basic complaint issues in culture tours are originated from tour content, from tour guide, from breaks and from bus staff 's attitude. Tourists show private responses, voice responses and third-party responses depending on the basic complaint issues. However, there is a significant relationship between CC and CB.

**Originality/Value:** This study constitutes one of limited researches that tackle CC and CB on professional tours. However, in the context of its results, it provides important information on the field and sector representatives. According to the researches, individuals verbalize their satisfaction to 7 people, but they convey their complaints to at least 20 people. On the other hand, the fact that gaining a new tourist is at least 6 times costlier than holding a tourist at hand makes the results of this research more important.

**Limitations/implications:** The basic limitations of this research are that only quantitative research techniques are preferred, the research sample is restricted to 100 people, the research is only carried out in a certain period, and the number of similar researches is very few and thus the results are not comparable with similar ones.

**Keywords:** Cultural tour, complaint, complaint behaviour

**Paper Type:** Research paper

### Giriş

Kültür turları bağlamında Türkiye'nin en önemli rotalarından birisi konumundaki Kapadokya bölgesinde gerçekleştirilen bu araştırma, turistik amaçlı gezilerde şikâyet konusunu ele alan çok az sayıdaki araştırmadan birisidir. Bilindiği üzere turizm ürünü büyük oranda soyut unsurlara dayalı deneyimi kapsamaktadır. Bununla birlikte turizm deneyiminin bir parçası olan fiziksel unsurlar ve servis sağlayıcılar deneyimin kalite olarak değerlendirilmesinde ön plandadır. Nitekim turistik tüketiciler gerek doğal kaynaklar gerek üst-alt yapı arzı ve gerekse hizmet sunan bireyler konumundaki servis sağlayıcılardan belirli beklentiler içerisinde turizm deneyimini yaşamaktadırlar. Turistik tüketicilerin beklentilerinin karşılanması kaliteli hizmet, misafir memnuniyeti olarak çıktıya dönüşmekle birlikte, beklentilerin karşılanamaması durumunda çeşitli şikâyetler gündeme gelmektedir. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde konaklama işletmeleri, restoran işletmeleri ve seyahat acentaları-işletmelerinde karşılaşılan şikâyetler ile ilgili çeşitli araştırmaların var olduğu görülmektedir. Turistik amaçlı organize edilen turlardaki şikâyetleri ve şikâyet davranışlarını ele alan araştırma sayısı ise yok denecek kadar azdır. Diğer yandan turistik amaçlı geziler turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olup, bu tür turlar destinasyonların sürdürülebilirliğinde önemli bir etkidir. Dolayısıyla bu turlarda ortaya çıkan/çıkabilecek şikâyetler hem destinasyonun geleceğini hem de o bölgede yaşayan yerel halkın refah



seviyesini doğrudan etkileyecektir. Bireylerin memnun oldukları unsurları en az 7 bireye anlatırken, şikâyetlerini en az 20 kişiye aktarması ve yeni bir turist kazanmanın eldeki turisti tutmaktan en az 6 kat daha maliyetli olması ise konuyu çok daha önemli hale getirmektedir. Özet olarak gerek bu alanda gerçekleştirilen araştırma sayısının yetersizliği gerek turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliği gerek yerel halkın ekonomik gelirinin sağlanması gerekse de pazarlama maliyetleri bakımından şikâyetlerin incelenmesi gerekliliği bu araştırmayı önemli kılmaktadır.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Fransızca kökenli olan ve sözlükte “*hoşnutsuzluk veya kabullenememenin ifadesi; memnuniyetsizliğin sebebi/belirtilmesi*” şeklinde (Oxford Dictionary, 2018) açıklanan şikâyet, işletme bilimi açısından ele alındığında çeşitli mal ve hizmetlerinden satın alan kişinin beklentilerini karşılayamaması durumunda ortaya çıkan tutum veya davranışı (Lapre ve Tsiriktsis, 2006: 352) belirtmektedir. Şikâyet olarak nitelendirilen tutum ve davranışların temel çıkış noktası, hizmet sunumu sürecinde oluşan hizmet hatası/hataları sonucunda müşterinin öngördüğü faydaları elde edememesi sebebiyle fayda kaybı yaşadığını düşünmesidir (Fierro, Melero ve Sese, 2015: 110). Fayda kaybı yaşayan müşteriler ise memnuniyetsizliklerini farklı şekillerde gösterebilmektedirler. Kevoe-Feldman (2018: 103) memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı süreçte şikâyete konu olan hizmet içeriğinin şikâyet davranışı açısından önemli olduğunu belirtmektedir. Müşteriler hizmet içeriğine bağlı olarak hizmet ortamında bulunmayan üçüncü taraflara dolaylı şikâyet bildirimini gerçekleştirebilmekte iken, şikâyete konu olan unsurun önemine bağlı olarak doğrudan işletmeye şikâyette de bulunabilmektedirler (Kevoe-Feldman; 2018: 103). Diğer yandan bazı müşterilerin sessiz kalmayı tercih etmesi ve bu müşterilerden %91’inin söz konusu olumsuz deneyimlerini etrafındakilere anlatması (Wilson, 1999:121) işletmeler için önemli gelir kayıplarının başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Nitekim memnuniyetsizlik ve buna bağlı şikâyetlerin oluşması, müşterinin gelecekte mevcut işletmeden hizmet satın almayı bırakmasının yanı sıra işletme faaliyetlerine veya itibarına zarar verme potansiyelini barındırmaktadır (Hsiao vd.,2016: 676). İşletmeler tarafından çözüme kavuşturulmayan şikâyetlerin işletme performansını düşürme gibi istenmeyen çıktılara yol açması da muhtemeldir (Birim, Anıtsal ve Anıtsal, 2016: 105). Herhangi bir işletmenin müşteri şikâyetlerinden azami düzeyde haberdar olması ve şikâyetlerin yönetimi için müşteri şikâyet davranışları konusunda bilgi sahibi olması ve şikâyet davranışlarını doğru yöntemler ile analiz etmesi gerekmektedir.

Hirschman (1970) müşterilerin şikâyet durumunda işletmeyi terk etmekte, sesli tepkilerde bulunma veya işletmeye bağlı kalma gibi üç temel davranış sergilediklerini belirtmektedir. (Akt. Blodgett ve Granbois, 1992: 95). Singh (1988: 104) ise şikâyet davranışlarını sesli tepkiler, üçüncü taraf tepkiler ve kişisel tepkileri içeren üç boyutlu bir olgu olarak değerlendirmektedir. Sesli tepkiler temel olarak doğrudan yetkililerden çözüm arama beklentisi olduğunda ortaya çıkmakta (Suskind, 2005: 151) ve memnuniyetsizlik süreci içerisinde üreticiye/ satıcıya/ yetkiliye sorunu iletmeyi kapsamaktadır (Singh, 1988: 104). Müşterilerin özellikle kızgın ses tonu ile şikâyetlerini bildirmeleri durumunda servis personelinin öfke ile tepki verme olasılığı bulunmaktadır. Şikâyete agresif tepki verildiğinde müşterinin öfkesi ve kızgınlığı daha da artmaktadır. Personelin öfke, kızgınlık hissetmediği durumlarda ise sesli şikâyet personelin hizmet kalitesine olan bağlılığını azaltmakta iken, duygusal emeği arttırmaktadır (Tao, Karande ve Arndt, 2016: 269).

Müşteri şikâyet davranışlarının bir başka türü kişisel tepkilerdir. Müşterinin sosyal çevresiyle ilişkilerini kapsayan (Singh, 1988: 104) kişisel tepkiler temel olarak işletmenin



ağızdan ağıza olumsuz reklam (negative word-of-mouth) yoluyla kötülenmesini veya işletmeye tekrar gelinmemesini ifade etmektedir (Li, 2010: 49). Müşterilerin kişisel tepki sergileme kararında etkili olan temel unsur şikâyetine çözüm beklentisine sahip olma durumudur. Şikâyetin çözümüne yönelik beklentiye sahip müşteriler daha çok sesli tepkiler sergilemekte iken, çözüm beklentisi taşımayan müşteriler kişisel tepkileri daha fazla sergilemektedirler (Blodgett vd., 2015: 62). Daha önce belirtildiği üzere müşterilerin kişisel tepkiler bağlamında olumsuz ağızdan ağıza reklamda bulunması, hizmet sağlayıcısı konumundaki işletmenin güven kaybına uğramasına, itibarının zedelenmesine sebep olmakta ve bunun sonucu olarak işletme çoklu kaynaklardan (mevcut müşteri, potansiyel müşteri, rakipler vb.) önemli gelir kayıplarına katlanmaktadır (Hsiao vd. 2016: 676).

Birçok durumda kişisel tepkiler kapsamında değerlendirilen bir diğer şikâyet davranışı tepki vermemedir. Hizmet hatasının içeriğine bağlı olarak işletmenin etkili bir çözüm sağlayacağına inanmayan, şikâyet etmenin zaman kaybı olacağını düşünen, durumun gerçekten ciddi boyutlarda olduğuna inanmayan, işletmenin durumun farkında olması gerektiğini düşünen, nereye ve nasıl şikâyet edeceğini bilmeyen veya hizmet sunumu sürecinde sorunları çözülen (Snellman ve Vihtkari, 2003: 225) müşteriler bazı durumlarda herhangi bir tepkide bulunmazlar. Bu süreçte işletme yöneticileri ve personelin müşteriye karşı olumlu yaklaşım tarzı ve tutumları da şikâyet davranışının sergilenmemesinin bir nedeni olabilir (Voorhees ve Brady, 2005: 192).

Hizmetler sektörü kapsamında değerlendirilen turizm hizmetleri anlık şikâyetlerin oluşabileceği, bununla birlikte hizmet ortamına (hizmet sunumu anındaki personel müşteri ilişkisi) müdahalenin güçlüğü sebebi ile şikâyet yönetiminin oldukça zor olduğu bir alandır. Turizm hizmetlerinin bir parçası olan kültür turları içeriği itibarı ile tura katılan gurubun yüksek beklentilere sahip olduğu ve en ufak hizmet hatası/aksaklığı durumunda beklenti-memnuniyet dengesinin bozulmasına bağlı olarak şikâyet davranışlarının ortaya çıkabildiği faaliyetlerdir. Tura katılan birey beklentisinin karşılığını tam olarak alma düşüncesini tur her aşamasında taşımakta iken, çok sayıda faktörün bir araya gelmesi ile oluşan kültür turları kontrol edilemeyen durumsal etkenlerden dahi hemen etkilenebilmektedir. Örneğin tur esnasında yağmur yağması, havanın çok rüzgârlı olması müşteri için bir memnuniyetsizlik ve şikâyet sebebi olabilmektedir. Bu noktada işletmeler için öncelikli olan hizmet sunumunda kontrol edilebilen unsurların tam olarak yerine getirilmesidir. Personelin tutum ve davranışları, mekanların temizlik ve hijyeninin sağlanması, tur programının bütün kültürel değerlere yeterli zaman ayrılacak şekilde organizasyonu, kaliteli rehberlik ve danışmanlık hizmetleri gibi unsurların en iyi şekilde sağlanması şikâyetlerin oluşumunu önleyeceği gibi işletme itibarına ve gelecek dönem satışlara pozitif katkı sağlayacaktır.

## 2. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmanın temel amacı kültür turlarına katılan turistlerin tur öncesi, tur esnası ve tur sonrasında karşılaştıkları sorunlara ilişkin şikâyetlerinin belirlenmesi ve şikâyet durumunda sergilenen davranışların incelenmesidir. Araştırmanın temel amacına bağlı olarak turistlerin şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında istatistiksel bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi de hedeflenmiştir. Araştırmanın evrenini yeni ve farklı kültürleri tanıma, böylelikle sahip olduğu kültür birikimini arttırma ve kültürel alanları ziyaret ederek yeni sosyal çevreler elde etme amacıyla Kapadokya bölgesinde kültür turlarına katılan yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Bununla birlikte evreni oluşturan birey sayısının net olarak bilinememesi ve zaman kısıtlılığı sebebiyle araştırmada kasti örnekleme başvurularak



100 kişiye anket uygulanmış ve söz konusu bireyler araştırmanın örneklemini olarak kabul edilmiştir.

Nicel veri toplama tekniklerinden anket tekniğinin kullanıldığı çalışmada ihtiyaç duyulan veriler Şubat-Nisan 2017 döneminde turistler ile yüz yüze iletişim yoluyla anket uygulanması sonucunda elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu temel olarak üç bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümünde kültür turlarındaki şikâyetleri belirlemeye yönelik 20 ifade yer almakta iken, ikinci bölümde şikâyet davranışlarına ilişkin 9 ifade yer almaktadır. Söz konusu ifadeler Zorlu, Çeken ve Kara'nın (2013) otel işletmelerinin restoran bölümündeki şikâyetleri ele aldığı çalışmadan uyarlanmıştır. Anketin uyarlanmasında kültür turlarının yapısı, turların gerçekleştirilmesinde etkin rol oynayan kişi ve kurumların tura etkileri ve olası aksaklıklar göz önüne alınmıştır. Anket formunun son bölümünde ise katılımcılara ait bazı demografik bilgilere (cinsiyet, yaş, meslek ve eğitim) yer verilmiştir.

### 3. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

Verilerin analizi sürecinde ilk olarak verilerin güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak Cronbach's Alpha kat sayısı ile verilerin güvenilirliği incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda 29 ifade için genel ölçek güvenilirliğinin 0,868, şikâyet konularını ele alan 20 ifade için 0,853 ve şikâyet davranışlarını ele alan 9 ifade için 0,737 olduğu saptanmıştır. Güvenilirlik kat sayılarının 0,70 üzerinde olmasından hareketle çalışmada kullanılan verilerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: Şikâyet Konularına İlişkin Faktör Analizi

	Rehber kaynaklı şikâyetler (RKŞ)	Tur içeriği kaynaklı şikâyetler (TİKŞ)	Otobüs personeli kaynaklı şikâyetler (OPKŞ)	Mola kaynaklı şikâyetler (MKŞ)
Tur rehberimiz sorularımız karşısında ilgisizdi	,856			
Tur rehberimiz yeteri kadar yardımsever değildi	,811			
Tur rehberimizin mesleki bilgisi yetersizdi	,808			
Tur rehberimiz nazik/saygılı değildi	,804			
Tur rehberimiz ilk karşılamada ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı değildi	,769			
Tur rehberimizin anlatımları yeteri kadar açıklayıcı değildi	,737			
Tur rotası olması gerekenden uzundu		,807		
Tur rotasındaki yönlendirme ve tabelalar yetersizdi		,727		
Katıldığım tur için hava koşulları uygun değildi		,723		
Tur öncesi yapılan bilgilendirmeler yetersizdi		,571		
Tur kapsamında ziyaret edilen yerlerin giriş ücreti yüksekti		,501		
Tur süresince bir şeyler satın alma yönünde baskı vardı.		,491		
Turdaki yürüyüş temposu olması gerekenden hızlıydı/yavaştı		,498		
Tur otobüsü personeli nazik/saygılı değildi			,871	
Tur otobüsü personeli işini ciddiyetle yapmıyordu			,800	
Tur otobüsü yeteri kadar temiz değildi			,770	
Tur otobüsü personeli yeteri kadar yardımsever değildi			,677	
Mola noktaları hizmet olarak yetersizdi				,885
Tur süresince yeteri kadar mola verilmedi				,845
Mola noktalarındaki personel işini iyi yapmıyordu				,714
<b>Özdeğerler</b>	30,714	14,905	13,125	6,704
<b>Aritmetik ortalamalar</b>	1,711	2,546	2,690	3,023
<b>Cronbach's Alpha Katsayıları</b>	0,917	0,773	0,842	0,819
<b>Toplam Varyansın Açıklanma Oranı</b>		65,448		



Veri analizinin ikinci aşamasında Faktör analizi ile araştırma verilerinin geçerliliği test edilmiş ve bulgular Tablo 1’de sunulmuştur. Şikâyet konularına yönelik gerçekleştirilen Faktör analizi sonuçlarına göre Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) kat sayısı 0,764,  $p < 0.000$  ve  $p < 0.05$ ) kültür turlarında karşılaşılan şikâyetler; rehber kaynaklı şikâyetler, tur içeriği kaynaklı şikâyetler, otobüs personeli kaynaklı şikâyetler ve mola kaynaklı şikâyetler olmak üzere dört faktör altında toplanmaktadır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki faktörlerin aritmetik ortalamaları dikkate alındığında kültür amaçlı turlarda yalnızca mola kaynaklı şikâyetlerin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir.

Tablo 2’de katılımcıların şikâyet davranışlarına ilişkin elde edilen verilerin geçerliliği test edilmiştir. Faktör analizi sonucuna göre KMO kat sayısı 0,659, anlamlılık düzeyi 0,000 ve varyans açıklama oranı %77’dir. Diğer yandan katılımcıların şikâyet davranışlarının üç faktörden oluştuğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte turistlerin kültür turlarında sesli tepkiler sergiledikleri, kişisel tepki ve üçüncü taraf tepkilere başvurmadıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 2: Şikâyet Davranışlarına İlişkin Faktör Analizi

	Kişisel tepkiler (KT)	Sesli tepkiler (ST)	Üçüncü taraf tepkiler (ÜTT)
Bu tura tekrar gelmem.	,927		
Ailemi ve arkadaşlarımı bu tura katılmamaları konusunda uyarırım.	,911		
Yakın çevreme turu ve tur rehberini kötülerim	,904		
Şikâyetim konusunda yasal hakkımı kullanırım		,924	
Sosyal medya ve görsel medyada şikâyetimi dile getiririm.		,894	
Şikâyetimi seyahat acentasına bildiririm		,783	
Şikâyetlerim doğrultusunda turda değişiklik yapılmasını talep ederim.			,848
Tur yetkilileri ve rehberden çabuk ve etkili bir çözüm talep ederim			,813
Herhangi bir eylemde bulunmam			,475
<b>Özdeğerler</b>	34,217	28,220	14,719
<b>Aritmetik ortalamalar</b>	1,952	3,921	2,561
<b>Cronbach’s Alpha Katsayıları</b>	0,909	0,878	0,685
<b>Toplam Varyansın Açıklanma Oranı</b>		77,187	

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde ilk olarak katılımcıların bazı demografik bilgileri sıklık ve yüzde tekniği ile analiz edilmiş ve bulgular Tablo 3’te sunulmuştur. Tabloda yer alan bilgilere göre katılımcıların yarısından fazlası (%61) kadın olup, yaşları dikkate alındığında en büyük grubun 45 yaş ve üzeri katılımcılar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3: Katılımcılara Ait Demografik Bulgular

	Sıklık (n)	Yüzde (%)	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	39	39	
	Kadın	61	61	
Yaş Grubu	25 yaş altı	1	1,0	
	25-34 yaş	3	3,0	
	35-44 yaş	35	35,0	
	45 yaş ve üzeri	61	61,0	
Meslek	Okuryazar değil	4	4	
	Eğitim Düzeyi	İlköğretim	11	11
	Lise	46	46	
	Üniversite	39	39	
	Emekli	40	40	
	Memur	27	27	
	Serbest meslek	9	9	
İş	İşçi	5	5	
	İş veren	5	5	
	Diğer	14	14	



Tablo 3'teki bulgulara göre lise mezunu olan 46 bireyin ise eğitim düzeyi bağlamında en büyük grubu oluşturduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılar arasındaki üniversite mezunu sayısı ise 39'dur. Katılımcıların meslekleri incelendiğinde en büyük grubun (n: 40) emeklilerden oluştuğu görülmektedir. Bu da daha önce kültür turlarına daha çok üçüncü yaş grubu bireylerin katıldığını ifade eden görüşü desteklemektedir. Bilindiği üzere üçüncü yaş grubunun büyük bir çoğunluğunu emekliler oluşturmaktadır.

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde bir sonraki aşamada aritmetik ortalama ve standart sapma teknikleri ile şikâyet konuları incelenmiştir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4: Kültür Turlarında Şikâyet Konuları

Kültür Turlarında Şikâyet Konuları	$\bar{X}$	s.s
Tur öncesi yapılan bilgilendirmeler yetersizdi	2,300	1,1934
Katıldığım tur için hava koşulları uygun değildi	2,350	1,0952
Tur rotası olması gerekenden uzundu	2,570	1,0661
Tur rotasındaki yönlendirme ve tabelalar yetersizdi	2,780	1,0691
Turdaki yürüyüş temposu olması gerekenden hızlıydı/yavaştı	2,810	1,0318
Tur süresince yeteri kadar mola verilmedi	2,800	1,1282
Mola noktaları hizmet olarak yetersizdi	3,180	1,1753
Mola noktalarındaki personel işini iyi yapmıyordu	3,090	1,0926
Tur süresince bir şeyler satın alma yönünde baskı vardı.	2,333	1,1547
Tur kapsamında ziyaret edilen yerlerin giriş ücreti yüksekti	2,680	,7898
Tur otobüsü yeteri kadar temiz değildi	3,010	1,1415
Tur otobüsü personeli nazik/saygılı değildi	2,650	1,0188
Tur otobüsü personeli işini ciddiyetle yapmıyordu	2,570	1,0176
Tur otobüsü personeli yeteri kadar yardımsever değildi	2,530	1,0392
Tur rehberimiz yeteri kadar yardımsever değildi	1,870	,7997
Tur rehberimiz nazik/saygılı değildi	1,750	,7961
Tur rehberimiz sorularımız karşısında ilgisizdi	1,707	,8558
Tur rehberimizin mesleki bilgisi yetersizdi	1,720	,8655
Tur rehberimizin anlatımları yeteri kadar açıklayıcı değildi	1,630	,8722
Tur rehberimiz ilk karşılamada ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı değildi	1,590	,8052

Tablo 4 incelendiğinde kültür turlarındaki temel şikâyetlerin; tur süresince yeteri kadar mola verilmemesi, mola noktalarındaki personelin işini iyi yapmaması ve tur otobüsünün yeterli kadar temiz olmaması olduğu anlaşılmaktadır. Kültür turlarında şikâyet konusu olmayan en önemli hususlar ise tur rehberinin karşılama ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı olmaması ve rehberin anlatımlarının yeteri kadar açıklayıcı olmamasıdır. Tablo 5'te kültür turlarına katılan bireylerin şikâyet davranışlarına ilişkin tanımlayıcı analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Bulgular değerlendirildiğinde kültür turlarına katılan ve araştırmaya destek olan katılımcıların en önemli şikâyet davranışının sosyal ve görsel medyada şikâyetini dile getirmesi olduğu anlaşılmaktadır. Diğer önemli şikâyet davranışları ise yasal hakkını kullanma ve seyahat acentasına bildirmedir. En az sergilenen şikâyet davranışı ise herhangi bir eylemde bulunmamadır.

Tablo 5: Kültür Turlarında Şikâyet Davranışları

	$\bar{X}$	s.s
Ailemi ve arkadaşlarımı bu tura katılmamaları konusunda uyarırım.	1,980	1,0048
Bu tura tekrar gelmem.	2,010	,9692
Yakın çevremeye turu ve tur rehberini kötülerim	1,867	,9061
Tur yetkilileri ve rehberden çabuk ve etkili bir çözüm talep ederim	2,908	1,2068
Şikâyetlerim doğrultusunda turda değişiklik yapılmasını talep ederim.	3,000	1,1634
Şikâyetimi seyahat acentasına bildiririm	3,786	1,1214
Şikâyetim konusunda yasal hakkımı kullanırım	3,980	1,0634
Sosyal medya ve görsel medyada şikâyetimi dile getiririm.	4,000	1,1892
Herhangi bir eylemde bulunmam	1,776	1,1239



Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde tanımlayıcı analizleri takiben katılımcıların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığı Pearson korelasyon analizi ile incelenmiş ve analiz sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Şikâyet Konuları ile Şikâyet Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Şikâyet konusu	Rehber kaynaklı şikâyetler	Tur içeriği kaynaklı şikâyetler	Otobüs personeli kaynaklı şikâyetler	Mola noktası kaynaklı şikâyetler
Kişisel tepkiler	r	,532**	,630**	,376**	,362**	-,085
	p	,000	,000	,000	,000	,399
Sesli tepkiler	r	,124	-,115	,027	,234*	,282**
	p	,218	,254	,789	,019	,004
Üçüncü taraf tepkiler	r	,310**	,161	,406**	-,036	,227*
	p	,002	,109	,000	,723	,023
Şikâyet davranışları	r	,466**	r: Pearson korelasyon Katsayısı			
	p	,000	p: Anlamlılık Düzeyi			

Tablo 6'daki bulgular ışığında katılımcıların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında orta kuvvette ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (r: 0,446 ve p: 0,000). Şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasındaki ilişki şikâyet davranışlarının alt boyutu olan kişisel tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler içinde geçerlidir. Diğer yandan şikâyet konuları ile şikâyet davranışlarından olan sesli tepkiler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

## Sonuç ve Öneriler

Kültür turizmi, kültürel değeri olan ve tarihi yerlerin, kültürel etkinliklerin ve zamanın sanat eserlerinin turistik bir ürün şeklinde turistik tüketicilere sunulmasıdır. Bu süreçte turistlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde hizmet sunmak esastır. Kültür turizmi, öncelikli olarak tarihi yapısı ve mimarisi olan kültürel abideler, müzeler ve tiyatrolar gibi varlıkların bulunduğu bölgeleri kapsamaktadır. Kültür turizmi faaliyetleri doğası itibari ile diğer turizm faaliyetleri gibi somut ve soyut unsurlarından bileşiminden oluşmakta ve misafir memnuniyeti ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte, hizmet sunumunda çok sayıda aktörün yer alması (rehber, host, şoför, kamu görevlileri, yerel halk vb.), kalitenin belirleyicisinin turistler olması ve turistlerin değerlendirmelerinde subjektif unsurların ön plana çıkabilmesi kültür turlarında standardizasyonu ve sürekli misafir memnuniyetini güçlendirmektedir. Tur süresince karşılaşılan hizmet hataları, öngörülmeleyen aksaklıklar, kişisel değerlendirmelere bağlı hoşnutsuzluklar gibi çok çeşitli nedenler ile kültür turlarında da çeşitli şikâyetler oluşmaktadır. Buradan hareketle mevcut araştırmada kültür turlarındaki şikâyetler ve turistlerin şikâyet davranışları incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre kültür turlarındaki en önemli şikâyet konuları tur süresince yeteri kadar mola verilmemesi, mola noktalarındaki personelin işini iyi yapmaması, tur otobüsünün yeterli kadar temiz olmaması, tur rehberinin karşılama ve uğurlamada yeteri kadar sıcakkanlı olmaması ve rehberin anlatımlarının yeteri kadar açıklayıcı olmamasıdır. Kültür turlarındaki şikâyetler ana gruplar bağlamında kategorize edildiğinde ise bu turlarda zaman zaman mola kaynaklı şikâyetler ve otobüs personeli kaynaklı şikâyetlerin olduğu görülmektedir. Diğer yandan kültür turlarında karşılaşılan şikâyet davranışları ise, turistlerin sosyal ve görsel medyada şikâyetlerini dile getirmeleri, yasal haklarını kullanmaları ve seyahat acentasına şikâyetlerini bildirmeleridir. Başka bir





deyişle kültür turlarına katılan ve araştırmaya dahil edilen katılımcılar daha çok sesli tepkiler şeklinde şikâyet davranışında bulunmaktadır.

Kültür turlarında müşteri şikâyetleri ve şikâyet davranışlarının ele alındığı bu araştırmanın sonuçları kültür turlarının niteliğinin artırılması hususunda önemli ipuçları vermektedir. Bu kapsamda uygulanması tavsiye edilen öneriler ise aşağıdaki şekildedir;

- Kültür turlarının rotaları tekrar gözden geçirilerek rota planlamalarında mola noktalarının çoğaltılması sağlanmalıdır.
- Mola noktalarının alt-yapı ve üst-yapı arz olanakları turist görüş ve beklentileri doğrultusunda iyileştirilmelidir.
- Gerek tur personeli gerekse destinasyonlardaki hizmet sağlayıcılar için düzenli eğitim programları organize edilerek personel ve hizmet sunumu niteliği artırılmalıdır.
- Tur otobüsü personeli ve tur otobüsü hijyeni konusundaki şikâyetler dikkate alınarak, seyahat acentalarının otobüs denetimlerini arttırmaları ve rehberlere bu konuda geniş yetkiler vermeleri sağlanmalıdır.
- Kültür turlarında turist rehberlerinin yetkileri artırılarak, tur lideri ve turist rehberi arasında kesin ayrımlar yapılmalıdır.
- Kültür turlarında arazi yapısına uygun ulaşım araçlarının tahsis edilmesi ve turlarda kullanılacak toplu taşıma araçlarının (otobüs vb.) kullanım ömrünün 5 yıl ile sınırlandırılması gerekmektedir. Alt-yapıya yönelik bu tür iyileştirmeler hizmet kalitesi bağlamında pozitif katkılar sağlayacaktır.

Nevşehir bölgesinde organize edilen kültür turlarındaki şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarını ele alan bu araştırma sosyal bilimlerdeki diğer araştırmalar gibi çeşitli sınırlılıklara sahiptir. İlk olarak araştırmanın uygulaması zaman sınırlılığı sebebiyle 3 ay ile sınırlandırılmış ve karşılaştırmalı iki dönem bazında incelemeler yapılamamıştır. Diğer yandan veri toplama sürecinde sadece turlara katılan turistlere anket uygulanmıştır, tur düzenleyicileri ve tur personelinin şikâyetler hakkındaki görüşleri değerlendirmeye alınmamıştır. Ayrıca araştırmada yalnızca anket yöntemi ile veri toplanmış, nitel araştırma tekniklerinden faydalanılmamıştır. Dolayısıyla ilerleyen dönemde mevcut araştırmanın sonuçları da dikkate alınarak daha kapsamlı ve çok boyutlu araştırmaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

## Kaynakça

- Birim, S., Anıtsal, M. M., ve Anıtsal, İ. (2016). "A Model of Business Performance in The US Airline Industry: How Customer Complaints Predict the Performance?". *Business Studies Journal*, 8 (2), 96-111.
- Blodgett, J. G., Bakir, A., Saklani, A., Bachheti, M., ve Bhaskar, S. (2015). "Customer Complaint Behavior: An Examination of Cultural vs. Situational Factors". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, 28, 61-74.
- Blodgett, J. G., ve Granbois, D. H. (1992). "Toward an Integrated Conceptual Model of Consumer Complaining Behavior". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5 (1), 93-103.
- Cambra-Fierro, J., Melero, I., ve Sese, F. J. (2015). "Managing Complaints to Improve Customer Profitability". *Journal of Retailing*, 91 (1), 109-124.
- Hsiao, Y. H., Chen, L. F., Choy, Y. L., ve Su, C. T. (2016). "A Novel Framework for Customer Complaint Management". *The Service Industries Journal*, 36 (13-14), 675-698.



- Kevoe-Feldman, H. (2018). “The Interactional Work of Suppressing Complaints in Customer Service Encounters”. *Journal of Pragmatics*, 123, 102-112.
- Lapr , M. A., ve Tsikriktsis, N. (2006). “Organizational Learning Curves for Customer Dissatisfaction: Heterogeneity Across Airlines”. *Management Science*, 52 (3), 352-366.
- Li, M. (2010). “Exploration of Chinese Consumer Complaint Behaviour in the Hospitality Industry”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Nevada Üniversitesi, Las Vegas.
- Oxford Dictionary (2018). Definition of Complaint. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/complaint> (Erişim Tarihi: 06.05.2018).
- Singh, J. (1988). “Consumer Complaint Intentions and Behaviour: Definitional and Taxonomical Issues”. *The Journal of Marketing*, 52 (1): 93-107.
- Snellman, K. ve Vihtkari, T. (2003). “Customer Complaining Behaviour in Technology-Based Service Encounters”. *International Journal of Service Industry Management*, 14 (2): 217-231.
- Susskind, A. M. (2005). “A Content Analysis of Consumer Complaints, Remedies, and Repatronage Intentions Regarding Dissatisfying Service Experiences”. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (2), 150-169.
- Tao, K., Karande, K., ve Arndt, A. D. (2016). “How Angry Customer Complaints Influence Salesperson Commitment to Service Quality”. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 24 (3), 265-282.
- Voorhes, C. M. ve Brady, M. K. (2005). “A Service Perspective on The Drivers of Complaints Intentions”. *Journal of Service Research*, 8 (2): 192-203.
- Wilson Jerry, R. (1999). *Word-Of-Mouth Marketing over the Long Run*, New York: John Wiley.
- Zorlu, Ö., Çeken, H., ve 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.