



## Müşteri Şikâyet Davranışlarında Kültürler Arası Farklar: K.K.T.C. Vatandaşları Ve T.C. Vatandaşlarına Yönelik Bir Uygulama

Olgun KİTAPCI\*

### Özet

Bu çalışmanın amacı, kültür boyutları koşullarında Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşlarının şikâyet davranışları farkı sınanmıştır. Bu çalışmada, banka müşterilerinin şikâyet davranışlarında kültürel farklılıkları ortaya koymak için Hofstede'in kültür tipolojisi seçilmiştir. Araştırmada veriler toplanırken yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Veriler non-parametrik test olan Mann-Whitney U testinde analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, Türk vatandaşı ile Kıbrıs vatandaşı arasında "belirsizlikten kaçınma" ve "bireysellik/toplumsallık" boyutlarında müşteri şikâyet davranışlarında farklılık olduğu ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Müşteri Şikâyetleri, Şikâyet Davranışları, Kültür, Kültür Boyutları, KKTC, Türkiye

### Cultural Differences In Customer Complaint Behaviour: An Application To Turkish Republic Of North Cyprus And The Republic Of Turkey Citizens

#### Abstract

The aim of this paper is to test the differences in the consumer complaint behaviour of both Turkish Republic of Northern Cyprus and The Republic of Turkey citizens in term of culture dimensions. The paper adapts Hofstede's typology of culture as a framework to investigate cultural differences in the complaint behaviour of bank customers. A face to face interview survey is conducted to collect data in this research. Non-parametric data are analyzed by various statistical methods such as Mann-Whitney U test. The result of the analysis shows that there are differences on customer complaint behaviour between Turkish Republic of North Cyprus citizens and The Republic of Turkey citizens in both "individualism/Collectivism" and "Uncertainly Avoidance" which are terms of culture dimensions.

**Keywords:** Customer Complaint, Complaint Behaviour, Culture, Cultural Dimensions, TRNC, Turkey

### GİRİŞ

1571 yılında Osmanlı İmparatorluğu hem ekonomik hem de siyasi nedenlerden dolayı Kıbrıs'ı ele geçirdi. Bu dönemde, Kıbrıs nüfusunun büyük çoğunluğu Venediklilerin idaresinde bulunan Roma ve Bizans İmparatorlukları sırasında adaya yerleşmiş olan Rumlardan oluşmaktaydı. Fetihten sonra Osmanlı İmparatorluğu ada üzerinde nüfus sahibi olabilmek için Anadolu'dan 8000 aileyi Kıbrıs'a yerleştirmişti. Bunlar arasında çiftçi, çilingir, tellak, nalbant, ahçı, demirci, taşçı, marangoz, kürekçi ve terzi gibi zanaat sahibi kişilerle birlikte hiçbir işi olmayan insanlarda bulunmaktaydı. Daha sonraları Kıbrıs, Osmanlı İmparatorluğu'nda çeşitli adli suçlu ve görevlerinde usulsüzlük yapan kişilerin ve ailelerinin sürgün yeri oldu. Adanın 1878 yılında İngilizlere geçene kadarki sürede yerli halk ile Anadolu'dan gelenler arasında sosyal ve kültürel yönden kaynaşma görülmekteydi. 1700'lü yılların sonlarından itibaren Avrupa'da milliyetçilik akımı hızla yayılmaya başladı. Bu durum doğal olarak ada insanlarını da etkiledi. Adada bulunan iki toplumun etnik kimliklerini ön plana çıkarmalarıyla küçük çapta çatışmalar başladı. 1956 yılına kadar ada İngiliz sömürgesinde kaldı. Bu tarihten sonra İngilizler adada sadece askeri bir üst ile varlıklarını sürdürdü. Ada, İngiliz sömürgesi olduktan sonra her iki toplumun da İngiliz kültüründen etkilendiği söylenebilir. Günümüzde de bu etki Kıbrıslı Türklerin günlük konuşmalarından yaşam tarzlarına kadar görülmektedir. 1974 yılında Türkiye'nin Kıbrıs'a çıkarma yapmasından sonra Türklerin Rumlarla olan etkileşimi bitmiştir. Buna karşılık İngilizlerin ada Türklerine sunduğu çifte vatandaşlık, vizesiz İngiltere seyahati ve İngiltere'ye yerleşme kolaylığı gibi imtiyazlar sayesinde İngiliz etkisi halen devam etmektedir. (w ww.mebnet.net/Kitaplar/Tarih1.htm, 2008) Bu sebeplerden dolayı Kıbrıslı Türkler farklı kültürler ile tarih boyunca sürekli etkileşim içerisinde kalması sosyal ve kültürel açıdan bazı noktalarda Türkiyeli Türkler arasında farklılıklar söz konusudur.

\* Yrd. Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sivas.

Buraya kadar Kıbrıs vatandaşı ile Türk vatandaşları<sup>1</sup> arasındaki kültürel farklılıkları doğuran nedenler ortaya konmaya çalışılmıştır. İki toplum arasında din, dil ve etnik benzerlikler olmakla birlikte, gelenek ve tarihsel farklılıklar söz konusudur. Kültürler arası farklılıklar, kişilerin yaşam tarzlarını, ve alışkanlıklarını doğrudan etkilediği gibi işletmelere yönelik şikâyet davranışlarını da etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı, iki farklı kültür olan Kıbrıs vatandaşı ile Türk vatandaşları arasında görülen şikâyet davranışlarına karşı tutumlardaki potansiyel farklılıkları Hofstede'nin kültür boyutları ışığında ortaya koymaktır.

## LİTERATÜR ve HİPOTEZLER

### *Kültür ve Boyutları*

Kültür kavramının etimolojik kökeni Latincedeki "Cultura" sözcüğüne dayanmaktadır ve "toprağı verimleştirmek için çalışma" anlamına gelmektedir. Kültürün pozitif bir tanımını yapan Taylor'a göre, "kültür, toplumun bir üyesi olarak insanlığın kazandığı; bilgi, sanat, ahlâk, gelenek ve benzeri diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütündür." (Aydın, 2003:6). Hofstede'ye göre kültür (1994:4), bir insan topluluğunu diğer bir insan topluluğundan ayıran düşüncenin programlanması olarak tanımlanmaktadır. Bu programlamanın kaynağı, kişinin yetiştiği ve yaşam deneyimini kazandığı sosyal çevrede olduğu söylenebilir. Kültür, kişinin genlerinde olan bir şey değildir; kültür sosyal ortamda ve öğrenme sonucunda elde edilmektedir. (Köse ve Ünal, 2000:3).

Yukarıdaki tanımlara göre kültür, bir toplumdaki başka bir topluma göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar etnik, din, dil ve tarih eksenlerinde görülebilir. Bunlar bir ulusun ortak değerleridir. Ulusal kültür modelini geliştiren Hofstede (1994:5) bir çalışmada bu değerleri ön plana çıkarmış, toplumsal kültürün bir parçası olan değer farklılıkları üzerinde odaklanmış ve bu farklılıkları birbirinden bağımsız olan beş kültürel boyut altında sınıflandırmıştır. Bunlar; "Güç Aralığı", "Belirsizlikten Kaçınma", "Bireysellik/toplumsallık", "Erkek/Kadın Üstünlüğü" ve "Kısa ve Uzun Vadeye Dönüklük" boyutlarıdır. Hofstede, söz konusu boyutların ilk dördünü, IBM şirketinin 64 farklı ulusal şubesindeki benzer çalışanlar ve yöneticilerin karşılaştırılması ile saptamıştır. Aynı çokuluslu şirkette, ancak farklı ülkelerde çalışan kişiler, çalıştıkları toplumun sahip olduğu özelliklere tüm yönleriyle benzemektedirler (Tsoukatos ve Rand, 2007:470; Gorman, 2006:337; Kolman vd, 2003:77). Bu çalışmada ise söz konusu kültür boyutlarının ilk üçü olan "Güç Aralığı", "Belirsizlikten Kaçınma" ve "Bireysellik/toplumsallık" boyutları incelenmiştir.

### *Müşteri Şikâyetleri*

Müşteri şikâyetleri bankaların hizmet kalitesini geliştirmeleri açısından önemli bir fırsattır. Müşteri memnuniyetsizliği ile müşteri şikâyeti arasında ilişkinin varlığı geçmiş çalışmalarda ortaya konmuştur (Mattilla ve Wirtz, 2004:147; Nyer 2000:10). Şikâyet davranışları, Jacoby ve Jaccard (1981:5) tarafından, "bir kişinin, bir mal veya hizmet ile ilgili olumsuz nitelikte iletişim kurma etkinliklerini içeren bir eylem" olarak tanımlanmıştır. Mowen (1993:467), şikâyet davranışlarını, "satın alma döneminde oluşan tatminsizlik algısı sonucunda ortaya çıkan eylemler kümesinin her bir elemanı" şeklinde ifade etmiştir. Tronvoll'a göre (2007:27), beklentilerin yüksek olduğu durumlarda düşük algılama performansı sonucu verilen olumsuz tepkidir. Özgül (2007:69) yaptığı çalışmada, memnuniyet arttıkça şikâyetin göreceli olarak azaldığını ortaya koymuştur. Sivas'ta yapılan bir çalışmada (Kitapçı, 2008) müşterinin demografik özellikleri ile müşteri şikâyetleri arasındaki ilişki incelenmiş ve kişilerin eğitim durumu arttıkça şikâyet etme davranışlarında da artış olduğu gözlemlenmiştir. Aynı çalışmada, cinsiyet değişkeni de incelenmiş ve erkeklerin kadınlara göre daha fazla şikâyet davranışında bulunduğu belirlenmiştir.

### *Kültür ve Şikâyet Davranışları Arasındaki İlişki*

Farklı kültürlerdeki müşterilerin şikâyet davranışları da farklılık göstermektedir (Liu ve McClure, 2001:54). Bazı çalışmalarda, farklı kültürlerdeki müşterilerin şikâyet davranışları ortaya konmuştur. Huang ve arkadaşlarının (1996:48) Japonya'da yapmış olduğu çalışmada, Japon müşteriler ile Amerikan müşteriler arasındaki şikâyet

<sup>1</sup> Metin içinde fazla yer işgal etmemesi ve cümlelerin okunuşunu hızlandırmak için "Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşı" ifadesini "Kıbrıs vatandaşı", "Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı" ifadesini de "Türk vatandaşı" olarak kullanılmıştır.

davranışları karşılaştırılmıştır. Bu çalışmaya göre, Amerikalıların, mal ve hizmetlerde memnuniyetsizlik karşısında şikâyeti bir sorumluluk olarak gördükleri ve gelecekte daha iyi hizmet almak için şikâyet ettikleri sonucuna varılmıştır. Diğer bir çalışma ise Ngai ve arkadaşları (2006:1379) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada ise, Asyalı olan ve olmayan müşteriler arasındaki şikâyet davranışları ortaya konmaya çalışılmış ve sonuçta Asyalı olmayanların olumsuz deneyim ve kötü hizmetle ilgili düşüncelerini çevrelerine daha fazla anlattıkları tespit edilmiştir.

Bu noktadan sonra, Hofstede'nin kültür boyutlarından yararlanılarak ve bu boyutlar ile müşteri şikâyet davranışları arasındaki ilişkiye göre hipotezler geliştirilecektir.

### **Bireysellik/Toplumsallık**

Bireyselliğin karşıtı toplumsallıktır. Bireysel çıkarlarını ön plana çıkaran bir kişi toplumsalçı değildir. Toplumsalçı yapıda yetişen bir çocuk ilk önce ait olduğu gruba saygı duymayı öğrenmektedir. Çocuk ne zaman büyür, o zaman bir grubun üyesi olduğunu hatırlar ve ne zaman zor durumda kalır, o zaman o gruptan yardım bekler. Söz konusu çocuğun ait olduğu topluma duyduğu saygı ve sadakati yüksektir (Hofstede, 1994:5-6; Singh, 2006:177).

Bireyselci bir toplumda ise bir çocuk çok küçük yaşta kendini düşünmeyi öğrenmektedir. Birey kendi ayakları üzerinde durmaya başladığında ait olduğu grubun artık onu korumayacağını düşünmektedir. Bunun için birey ait olduğu gruba çok güçlü sadakat hissetmemektedir (Gorman, 2006:337).

Kültür ve şikâyet davranışlarını karşılaştırdığımızda, bireyselci bir toplumda müşterinin yaşanan sorunun karşısında kişisel bir tavır takınarak bankayı bir daha tercih etmeyeceği düşünülebilir. Toplumsalçı bir tutum ise bu durumun tam tersi bir sonucu ortaya çıkarabilir. Müşteri, yaşadığı kötü deneyimi akrabaları, çevresindeki insanlar hatta daha toplumcu hareket ederek gazete ve tv gibi basın araçları ile paylaşabilir.

- H<sub>1</sub>* K.K.T.C vatandaşı ile T.C. vatandaşı arasında "bireysellik/toplumsallık" boyutunda istatistiksel fark yoktur. (*H<sub>1a</sub>*) "Yaşadığım kötü hizmet deneyimimi gazete, tv gibi basın araçlarına bildirim". (*H<sub>1b</sub>*) "Yaşadığım kötü hizmet deneyimimi arkadaşlarım ve akrabalarım ile paylaşırım". (*H<sub>1c</sub>*) "Arkadaşlarımı ve yakınlarımı ilgili banka ile çalışmamaları hususunda ikna etmeye çalışırım". (*H<sub>1d</sub>*) "İlgili bankadan işlem yapmaktan kaçınırım"

### **Belirsizlikten Kaçınma**

Bir ülkedeki birey nasıl davranacağı ile ilgili belirgin kurallara sahiptir. Bu kurallar yazılı olmakla birlikte geleneklere bağlı olarak yazılı olmayan ve baskıcı da olabilir. Eğer bir ülkede belirsizlik derecesi yüksek ise, insanların eğiliminin endişeli, belirsizlik derecesi düşük ise insanların eğiliminin uysal, iyi geçinen ve rahat olduğu gözlemlenmektedir (Hofstede, 1994:5-6; Singh, 2006:178).

Kültür ve şikâyet davranışlarını karşılaştırdığımızda, müşteri nasıl ve nereye şikâyet edeceğini bilmiyorsa ve bu konuda bankada bir belirsizlik söz konusuysa kişi şikâyet etmekten kaçınabilir.

- H<sub>2</sub>* K.K.T.C vatandaşı ile T.C. vatandaşı arasında "belirsizlik" boyutunda istatistiksel fark yoktur. (*H<sub>2a</sub>*) "eğer nasıl ve nereye şikâyet edeceğimi bilmiyorsam şikâyet etmekten kaçınırım". (*H<sub>2b</sub>*) "şikâyet etmem ve sonra ilgili bankada işlem yapmaktan kaçınırım".

### **Güç Aralığı**

Güç aralığı, aynı toplum içinde bulunan insanlar arasındaki eşitsizlik derecesi olarak tanımlanmaktadır. Güç aralığı fazla olan toplumlarda sosyal eşitsizlik ve hiyerarşi daha fazladır. Asya ülkelerinde güç aralığı yüksekken, diğer ülkelerde ise güç aralığı daha düşüktür. Yüksek bir güç aralığı kültürüne sahip ülkelerin tüketicileri, önemli bir makamdaki insanların otoritesinin, statüsünün ve güç seviyesinin yüksek olduğu düşüncesindedir (Hofstede, 1994:5-6; Singh, 2006:177).

- $H_3$  K.K.T.C vatandaşı ile T.C. vatandaşı arasında “Güç Aralığı” boyutunda istatistiksel fark yoktur. ( $H_{3a}$ ) “Eğer banka yönetimini kendimden daha güçlü görürsem şikâyet etmekten kaçınırım”. ( $H_{3b}$ ) “Eğer banka müdürü veya çalışan kötü hizmetten dolayı özür dilerse memnun olurum”.

### ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın uygulama aşaması Nisan 2008 tarihinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin başkenti Lefkoşa'da bulunan önemli bir Türk bankasının müşterileri üzerinde yapılmıştır. Kıbrıs'ın en eski şubelerinden biri olması ve hem KKTC vatandaşlarının hem de TC vatandaşlarının (Kıbrıs'ta ikamet eden kişi veya okuyan öğrencilerin) sık kullandıkları bir banka olmasından dolayı bu şube araştırma sahası olarak seçilmiştir. Bu araştırma için gerekli verilerin toplanmasında anket yöntemi uygulanmıştır. Anket formunda çoktan seçmeli ve iki cevaplı sorulara yer verilmiştir. Anket, son şeklini alıncaya kadar çeşitli pilot testlerle geliştirilmiştir. Kolayda örnekleme yoluyla araştırma örneğini temsil edecek şekilde 12 kişiye ön anket yapılmıştır. Bu test sonucunda ankete son şekli verilmiştir. Anket, katılımcılarla yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Anket yapılmadan önce kişilere daha önce hangi bir bankayla sorun yaşayıp yaşamadığı sorulmuş ve eğer cevap sorun yaşadığı yönünde ise kişi denek olarak seçilmiştir. Yapılan ön incelemeler sonucunda 7 anket formu değerlendirme sırasında geçersiz sayılmıştır. 173 anket geçerli sayılarak değerlendirilmeye alınmıştır.

Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci grup sorular deneklerin demografik özelliklerine ilişkindir. İkinci grupta yer alan sorular kültür boyutları ışığında müşterilerin şikâyet davranışlarını öğrenmeye yönelik düşüncelerini beşli Likert Ölçeği ile ölçmeye yönelik sorulardır. (5: hiç katılmıyorum, .... 1: kesinlikle katılmıyorum)

### VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır. Analizlerin yapılmasında SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Bu program yardımıyla frekans dağılımı, yüzdeler ve Mann-Whitney  $U$  Test analizi yapılmıştır. Bu test, bir birinden bağımsız iki örneklem arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmıştır (Ural ve Kılıç, 2006:269).

### ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Tablo 1'de araştırmanın demografik bulguları yer almaktadır. Araştırmaya katılan deneklerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular kapsamında, deneklerin yaş, cinsiyet, milliyet ve eğitim bazındaki dağılımları gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Demografik Özellikler ile İlgili Bulgular (n=173)

<b>Cinsiyet</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Kadın	49	28,3
Erkek	124	71,7
<b>Yaş</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
20-30	29	16,8
31-40	81	46,8
41-50	42	24,3
51 ve üzeri	21	12,1
<b>Eğitim Düzeyi</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
İlköğretim	21	12,1
Lise	17	9,8
Üniversite	58	33,5
Yüksek Lisans ve Doktora	77	44,5
<b>Ülke</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
T.C. Vatandaşı	100	57,8
K.K.T.C. Vatandaşı	73	42,2

Tablo 1'e bakıldığında; deneklerin %16,8'inin 20-30 yaş grubunda, %46,8'inin 31-40 yaş grubunda, %24,3'ünün 41-50 yaş grubunda ve %12,1'inin ise 51 ve üzeri yaş grubunda olduğu görülmektedir. Deneklerin cinsiyet durumlarına

bakıldığında %71,7'sinin erkek, %28,3'ünün ise bayan olduğu görülmektedir. Ankete katılan müşterilerin eğitim düzeylerine bakıldığında; %12,1'i ilköğretim mezunu, %46,8'i lise mezunu, %24,3'ü üniversite mezunu ve %12,1'i ise yüksek lisans veya doktora mezunu olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %57,8'i Türkiye Cumhuriyeti, %42,2'si ise Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşıdır.

Table 2: Mann-Whitney *U* Test

	K.K.T.C. Vatandaşı (n=100)		T.C. Vatandaşı (n=73)		Mann-Whitney <i>U</i> Test	0,05 önem seviyesi
	Ort.	Stand. Sap.	Ort.	Stand. Sap.		
<b>Bireysellik/Toplumsallık (<math>H_1</math>)</b>						
a- Yaşadığım kötü hizmet deneyimini gazete, tv gibi basın araçlarına bildiririm.	2,90	1,453	3,29	1,495	-1,736	0,083
b- Yaşadığım kötü hizmet deneyimini arkadaşlarım ve akrabalarım ile paylaşıyorum	4,40	1,025	4,79	0,645	-3,146	<b>0,002</b>
c- Arkadaşlarımı ve yakınlarımı ilgili banka ile çalışmamaları hususunda ikna etmeye çalışırım.	3,49	1,467	4,11	1,286	-2,909	<b>0,004</b>
d- İlgili bankadan işlem yapmaktan kaçınıyorum	1,94	1,406	3,71	1,594	-0,220	0,560
<b><u>Belirsizlikten Kaçınma (<math>H_2</math>)</u></b>						
a- Eğer nasıl ve nereye şikâyet edeceğimi bilmiyorsa şikâyet etmekten kaçınıyorum	3,76	1,443	4,25	1,211	-2,378	<b>0,017</b>
b- Şikâyet etmem ve sonra ilgili bankada işlem yapmaktan kaçınıyorum.	3,83	1,378	4,48	0,915	-3,245	<b>0,001</b>
<b><u>Güç Aralığı (<math>H_3</math>)</u></b>						
a- Eğer banka yönetimini kendimden daha güçlü görürsem şikâyet etmekten kaçınıyorum	1,94	1,406	1,99	1,458	-0,220	0,826
b- Eğer banka müdürü veya çalışan kötü hizmetten dolayı özür dilerse memnun olurum	3,95	1,366	3,99	1,523	-0,876	0,381

Ölçek: 5: hiç katılmıyorum, .... 1: kesinlikle katılmıyorum

Tablo 2'ye göre,  $H_{1b}$  ve  $H_{1c}$  hipotezleri reddedilerek bu hipotezlerde anlamlı bir farklılık bulunduğu ortaya konmuştur.  $H_{1b}$  hipotezi olan "Yaşadığım kötü hizmet deneyimini arkadaşlarım ve akrabalarım ile paylaşıyorum" ifadesinde farklı iki kültür olan Kıbrıs vatandaşı ile Türk vatandaşları arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Türk vatandaşlarının (4,79) kötü deneyimlerini arkadaşlarına ve akrabalarına paylaşma konusunda Kıbrıs vatandaşlarına (4,40) göre daha istekli olduğu görülmektedir.  $H_{1c}$  hipotezi olan "arkadaşlarımı ve yakınlarımı ilgili banka ile çalışmamaları hususunda ikna etmeye çalışırım" ifadesinde Kıbrıs vatandaşı ile Türk vatandaşları arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Bir önceki hipotezde olduğu gibi Türk vatandaşları (4,11) Kıbrıs vatandaşlarına (3,49) göre, kötü hizmet karşısında o bankayı tercih etmemeleri konusunda daha etkin davranmaktadır.

Bu iki hipoteze göre, iki millet de toplumsal hareket etmelerine rağmen, Türk vatandaşları Kıbrıs vatandaşlarına göre hizmet sonunda doğan olumsuzlukları çevreleriyle paylaşarak daha toplumsal davranış sergilemektedir.

Tablo 2'ye göre,  $H_{2a}$  ve  $H_{2b}$  hipotezleri reddedilmiş ve bu hipotezlerde de anlamlı farklılıklar saptanmıştır.  $H_{2a}$  hipotezi olan "eğer nasıl ve nereye şikâyet edeceğimi bilmiyorsa şikâyet etmekten kaçınırım" ifadesinde farklı iki kültür olan Kıbrıs vatandaşı ile Türk vatandaşları arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Türk vatandaşları (4,25) Kıbrıslılara (3,76) göre, bankada nasıl ve nereye şikâyet edebileceğini bilmiyorsa şikâyet etmemektedir.  $H_{2b}$  hipotezi olan "Şikâyet etmem ve sonra ilgili bankada işlem yapmaktan kaçınırım" ifadesinde de farklı iki kültür olan Kıbrıs vatandaşı ile Türk vatandaşları arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. Türk vatandaşları (4,48) Kıbrıslılara (3,83) göre kötü hizmet karşısında banka yönetimine şikâyet etmekten kaçınmaktadır. Bu iki hipoteze göre, Türk vatandaşları belirsizlik karşısında şikâyet etmekten kaçınmaktadır.

Tablo 2'de "Güç Aralığı" dan bahsedilen  $H_3$  hipotezi de sınanmıştır. Bu hipotez kabul edilmiştir. Yani iki millet arasında bir farklılık bulunamamıştır.

### SONUÇ ve ÖNERİLER

Kültürler arası farklılık kişilerin şikâyet davranışlarını etkilemektedir. Bu çalışmada, iki farklı kültür olan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşı ile Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları arasındaki şikâyet davranışları farkı, Hofstede'in kültür boyutları ışığında ortaya konmaya çalışılmıştır. Çıkan sonuçlara göre, Türk vatandaşları Kıbrıslılara göre, bankada yaşadıkları kötü deneyimi akraba ve arkadaş gibi çevresindeki insanlara anlatmaya daha istekli olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu kötü deneyimlerini sadece çevresindeki kişilere anlatmakla kalmayarak, adı geçen işletmeyle bir daha çalışmamaları konusunda bu kişileri ikna etmeye eğilimli oldukları da çıkan sonuçlarda görülmektedir. Şikâyet davranışlarına kültür boyutları açısından bakıldığında, Türk vatandaşlarının Kıbrıslılara göre daha toplumsal düşündüğü ortaya çıkmıştır.

Yine sonuçlara göre, Türk vatandaşları Kıbrıs vatandaşlarına göre belirsiz bir durumda şikâyet etmemektedir. Türk vatandaşları şikâyet konusunda daha çekingen davranmaktadır. Eğer Türk vatandaşı kime ve nereye şikâyet edeceğini bilmiyorsa şikâyet etmekten kaçınmaktadır.

Genel olarak baktığımızda, Türk vatandaşları Kıbrıs vatandaşlarına göre işletme yönetimine şikâyet konusunda çekingen davrandıkları ancak şikâyetlerini çevrelerindeki kişilere anlatmayı tercih ettikleri görülmektedir. Literatüre göre, insanların memnuniyetsizliklerini en az 10 ile 20 kişiye anlattığı (Kau ve Loh 2006:101) düşünülürse, işletme yönetimi için en tehlikeli müşterinin şikâyetini doğrudan işletmeye yapmayan müşteri olduğu ve bu yüzden banka yönetiminin özellikle Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarından oluşan müşteri kitlesine dikkat etmesi gerektiği söylenebilir.

### ARAŞTIRMANIN KISITLARI VE GELECEK ARAŞTIRMALAR İÇİN ÖNERİLER

Kültür boyutları koşullarında Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti vatandaşlarının şikâyet davranışları farkının sınanmasına yönelik bu çalışma, banka ile herhangi bir nedenden dolayı problem yaşayıp şikâyet davranışı sergileyen kişilerin dahil edilmesi araştırmanın önemli kısıtını oluşturmaktadır. Diğer kısıtları ise, zaman ve maddi imkanların yetersizliğinden dolayı örneklem genişliğinin küçük olmasıdır. (n=173) İleride yapılacak benzer araştırmalarda örneklem büyüklüğü genişletilirse müşteri şikâyet davranışları üzerinde kültürün etkisi ile ilgili sonuçlar daha güvenilir olabilir. Yine zamanın kısıtlı olması çalışmanın önemli eksikliğidir. Nisan 2008 ayı içerisinde toplanan araştırma verileri daha geniş bir zaman dilimine yayılabilir. Yine ileride yapılacak benzer çalışmalarda araştırma bütçesini ve örneklem büyüklüğünü biraz daha geniş tutularak farklı ülkeler arasında bir karşılaştırma yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- AYDIN, K.(2003), **Uluslararası ve Küresel Pazarlamada Kültürel Etkiler**, Nobel Yayıncılık.
- GORMAN, G.E. (2006), “Of Orrefors and Noritake: or, has Geert Hofstede Somethng to Say About Web Site Design?”, **Online Information Review**, Vol 30, No.4, pp.337-340.
- HOFSTEDE, G. (1994), “Management Scientists Are Human”, **Management Science**, Vol.49, No.1, January.
- HUANG, J.H., C.-T. HUANG ve Soushan WU, (1996). “National Character And Response To Unsatisfactory Hotel Service”, **International Journal of Hospitality Management**, 15/3, s.229-243.
- JACOBY J. ve J. J. JACCARD (1981), The Sources, Meanings And Validity Of Consumer Complaint Behaviour: A Psychological Analysis, **Journal of Retailing**, 57/(3): ss.4-24
- KAU, A. K. ve E. W.Y. LOH (2006), “The Effects Of Service Recovery On Consumer Satisfaction: A Comparison Between Complainants And Non-Complainants”, **Journal of Services Marketing**, 20/(2), ss.101-111.
- KİTAPCI, O. (2008), “Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikâyet Davranışları: Sivas İlinde Bir Uygulama”, **Erciyes Üniv., İktisadi ve İdari Bilimler Fak.**, Cilt 31, Sayı.2
- KOLMAN, L., N. G. NOORDERHAVEN, G.HOFSTEDE ve E. DIENES, “Cross-Cultural Differences in Central Europe”, **Journal of Manageral Psychology**, Vol.18, No.1, pp.76-88.
- KÖSE, S. ve A. ÜNAL (2000), “Türk Yönetim Kültürü Tarihi Açısından Çağdaş Türk İşletmelerinde Yönetim Değerleri”, **8. Yönetim Ve Organizasyon Kongresi**, Nevşehir.
- LIU, R. R. and P. McCLURE, (2001), “Recognizing Cross-Cultural Differences in Consumer Complaint Behavior and Intentions: An Empirical Examination”, **Journal of Consumer Marketing**, 18/1, pp.54-74.
- MATTILLA, A. and J. WIRTZ, (2004) “Consumer Complaining to Firms: Determinants of Channel Choose”, **Journal of Service Marketing**, 18/2, pp.147-155.
- MOWEN,J. C.; (1993), **Consumer Behaviour**, Macmillan Publishing Company, New York.
- NGAI, E. W.T., V. C.S. HEUNG, Y.H. WONG and F. K.Y. CHAN, (2007), “Consumer Complaint Behaviour of Asians and Non-Asians About Hotel Services:An Empirical Analsis”, **European Journal of Marketing**, Vol.41, 11/12, pp.1375-1391.
- NYER, P. U. (2000), “An Investigation into Whether Complining Can Cause Increasing Consumer Satisfaction”, **Journal of Consumer Marketing**, 17/1, pp.9-19.
- ÖZGÜL, P.; (2007), **Müşteri Memnuniyet ve Müşteri Şikayetleri Üzerine Bir Alan Çalışması**, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- SINGH, S. (2006), “Cultural Differences in, and Influence on, Consumers’ Propensity to Adopt Innovations”, **International Marketing Review**, Vol.23, No.2, pp.173-191.
- TRONVOLL, B.(2007), “Complainer Characteristics When Exit is Closed”, **International Journal of Service Industry Management**, 18/1, pp.25-51.
- TSOUKATOS, E. ve G. K. RAND (2007), “Cultural Influences on Service Quality and Customer Satisfaction: Evidence from Greek Insurance”, **Management Service Quality**, vol.17, no.4, pp.467-485.
- URAL, A. ve İ. KILIÇ (2006), **Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- [www.mebnet.net/Kitaplar/Tarih1.htm](http://www.mebnet.net/Kitaplar/Tarih1.htm) (11/12/2008: saat 10:13)

