

KASTAMONU'DA YÖRESEL YİYECEK İÇECEK HİZMETİ SUNAN RESTORANLARA İLİŞKİN TÜKETİCİ ŞİKÂyetLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: TRIPADVISOR ÖRNEĞİ

Evaluation of Consumer Complaints About Restaurants That Provide Local Food and Beverage Service in Kastamonu: Tripadvisor Case

Öğr. Gör. Zuhal YAŞAR

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Bafra Turizm MYO

rehberzuh@gmail.com

Orcid ID/0000-0002-6705-2361

Öz

Sosyal medyada çevrim içi yorum sitelerinin popülerleşmesiyle birlikte çevrim içi tüketici yorumları tüketici satın alma kararında oldukça önemli bir rol oynayan bir pazarlama olgusu haline gelmiştir. TripAdvisor.com web sitesi gibi çevrim içi yorumların yapıldığı web sitelerinde yer alan olumlu ve olumsuz yorumlar turistik hizmet satın alma niyetinde olan kişileri oldukça etkilemektedir.

Araştırmanın amacı; TripAdvisor web sitesinde Kastamonu'da yöresel yemek hizmeti sunan restoranlarla ilgili yapılan olumsuz yorumların değerlendirilmesidir. Kastamonu'da yöresel yemek hizmeti sunan 10 işletmeye yönelik olumsuz yorumlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Tripadvisor.com sitesinde 31.12.2018 tarihine kadar yapılan yorumlar içerik analizine tabi tutulmuş, yapılan 760 yorumun 448'inin olumsuz yönde olduğu tespit edilmiştir. Kastamonu'da yöresel yemek hizmeti sunan restoranlarla ilgili olumsuz yorumlar sırasıyla yiyecek içeceklerle ilgili şikâyetler, servisle ilgili şikâyetler, fiyatla ilgili şikâyetler, hizmet ortamıyla ilgili şikâyetler, personel ile ilgili şikâyetler ve menüyle ilgili şikâyetler olmak üzere 6 ana kategori 16 alt kategoriden oluşmaktadır.

Anahtar kelimeler: E-Şikâyet, TripAdvisor, Yöresel Yiyecek İçecek, Kastamonu

Abstract

With the popularity of the social media online consumer reviews have become a marketing phenomenon that playing an important role on the consumer purchasing process. The negative and the positive comment of the users of the web site like TripAdvisor affect the consumers who are in the intention of purchasing the touristic services.

The aim of this research is to evaluate bad comments of restaurants in Kastamonu which serve local food and beverage. The negative reviews about 10 restaurant analysed by content analyse. By the content analyse method the comments until the date 31. 12. 2018 were analysed and it was founded that 448 of the 760 comments were negative. The negative complaints are about food and beverage, service, personel and the menu that comprise 6 main and 16 sub-category.

Key words: E-complaint, TripAdvisor, Local Food and Beverage, Kastamonu

Giriş

Günümüzde internet en etkili ve en yaygın kullanılan iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Web tabanlı “We are Social” ve “Hootsuite” araştırma şirketleri tarafından hazırlanan “Digital in 2019” başlıklı raporunda 2019 yılı itibariyle dünya genelinde internet kullanıcı sayısı 4,39 milyar kişiye ulaşırken, sosyal medya kullanıcı sayısının da 3,49 milyar kişiye ulaştığı belirtilmektedir. Aynı raporda dünya genelinde internet kullanıcı sayısının dünya nüfusunun %57’sini oluşturduğu, sosyal medya kullanıcı sayısının ise dünya nüfusunun %45’ini oluşturduğu ifade edilmektedir (<https://wearesocial.com>, 2019). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde görülen hızlı ilerlemeler sosyal medya platformlarının da geliştirilmesini kolaylaştırmıştır. Sosyal medya yer alan çevrim içi tüketici yorumları işletmeler ve tüketiciler arasında oldukça etkili bir iletişim aracı haline gelmiştir. Çevrim içi yorumlar sayesinde tüketiciler seyahat ettikleri destinasyonlar, konaklama yerleri, restoran seçimleri, yeme içme tercihleri hakkında deneyimlerini diğer tüketicilerle paylaşırken potansiyel tüketicilerinde görebilecekleri yorumlar yapmaktadırlar. Hizmeti daha önce deneyimlemiş kişilerin yaptığı olumlu ve olumsuz yorumlar tüketicilerin ürün veya hizmeti satın alma düşüncelerini etkilemektedir (Türker ve Yaşar, 2018). Tüketiciler sosyal medya yorumlarına reklam ve tutundurma faaliyetlerinden daha çok güvenmektedirler (Richard ve Guppy, 2014; Timilsina, 2017). Restoranda yemek yiyen bir tüketici restoranla ilgili deneyimlerini diğer tüketicilerle paylaştığında diğer tüketicilerin restorana yönelik algı ve satın alma tercihini etkileyebilmektedir.

Turizm ürünlerinin deneyimsel doğası gereği tüketim öncesinde tecrübe edilememesi ve kalitesinin belirlenememesinden dolayı (Browning; Kim, Lehto ve Morrison, 2007; So ve Sparks, 2013; Alcázar vd., 2014) tüketicilerin işletmenin hizmetleri hakkında tahminde ve tercihte bulunması oldukça zordur. Bu nedenle tüketiciler turistik hizmetleri satın almadan önce sosyal medyada yer alan çevrim içi yorumlara başvurumaktadırlar. Turizm sektöründe çevrim içi yorumlar hem tüketici hem de işletmeciler açısından önemli bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. 2000 yılında kullanıcılarına tatil ve iş seyahatlerini planlama ve destinasyonlarda yer alan restoran, konaklama vb. turistik faaliyetleri bulma konusunda yardım etmek amacıyla kurulan TripAdvisor web sitesi tüketicilerin sıklıkla başvurdukları çevrimiçi yorum sitelerinden biridir. Tüketicilere 6,8 milyon konaklama tesisi, restoran ve gezilecek yerler hakkında bilgi sunan TripAdvisor web sitesi aylık 390 milyona yaklaşan ziyaretçi sayısı ile dünyanın en büyük seyahat sitesidir (Santos, 2017; Gretzel ve Yoo, 2017; Xiang ve Gretzel, 2010).

Çevrimiçi yorumlar bazen işletme hizmetlerini tavsiye eder nitelikte olurken bazen de hizmet esnasında yaşanan aksaklıklar, personelin tutumu, fiyat ve hizmet kalitesi gibi konularla ilgili olumsuz ifadeleri de kapsayabilmektedir. Sosyal medyada yer alan platformlarda yiyecek içecek sektöründe faaliyet gösteren restoran işletmelerine yönelik olumsuz ifadeler oldukça fazla rastlanılmaktadır. Yiyecek içecek sektörü tüm dünyada hızla büyümeye devam eden dinamik bir sektördür. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmelerinin rekabet avantajı sağlamaları, sektörde başarıyı yakalayabilmeleri, değişen pazar trendlerine ayak uydurabilmeleri için sosyal medyada yer alan tüketici yorumlarını yakından takip etmeleri gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı Kastamonu’da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelere yönelik tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesidir. Literatürde restoran işletmeleriyle ilgili e-şikâyetlerin incelendiği araştırmalar oldukça fazladır ancak Kastamonu’da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlarla ilgili e-şikâyetlerin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Literatür

Şikâyet, tüketicide satın alma sonrasında oluşan memnuniyetsizlik algısının geri bildirim ya da tüketicinin beklentilerinin karşılanmaması sonucu ortaya çıkan bir eylem olarak tanımlanmaktadır (Bell vd., 2004; Kevoe-Feldman, 2018). İşletmeler açısından şikâyet ürün veya hizmetten kaynaklanan sorunların giderilmesi, müşterilerle bağ kurulması ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasında önemli bir fırsattır (Barlow ve Moller, 2008: 38). Heung ve Lam (2003) şikâyetlerin müşteri geri bildirimleri olduğunu bu geri bildirimlerin değerlendirilip önlem alınması durumunda işletme açısından bir avantaja dönüşebileceğini vurgulamaktadır.

Teknolojik gelişmeler sosyal medyada tüketicilerin ürün veya hizmetler hakkında edindikleri olumlu ve olumsuz düşünceleri diğer tüketicilerle paylaşımlarına olanak sağlamıştır (Pollach, 2006, Murphy ve Olaru, 2009; Sparks ve Browning, 2010). Tüketiciler bir seyahate çıkmadan, otelde konaklamadan ve bir restoranda yemek yemeden önce bu hizmetlerin kalitesiyle ilgili bilgiye sosyal medyada yer alan çevrim içi yorumlardan kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Hizmet deneyimini daha önceden gerçekleştirmiş tüketicilerin hizmetle ilgili olumlu ve olumsuz kararları potansiyel tüketiciler tarafından hizmeti satın alma karar aşamasında kullanılmakta ve bu yorumlar potansiyel tüketicilerin satın alma niyetini etkileyebilmektedir. Sosyal medya tüketicilerin işletmelerin hizmetleriyle ilgili şikâyetlerini dile getirmede, işletme ve tüketici arasında iletişimin sağlanmasında önemli bir araç haline gelmiştir (Filieri ve Mcleay, 2015: 45).

Müşteriler yeme içme deneyimlerini farklı yönlerden değerlendirmektedirler. Deneyimleri sonucu ortaya çıkan memnuniyetsizliklerini varsa restoranın web sayfasına ya da sosyal medya yer alan yorum sitelerinde dile getirmektedirler. Sosyal medyada yer alan seyahat tavsiye sitelerinde restoran işletmelerine yönelik müşteri şikâyetlerine oldukça fazla rastlanılmaktadır. Restoran işletmeleriyle ilgili şikâyetleri inceleyen çalışmalara bakıldığında, restoran müşterilerinin genel olarak atmosfer, personelin tutumu, sunum, fiyat, lezzet, yiyecek içeceğin kalitesi, temizlik ve özgünlük gibi konularda şikâyette buldukları tespit edilmiştir.

Bayram (2017) İstanbul’da faaliyet gösteren birinci sınıf restoranlara yönelik TripAdvisor web sitesinde bulunan çevrim içi tüketici yorumlarını içerik analiziyle değerlendirdiği araştırmasında müşterilerin en çok atmosferi, yemekleri ve hizmeti beğenirken ödedikleri ücret karşılığında aldıkları hizmeti beğenmediklerini belirtmiştir.

Pentalidis (2010) bir çevrimiçi restoran rehberinde (www.london-eating.co.uk) yer alan Londra’da yiyecek içecek hizmeti veren 300 restoranla ilgili yaptığı çalışmada müşteriler için başlangıç yemeğinin en hatırlanır unsur olduğunu müşteri değerlendirmelerinde sırasıyla yemek, hizmet ve atmosferin etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Şengül, Çavuş ve Taşkın (2018) TripAdvisor web sitesinde yer alan dünyanın en iyi 50 restoranı listesindeki restoran yorumlarını değerlendirdikleri çalışmalarında müşterilerin fiyat kalite dengesi, beklenti, hayal kırıklığı ve lezzet bakımından restoran hizmetlerine “ortalama” değer verdiklerini tespit etmişlerdir. Çalışmada ayrıca müşteri şikâyetlerinde en çok fiyat kalite dengesinin etkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Erdem ve Yay (2017) Antalya il merkezinde faaliyet gösteren birinci sınıf restoranlara ilişkin TripAdvisor web sitesinde yer alan yorumları inceledikleri çalışmada restoran müşterilerinin öncelikli olarak personel, daha sonra yiyecek içecek kalitesi, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyle ilgili şikâyetlerde bulduklarını belirtmiştir.

Doğan, Güngör ve Tanrısevdi (2016) Kuşadası’nda faaliyet gösteren ve TripAdvisor Mükemmellik Sertifikası’na sahip yiyecek ve içecek işletmeleriyle ilgili zayıf (2) ve berbat (1) değerlendirmesi yapan kullanıcıların yorumlar 6 farklı boyut altında değerlendirilmiştir. Bu boyutlar yemek, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizliktir. Olumsuz yorumlarda sipariş edilen ve servis edilen yemekler “kötü”, çalışan personeli “kaba”, fiyat açısından “çok pahalı”, servis açısından “yavaş”, atmosfer açısından “müzik çok gürültülü” ve “çok kalabalık”, temizlik boyutunda ise “çok kötü” ifadelerinin sıklıkla belirtildiğini ifade etmişlerdir.

Metodoloji

Kastamonu kültürel ve doğal çekiciliklerinin yanı sıra yemek kültürünün zenginliğiyle de oldukça önemli bir turizm kentidir. Kastamonu’da 812 çeşit yemek tespit edilmiş ve bu yemeklerin 500 adetinin Anadolu’nun diğer yörelerinde bilinmediği ortaya çıkmıştır (kastamonukultur.gov.tr, 2018). Kastamonu kültür ve doğa turizmi yanı sıra gurme turlarıyla da adından sıkça söz ettirmekte ve yöre mutfağı turistler tarafından oldukça ilgi görmektedir. Ayrıca Kastamonu 2018 yılında Türk Dünyası Kültür Başkenti ilan edilmiştir. Literatürde çevrim içi şikâyet konusuyla ilgili benzer çalışmalar bulunmaktadır ancak Kastamonu’da yöresel yiyecek içecek restoranlarına özgü bir çalışma bulunmamaktadır.

Bu çalışmanın amacı Kastamonu ilinde bulunan, yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin TripAdvisor web sitesinde yer alan olumsuz yorumların içerik analizi yöntemiyle belirlenmesidir. Araştırmada TripAdvisor web sitesinde Kastamonu ilinde yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan ve 10’un üzerinde yorum alan 10 işletme hakkında yapılan 760 yorum değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. 10’un altında yorum alan ve yöresel yiyecek içecek hizmeti sunmayan işletmeler değerlendirme dışı bırakılmıştır. Elde edilen 760 yorum tek tek incelenerek içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinde yorumlarda yer alan olumsuz kavramlara göre kodlama yöntemi kullanılarak sınıflandırılmıştır. Yapılan sınıflandırma Pentlidis’in (2010) kendi çalışmasında kullandığı sınıflandırmaya göre kategorize edilmiştir. Bu sınıflandırma yiyecek içeceklerle ilgili şikâyetler, servisle ilgili şikâyetler, fiyatla ilgili şikâyetler, hizmet ortamıyla ilgili şikâyetler, personel ile ilgili şikâyetler ve menüyle ilgili şikâyetler olmak üzere 6 ana kategori 16 alt kategoriden oluşmaktadır.

Bulgular ve Yorum

Tablo 1: Şikâyetlerin Sınıflandırılması

Ana ve Alt Temalar	n	%
Yiyecek içecekle ilgili özellikler		
Lezzet	114	25,45
Yiyecek kalitesi	50	11,16
Doyuruculuk	29	6,47
Yiyecek sıcaklığı	2	0,45
Hizmet ortamıyla ilgili özellikler		
Beklentiyi karşılamıyor	57	12,72
Temizlik	24	5,36
Atmosfer	12	2,68
Oto parkının olmaması	12	2,68
Dekorasyonun kötü olması	9	2,00
Havasız	8	1,79
Fiyatla ilgili özellikler		
Pahalı olması	45	10,04
Personelle ilgili özellikler		
Personelin ilgisizliği	36	8,03
Rezervasyon hatası	5	1,12
Servisle ilgili özellikler		
Yavaş olması	36	8,04
Menüyle ilgili özellikler		
Menü çeşitliliği	5	1,12
Menüde olan yiyeceklerin olmaması	4	0,89
Toplam	448	100

Kastamonu’da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerle ilgili sıklıkla şikâyet edilen unsurlar Tablo 1’de gösterilmiştir. Müşteriler çoğunlukla yiyecek içecek (195), hizmet ortamıyla (122), fiyat (45), personel (41), servis (36), ve menüyle (14) ilgili şikâyetlerde bulunmuşlardır. Alt temalar da ise yemeklerin lezzeti (114), hizmet ortamının beklentiyi karşılamaması (57), fiyatın pahalı olması (45), servisin yavaş olması (36) ve personelin ilgisizliği (36) en çok olumsuz yorum alan unsurlardır.

Yiyecek içecek kategorisinin altında bulunan temalar incelendiğinde lezzet (114), yiyecek kalitesi (50), doyuruculuk (29), yiyecek sıcaklığı (2) alt temaları ortaya çıkmıştır. Müşteriler yemek deneyimleri sonrası ortaya çıkan memnuniyetsizliklerini yorumlarında belirtmişlerdir:

“Hem internetteki hem bazı arkadaş tavsiyesine istinaden gittim. Birden fazla şeyin tadına bakabilmek için yarım porsiyon söyledim her şeyi. Bandumanın lezzeti ahım şahım değildi, yufkası çok fazlaydı. Güveçte et fena sayılmazdı ancak bunu geldikten 5-6 dakika sonra yemeğe başlamak lazım zira çok sıcak ve içinde etin kendi yağından başka çok et vardı. Pastırmalı ekmeğin incecik açılmıştı ama içinde güzel bir pastırma yoktu”.

“Cabada et çok yağlıydı, pastırmalı ekmeğin yavandı, tirit hamur gibiydi. Yemekleri beğenmedik, midemizi rahatsız etti. Memnun ayrılmadık”.

Müşterilerin restoranların hizmet ortamıyla ilgili şikâyetleri sırasıyla beklentiyi karşılamıyor (57), temizlik (24), atmosfer (12), otoparkının olmaması (12), dekorasyonun kötü olması (9), havasız (8) şeklinde ortaya çıkmıştır. Restoran işletmelerinin hizmet kalitesinin beklentiyi karşılamadığını düşünmektedirler.

“Meşhurdur gidin dedikleri için ekipçe gidip yemek yemek istedik. Epeyce de kalabalıktı ki bu da beklentimi çok yükseltmişti. Kalabalıktan dolayı bizi restoranın başka bir bölümünün üst katına çıkarttılar. Servis çok ağır ilgi pek yoktu. Kendimizi oraya atılmışı gibi hissettirdi. Etlı ekmek beklentimin çok çok altında lezzetsiz tatsız tuzsuzdu. Tire yemeği idare eder diyebilirim. Ama mutfak konumlanmasından mıdır nedir olduğu gibi isin dumanın içinde yedik yemeğimizi. Camları açarak biraz havalandırmaya çalıştık. Çıktığımızda saçımız üstümüz başımız tamamen yağ ve is kokuyordu. Kıyafetlerime sinen kokuyu anlatamam. Bir havalandırma sistemi bir formül bulmalılar bu kesin! Damak zevkine uyanlara belki hitap edecektir fakat ben tekrar iş seyahatim olursa sanırım tercih etmeyeceğim. Üzgünüm”.

Bir tv programında görüp gelmek istemiştik... Ortam otantik görünse de ses yalıtımı olmadığından yemek yerken karsındakiyle konuşmak bile sıkıntı veriyor, kafamız şişti diyebilirim. Otopark tek arabalık, engelli merdiveni(bebek arabası için vs.) yok. Menü kısıtlı yemekler idare eder.. Aman aman bir lezzet bulamadık.

“Mekânın dekorasyonu tarihi ile çok uyumlu değil”.

Müşterilerin üzerinde durdukları diğer bir konu ise fiyatların pahalı olmasıyla ilgilidir. Müşteriler hizmet kalitesiyle fiyat arasında bir denge olmadığını yorumlarında belirtmişlerdir.

“4 adet 100 er gram döner, 2 adet kutu cola, 4 adet su 140 TL Dönerin tadı hal içindeki dönercilerdeki kadar lezzetli değil. Kendim Kastamonu’lu olduğum için olsa gerek ödediğim ücretten rahatsız oldum. Normal bir restoranda ödeyeceğiniz ücret 90 TL. 140 TL ödediğinizde bir fark göremiyorsunuz”. Tüketicilerin bu yüksek fiyata tepki göstermesi gerektiğini düşünüyorum”.

Personelle ilgili şikâyetler personelin ilgisizliği (36) ve personelin sipariş alırken rezervasyon hatası (5) yapmasıyla ilgilidir. Restoranlarda hizmet veren personelin ilgisizliğinden ötürü memnun olmadıklarını yorumlarında ifade etmişlerdir.

“TripAdvisor da ki yorumlara bakarak bulduğumuz bu restoranın yemeklerinin tadına dahi bakamadık. Oradaki garson yüzünden. Dış mekânda ilk oturacağımız masayı temizlemesini söylediğimizde bizi bahçe bölümüne gönderdi. Burada oturduğumuz masanın temizlenmesini istediğimiz ise masanın temiz olduğunu ima eden hareketlerde bulundu oysa ki muşamba toz içindeydi.... Bize de oradan ayrılmak düştü...”

“Şu an restorandan yazıyorum. Yaklaşık 1 saat önce sipariş vermemize rağmen hala gelmedi. Sorduk fişi kaybetmişler. 6 ay önce geldiğimizde de yanlış servis getirmişlerdi. Bir daha buraya geleceğimi sanmıyorum”.

Müşterilerin servisle ilgili yorumları servisin yavaş olmasıyla (36) ilgilidir. Yorumlarında restoranlardaki servis hızından memnun olmadıklarını belirtmişlerdir.

“Bence anlatıldığı kadar güzel bir yer değil. Yorumlar üzerine gittik ama servis çok yavaştı. Yemekler de beklediğimiz gibi güzel değildi. Yani bir daha aklıma gelmez bu yer. Maalesef... Etlı ekmek ve karışık pidede beklenen lezzet yok, mezeler çok az verilse de lezzetli. Yayık ayran kesinlikle kötü”.

Müşterilerin menüyle ilgili şikâyetleri ise en son sırada yer almaktadır. Restoranın Menü çeşitliliği (5) ve menüsünde yazan yiyeceklerin olmaması (4) şikâyet konusu olmuştur.

Ortam çok güzel ve tarihi ancak menüde olan yemeklerin olmaması hüüzün verici, örneğin kuyu kebabı. Ayrıca soğuk patates ve kavurmanın içindeki sarımsak miktarı tüm tadı olumsuz etkileyecek şekilde fazla. :(

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada; Kastamonu ilinde bulunan, yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin TripAdvisor web sitesinde yer alan olumsuz yorumların içerik analizi yöntemiyle belirlenmesi ve şikâyetlerin giderilmesine yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada TripAdvisor web sitesinde Kastamonu ilinde yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoran şikâyetlerine yönelik bir model oluşturulmuştur. Modele göre kullanıcıların sıklıkla şikâyet ettiği konulardan 6 ana tema ve 16 alt tema belirlenmiştir. Ana tema olarak yiyecek içecek, servisle, fiyat, hizmet ortamı, personel ve menüye ilişkin şikâyetler kategorize edilmiştir. Araştırma sonuçlarının alan yazınında yapılan çalışmaların sonuçlarıyla benzer olduğu görülmektedir.

Dalgıç, Güler ve Birdir (2016) Mersin ve Hatay’da yöresel yiyecek sunan restoranlar üzerine yaptıkları çalışmada müşteriler açısından en önemli unsurun yemeğin lezzeti olduğunu tespit etmişlerdir. Pentalidis (2010) çalışmasında müşterilerin değerlendirmelerinde yemek kalitesinin önemli olduğunu belirlemiştir. Liu ve Jang (2009), Amerika’da bulunan Çin restoranları üzerine yaptıkları çalışmada müşteriler açısından en önemli unsurlardan birinin yemeğin lezzeti olduğunu tespit etmişlerdir. Lezzet ve yiyecek kalitesi müşterileri şikâyete yönlendirebilmektedir.

Müşteriler çok büyük beklentilerle restorana gittiklerini ancak restoran hizmetlerinin beklentiyi karşılamadığını, içerdeki atmosferin kötü olduğunu, temizliğin zayıf olduğunu yorumlarında belirtmişlerdir. Müşterilerin yemeğin lezzeti ve kalitesi kadar restoranın hizmet ortamına da değer verdikleri ortaya çıkmıştır.

Kastamonu’da yöresel yemek hizmeti sunan restoranlarda fiyatların pahalı olması şikâyet konusu olmuştur. Porsiyonların azlığı ve fiyatların yüksek olması müşteriler tarafından olumsuz değerlendirilmiştir. Yemeğe ödenen ücret Emir (2011)’in çalışmasında en önemli faktör iken, Taştan ve Kızılıçık (2017) çalışmalarında üçüncü önemli faktör olarak bulunmuştur.

Personelle ilgili şikâyetler personelin ilgisizliği ve rezervasyon hatası yapımlarıyla ilgilidir. Müşterilerin yemek yeme deneyiminde restoran personelinin ilgisi ve siparişlerin tutarlı olması önem verilen konular olarak ortaya çıkmıştır. Genel itibariyle müşteriler sadece verdikleri siparişin sunulmasını istemektedir. Dolayısıyla verdikleri sipariştan farklı bir siparişin masaya gelmesi müşteriler tarafından olumsuz karşılanabilecek ve şikâyet edilebilecek bir durumdur.

Servisle ilgili şikâyetler servisin yavaş olmasıyla ilgilidir. Müşterilerin sipariş edilen yemekleri yemek için uzun süre beklemeleri memnuniyetsizliğe neden olan konulardan biridir.

Menüye ilişkin şikâyetler ise Taştan ve Kızılıçık (2017)’in çalışmalarında olduğu gibi restoran müşterilerinin yiyecek, personel, servis ve fiyata nazaran en az şikâyet ettiği noktalardan biridir.

Müşteri şikâyetleri hizmet odaklı işletmelerin hizmet kalitesinin iyi olup olmadığına karar vermek için önemli bir göstergedir. Restoran sektöründe müşteri şikâyetleri tüketiciyi tatmin etme ve tüketiciyi elde tutma açısından önemli bir konudur. Çalışma sonucunda ortaya çıkan yemeğin lezzeti, kalitesi ve doyuruculuğu, servis hızı, personel davranışları, hizmet ortamı, dekorasyon, temizlik ve fiyat gibi konularda müşteri şikâyetleri Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek restoranların bu konularda kendilerini geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir. Restoranlarda sunulan yemeklerde kaliteli malzeme kullanılarak yemeğin lezzetinin artırılması sağlanabilir. Servis personeline yönelik şikâyetleri azaltmak ve sunulan hizmetin kalitesini artırmak adına müşteri memnuniyeti, doğru iletişim sağlama, yiyecek içecek servis kurallarını uygulama konularında eğitim verilmelidir. Müşteriler sipariş verdikleri yemek için uzun süre beklemek istemez. Bu nedenle yöneticiler tarafından personel zaman yönetimi eğitimi verilmeli ve personele bu konuda beceri kazandırılmalıdır. Müşteri memnuniyeti açısından personelin servis hızının hassas bir konu olduğu ve bu konunun işletmenin geleceği açısından da önemli olduğu bilincinin kazandırılması gerekmektedir.

Hijyenik olmayan bir ortamda yemek deneyiminin mükemmel olması beklenemez. Restoranın her alanında temizliğe özen gösterilmelidir. Menüde yer alan yemeklerin restoranda sunulması sağlanmalıdır. Örneğin; işletmenin kuyu kebabı yapacak imkân yoksa kuyu kebabı menüden çıkarılmalıdır. Ayrıca fiyat ve fiyatlandırma konusu üzerinde de durulması gerekmektedir. Fiyatın sunulan hizmetin üzerinde algılanması şikâyetlere yol açmaktadır. Fiyatlar mönü kartlarında belirtilmeli ve herkesin anlayabileceği bir dille yazılmalıdır. Ayrıca fiyatlandırma da pazar analizleri ve kıyaslamaların yapılması da adil fiyatın belirlenmesi açısından fayda sağlayabilir. Restoranlarda sunulan yemeklerin standart reçetesinin oluşturulması ve yiyeceklerde kaliteli malzeme kullanılması memnuniyeti daha çok arttırabilir. İşletmelerin yöresel lezzetlerin aslına sadık kalmaları, gıda içeriklerinde kaliteli malzeme kullanmaları hem Kastamonu mutfağının tanıtımında hem de Kastamonu'da yöresel yiyecek sunan işletmelerin tanıtılmasında önemli bir rol oynayacaktır. Zira; Kastamonu'ya gelip de yöresel yemek hizmeti sunan işletmelerden hizmet alan ve aldıkları hizmetten memnun kalmayan bireyler bu memnuniyetsizliklerini tekrar aynı bölgeye gelmemek, yörenin lezzetleri hakkında olumsuz konuşmak, yaşadıkları olumsuzlukları çevreleriyle paylaşmak ve hatta internet ortamında olumsuz deneyimlerini daha geniş kitlelere duyurmak gibi davranışlarda bulunabilirler. Bu nedenle lezzet konusu sadece işletmeleri değil bütün bölgeyi olumsuz etkileyebilecek sonuçlar ortaya çıkarabilir. Şikâyet içerikli müşteri yorumlarına yönelik işletmelerin çözüm odaklı geri bildirim sağlanmalıdır.

Kastamonu mutfağı 812 çeşit yemeğiyle oldukça zengin bir mutfaktır. Böylesine zengin bir mutfak kültürünü yansıtmaya çalışan restoran işletmelerinin müşteri şikâyetlerini dikkate almaları ve kendilerini geliştirmeleri Kastamonu mutfağının tanıtımına da fayda sağlayacaktır.

Kaynakça

Alcázar M.C. H., Piñero M.S., ve Maya R. S. (2014). The Effect of User-Generated Content on Tourist Behavior: The Mediating Role of Destination Image, *Tourism & Management Studies*, 10(Special Issue), 2014, 158-164.

Barlow, J. ve Moller, C. (2008). *A Complaint Is A Gift*, Berrett-Koehler Publisher.

- Bayram, M. (2017). Tüketicilerin İstanbul Restoranlarına Yönelik Algıları: Memnuniyetlerini Etkileyen Unsurların Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 142-154.
- Bell, J. B., Menguc, B. ve Stefani, S. L. (2004), When Customers Dissappoint: A Model of Relational Internal Marketing and Customer Complaints, *Academy of Marketing Science*, 32(2), 112-126.
- Browning, V., So, K. K. F., ve Sparks, B. (2013). The Influence of Online Reviews on Consumers' Attributions of Service Quality and Control for Service Standards in Hotels. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 23-40.
- Dalgıç, A., Güler, O. & Birdir, K. (2016). Tripadvisor.com'da Yer Alan Restoran Şikâyetlerinin Analizi: Mersin ve Hatay'da Yöresel Yiyecek Sunan Restoranlara Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4/Special Issue 1, 153-173.
- Doğan, S., Güngör, M. ve Tanrısevdi, A. (2016). Çevrim içi Tüketici Yorumlarının İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi: Kuşadası'ndaki Yiyecek ve İçecek İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma, *Uluslararası Hakemli Pazar ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, Sonbahar Kış Dönemi (9), 1-22.
- Emir, O. (2011). Customer Complaints and Complaint Behaviours in Turkish Hotel Restaurants: An Application in Lara and Kundu Areas of Antalya, *African Journal of Business Management*, 5 (11), 4239-4253.
- Erdem, Ö. ve Yay, Ö. (2017). Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği, *Journal of Toruism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249.
- Filieri, R., ve McLeay, F. (2014). E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors that Influence Travelers' Adoption of Information From Online Reviews, *Journal of Travel Research*, 53(1), 44-57.
- Gretzel, U. ve Yoo, K-H. (2017). Social Media in Hospitality and Tourism, Saurabh Kumar Dixit(Ed.) *The Routledge Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*, içinde (s.339-346), Routledge.
- Heung, C. S., ve Lam, T. (2003). Customer Complaint Behavior Towards Restaurant Service, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(4/5), 283-289.
- Kevoe-Feldman, H. (2018). The Interactional Work of Suppressing Complaints in Customer Service Encounters, *Journal of Pragmatics*, 123, 102-112.
- Kim, D.-Y., Lehto, X. Y., ve Morrison, A. M. (2007). Gender Differences in Online Travel Information Search: Implications for Marketing Communications on the Internet. *Tourism Management*, 28: 423-433.
- Liu, Y. ve Jang, S. S. (2009). Perceptions of Chinese Restaurants in the US: What Affects Customer Satisfaction and Behavioral Intentions?, *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348.
- Murphy, J. ve Olaru, D. (2009). How Information Foraging Styles Relate to Tourism Demographics and Behaviours, *Journal of Vacation Marketing*, 15: 299-309.
- Pantelidis, I. S. (2010). Electronic Meal Experience: A Content Analysis of Online Restaurant Comments, *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(4), 483-491.
- Pollach, I. (2006). Electronic Word of Mouth: A Genre Analysis of Product Reviews on Consumer Opinion Web Sites, *Proceedings of The 39th Hawaii International Conference On System Sciences*, 10.
- Richard, J.E. ve Guppy, S. (2014). Facebook: Investigating The Influence On Consumer Purchase Intention, *Asian Journal of Business Research*, 4(2), 1-15.
- Santos, D.P., (2017). The Influence of Online Social Media Platforms on the Choice of Restaurants, Master in Marketing Thesis, Instituto Invarsitrio de Lisboa, ISCTE Business School.
- Sparks, B. A., ve Browning, V. (2010). Complaining in Cyberspace: The Motives and Forms of Hotel Guests' Complaints Online, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 797-818.
- Şengül, S., Çavuş, O. ve Taşkın, E. (2018). Analysis of E-Complaints for Restaurant Enterprises in the World's 50 Best Restaurant List, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6(1), 320-334.

Taştan, H. ve Kızılcık, O. (2017). Kahramanmaraş’ta Bulunan Yiyecek İçecek İşletmelerine Yönelik Tripadvisor.com’da Paylaşılan Şikâyetlerin Sınıflandırılması, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270-284.

Timilsina, M. (2017). Impacts of social media in restaurant businesses- A case study of restaurant based on Oulu region, Bachelor’s Thesis, Business and Information Technology, Oulu University of Applied Sciences.

Türker, N ve Yaşar, Z. (2018). Safranbolu’nun Kültürel Çekiciliklerine Yönelik Ziyaretçi E-Yorumlarının Değerlendirilmesi: TripAdvisor Örneği, I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı, 24-27 Ekim 2018, Safranbolu, Türkiye.

Xiang, Z. ve Gretzel, U. (2010). Role of Social Media in Online Travel Information Search, *Tourism Management*, 31(2): 179-188.

İnternet Kaynakçası

<http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR-168435/ne-yenir.html> Erişim Tarihi: 31.12.2018.

<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> Erişim Tarihi: 24.06.2019