



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org
ISSN:2148-5321

RESTORAN İŞLETMELERİNDE MÜŞTERİ ŞİKÂYET DAVRANIŞLARI: LİTERATÜR İNCELEMESİ

Sezer KARASAKAL^a

^a Uluslar arası Antalya Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Antalya, Türkiye (sezer.karasakal@antalya.edu.tr)

ARTICLE HISTORY

Received:
15.06.2017
Accepted:
17.09.2017

Anahtar Kelimeler:

Restoran işletmeleri
Şikayet davranışları
Tatmin
Tatminsizlik

Keywords:

Restaurant establishments
Complaint behaviours
Satisfaction
Dissatisfaction

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, ulusal ve uluslararası yazında, restoranlarda müşteri şikayet davranışlarını ele alan çalışmaların detaylı bir literatür taramasını yapmaktır. 2000-2016 yılları arasında yapılan Türkçe, İngilizce ve erişime açık çalışmalar taranmış ve en çok görülen şikayet davranışları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bununla birlikte, şikayet davranışını şekillendiren değişkenlere de (demografik ve kültür/milliyet) yer verilmiştir.

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the researches conducted in national and international literature on customer complaint behavior towards restaurants. Turkish, English studies, which were open to access, conducted between 2000- 2016 were reviewed and widely found complaint behaviours were suggested. In addition to this, variables which effects complaint behaviors such as, demographic and nationality/culture were included in study.

*Sorumlu Yazar: Sezer KARASAKAL

E posta: sezer.karasakal@antalya.edu.tr

GİRİŞ

Amacı kâr etmek olan işletmeler için müşteri önemli rol oynamaktadır. Restoran işletmeleri de faaliyetlerini devam ettirebilmek için müşteri beklentilerini karşılayacak nitelikli hizmeti sunmak durumundadırlar (DeFranco vd., 2002). Diğer bir ifade ile restoranlar kâr etmek ve faaliyetlerini sürdürebilmek için müşterilerin ihtiyaçlarını doğru bir şekilde karşılamak ve tatmin olmalarını sağlamaları gerekmektedir. Böylece restoran işletmeleri, sadık müşteriler oluşturarak faaliyetlerini devam ettirme olanağı elde edeceklerdir.

Hem tüketicilerin farklı gruplardan oluşması hem de restoran işletmelerinin sunduğu ürünlerin çeşitlilik göstermesi tüketicilerin her zaman tatmin ve mutlu olmasını zorlaştırmaktadır (Gürsoy vd., 2003). Özellikle, restoranların emek yoğun ve büyük oranda soyut özellik göstermesi yüzde yüz müşteri memnuniyeti sağlamayı neredeyse imkânsız kılmaktadır (DeFranco vd., 2005).

Tüketicileri tatmin etmek için onların ihtiyaç ve isteklerini önceden bilmek oldukça önemlidir. Fakat çoğu zaman tüketicilerden geri bildirim gelmediği için bu ihtiyaçlarını bilmek kolay olmamaktadır. Dolayısıyla tüketicilerden gelen şikâyetler işletmelerin ihtiyacı olan bilgi kaynağını oluşturmaktadır (Heung ve Lam, 2003) ve müşterilerini tatmin edecek şekilde stratejiler geliştirmelerine fırsat vermektedirler. Restoranların hizmet standartı ne kadar yüksek olursa olsun, kimi zaman müşteri beklentisi ile müşterinin alacağı hizmet arasında fark olacaktır. Beklenti alınan hizmetten ne kadar büyük olursa müşterinin şikâyet etme eğilimi o kadar artacaktır (Chang vd., 2012)

Beklenildiğinin aksine çoğu zaman memnun olmayan müşterilerin işletmeye şikâyetlerini bildirmedikleri gözlemlenmiştir. Gürsoy vd. (2003) tatmin olmayan tüketicilerin yarısının işletmeye şikâyet etmediklerini ifade etmişlerdir. Bu “sessiz” müşteriler şikâyetlerini işletmeye iletmek yerine, ağızdan ağıza iletişim ile çevresindekilere işletme hakkında olumsuz geri bildirimlerde bulunabilmekte ve sonraki alışverişlerinde rakip işletmeleri tercih etme eğilimi gösterebilmektedir (Su ve Bowen, 2000). Day ve Landon’a (1977) göre tüketici şikâyet etmeden önce, şikâyetin maliyetini ve faydasını değerlendirir ve değeceğini düşündüğünde şikâyet etme davranışında bulunur. Lewis ve Morris (1987) ise tüketicilerin şikâyet etmemelerinin sebebini üç başlık altında ifade etmiştir: (1) şikâyet etmeye değer bulmamak, (2) nereye ve kime şikâyet edeceklerini bilmemek ve (3) şikâyet etseler de bir şeyin değişeceğine inanmamak.

İşletme yöneticileri tatmin olmayan tüketiciyi şikâyet etmeye teşvik etmelidirler, böylece hatayı telafi ederek, mutsuz olan tüketiciyi sadık hale getirme fırsatını elde edeceklerdir (Gürsoy vd., 2003). Bu bağlamda restoran müşterilerinin şikâyet davranışlarını anlamak ve onlara doğru çözümler geliştirmek oldukça önemli hal almıştır. Bu çalışma, restoran özelinde müşteri şikâyet davranışlarını ele alan çalışmaları ele alarak irdelemiştir. Restoran işletmelerinde, tüketicilerin göstermiş oldukları şikâyet davranışları tablo halinde sunulmaktadır.

RESTORAN İŞLETMELERİNDE MÜŞTERİ ŞİKÂYET DAVRANIŞLARI

Müşteri tatmini/tatminsizliği, beklenti ve alınan hizmet arasında farkın değerlendirmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Beklentilerin karşılanmaması durumunda da tatminsizlik durumu ortaya çıkmaktadır (Day, 1984). Landon (1980), şikâyet davranışını tüketicilerin tatminsizlik duygularını ilgili kişilere bildirmeleri olarak açıklarken, Jacoby ve Jaccard (1981), şikâyet davranışını ürün veya hizmet ile ilgili negatif iletişim yaşayan tüketicinin o ürün veya hizmeti üreten ya da pazarlamasını yapan kuruma tatminsizliğini belirtmek olarak tanımlamıştır. Müşteri şikâyet davranışı çalışmalarında temellendirilen en yaygın iki teori, beklentinin onaylanmaması teorisi (expectation-disconfirmation theory) ve eşitlik teorisi’dir (equity theory).

Beklentinin onaylanmaması teorisi, müşterinin üründen beklentisi ile kullanım sonrasında elde ettiği performansı karşılaştırmasıdır (Hunt, 1977’den aktaran Ko, 2000). Müşterilerin ürün ve hizmetten elde ettikleri deneyim sonucunda oluşan tatmini açıklayan önemli bir teoridir. Müşteri satın alacağı ürün ile ilgili önceden bir beklenti ve düşünceye sahip olmaktadır, ürünü deneyimledikten sonra, beklenti ve performans arasındaki farka bakar. Eğer beklenti performanstan fazla ise negatif uyumsuzluk, az ise pozitif uyumsuzluk oluşmaktadır. Kısaca, performans arttıkça veya pozitif uyumsuzluk arttıkça (positive disconfirmation) tatmin artmaktadır. Sonuç olarak, bu teori performansın beklentinin altında kalması ve algılanan hizmet kalitesinin yetersiz olmasından dolayı tüketicinin

tatminsizlik yaşayarak şikâyet etme eğiliminde olabileceğini ifade etmektedir (Bearden, 1983'den aktaran Tronvoll, 2008).

Eşitlik teorisi, müşterinin almış olduğu hizmet ile diğer müşterilerin almış olduğu hizmeti karşılaştırılması ve analizi varsayımına dayanmaktadır(Adams, 1963'den aktaran Ko, 2000)ve böylece müşteriler işletmenin ne kadar adil ve eşit hizmet sunduğunu belirlemeye çalışmaktadır. Diğer bir ifade ile tüketici restoran işletmesinden hizmet satın alırken belirli fedakarlıklarda bulunmaktadır (girdi) (zaman, para, efor), ve elde edeceği hizmetin (çıktı) (tatmin edici hizmet, statü)bu fedakarlıklara değmesini beklemektedir. Girdi- çıktı karşılaştırmasını diğer müşterilerin almış olduğu hizmet için de yapmaktadır. Dolayısıyla,müşteri karşılaştırma neticesinde bir eşitsizlik olduğunu düşünürse üzüntü ve hayal kırıklığı yaşayacak ve şikâyet davranışında bulunabilecektir (Tronvoll, 2008).Girdi ve çıktı dengeli olursa eşitlik sağlanmış olacak ve tüketici tatmin olacaktır.

Müşterinin yemek deneyiminden elde edeceği tatmini sadece yemek kalitesi değil, algısı ve sunulan hizmetin kalitesi de etkilemektedir (Chang et al., 2012). Bununla birlikte, müşteriler genel olarak fiyat düzeyi, yemeğin geç ya da soğuk gelmesi (Sökmen, 2010), menü kartındaki yiyecek ve içeceklerin okunmasının güç olması, menü kartında yer alan yiyecek ve içeceklerin sunuma hazır olmaması, çeşitlerin yetersiz olması(Albayrak, 2013),restoranın sıcak ya da soğuk olması (Westerterp-Platenga, 1999), kalabalık olması ve gürültülü olması (Zorlu vd., 2013),hoşa gitmeyen kokular (Chebat vd., 2009),işletmenin mimarisi, kullanılan renkler, materyaller, mefruşat ve restoran içerisindeki trafik durumu (Bitner, 1992; Berry and Wall, 2007; Han and Ryu, 2009; Liu and Jang, 2009) vb. konularda şikâyet etme eğilimi gösterdikleri görülmüştür.

Müşteriler karşılaştıkları sorunlar karşısında bazı eylemlerde bulunabilmektedir. Huang vd. (1996) müşterilerin tatminsizlik ile ilgili şikâyetlerini hukuki yollara başvurarak ve aynı işletmeden tekrar satın almama gibi eylemlerde bulunabileceklerini ifade etmiştir. Singh (1988) ise tüketicilerin şikâyet davranışlarını üç başlık altında toplamıştır; sesli şikâyet , bireysel şikâyet ve üçüncü kişilere şikâyet . Rogers vd. (1992) ise farklı olarak tepkisiz “kalma”nın da bir davranış olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 1.Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyet Davranışları

Metodoloji		Şikâyet davranışı	Tanım*	
Chan vd., 2016	30, Hong Kong	Grounded teori	tekrar o restorana gitmemek	-
			aile ve arkadaşları ile paylaşmak	-
			olumsuz ağızdan ağıza	-
			para iadesi ve zararının karşılanmasını istemek	-
			yaymak	-
			restorani boykot etmek	-
Özdemir vd., 2015	95, Türkiye	İçerik analizi	• Sesli tepkiler	-
			garsona şikâyet etmek	Misafirin şikâyetini garsona iletmesi
			müdüre şikâyet etmek	Misafir şikâyetini garsona iletip, garsonun çözüm üretemeyeceğini düşündüğünde daha yetkili olan müdüre şikâyetini iletmesi
			sahibine şikâyet etmek	Misafirin şikâyetini garsona ve müdüre ilettiği halde çözüm bulamadığında işletme sahibine şikâyetini bildirmesi
			• Tepkisiz kalmak	-
birşey yapmamak	-			
Kim vd., 2014	379, ABD ve Kore	Faktör analizi ve t-testi	Kişisel tepkiler	*Kişinin memnuniyetsizliği sonucu, işletme hakkında negatif düşüncelerini çevresindekilere iletmesi ve tekrar o işletmeyi tercih etmemesi
			yaymak	*Tüketicinin şikâyetini işletmeye bildirmesi ve telafi talebinde bulunması
Albayrak, 2013	384, İstanbul	Ortalama ve Korelasyon	çevremdekilere söyledim	-
			yönetime sözlü olarak şikâyetimi ilettim	-
			o restorana bir daha gitmedim	-
			yönetime yazılı olarak şikâyetimi ilettim	-
			şikâyet kutusuna not bıraktım	-
			ilgili kuruluşlara ilettim	-
			basın araçlarını kullandım	-
Zorlu vd., 2013	396, Afyon	Faktör analizi, T-testi, One way anova ve Basit doğrusal regresyon	kişisel tepkiler	*Kişinin aile ve arkadaşlarına işletme ile ilgili negatif bildirimlerde bulunması
			sesli tepkiler	*Kişinin şikâyetini işletme yöneticilerine ve çalışanlarına bildirip çözüm bekleme
			üçüncü taraf tepkiler	*Kişinin şikâyetini ilgili kamu kurumlarına bildirmesi
Chang vd., 2012	790, Taipei	Faktör analizi, One-way ANOVA, Two-way ANOVA, (MANOVA), Scheffe testi ve Ki-kare.	şikâyeti başkalarına söyleme	*Müşterinin şikâyetini çevresindekiler iletmesi
			şikâyeti yönetime iletme	*Müşterinin şikâyetini işletme yöneticilerine bildirmesi
			pasif davranma	*Müşterinin şikâyetini sözlü ve yazılı olarak ifade etmesi yerine işletmeyi değiştirmeyi tercih etmesi

Tablo 1. Devam

Emir, 2011	1148 (Türk, Rus, Alman ve Flamenk), Antalya	Onaylayıcı faktör analizi, Korelasyon ve ANOVA	pasif davranma ve değiştirme	Müşterinin şikâyetini dile getirmemesi ve işletmeyi değiştirmesi
			kişisel tepkiler	Müşterinin aynı işletmeyi tekrar tercih etmemesi
			sesli tepkiler	Müşterinin şikâyetini işletme yöneticilerine bildirmesi
			üçüncü taraf tepkiler	Müşterinin şikâyetini kamu kurumlarına bildirmesi ve internet aracılığı ile üçüncü kişilere bildirmesi
Kim ve Chen, 2010	319	Onaylayıcı faktör analizi ve YEM	sesli tepkiler	Müşterinin şikâyetini garsona, müdüre ve/veya patrona iletmesi
			çıkış	Müşterinin aynı işletmeye tekrar gelmemesi
			ağızdan ağıza	Kişinin karşılaştığı memnuniyetsiz durum neticesinde, etrafına işletme ile ilgili olumsuz ifadelerde bulunması ve o işleme gitmemeleri için uyarması
			üçüncü taraf tepkiler	Kişinin yaşadığı memnuniyetsizlik neticesinde resmi kurumlara şikâyetini bildirmesi
Kıtapçı, 2008	110, Sivas	Ki-kare	dostlara ve aile bireylerine söylemek	-
			o restorana tekrar gitmemek	-
			yönetime sözlü şikâyet etmek	-
			şikâyet kutusuna not bırakmak	-
			tüketici demeklerine şikâyet etmek	-
			basın araçlarına yazmak	-
			idareye şikâyet mektubu yazmak	-
Kim ve Lynn, 2007	300, (Çin, Japon ve Kore)	Faktör analizi, K-ortalamlar kümesi ve Diskriminant analizi	sesli tepkiler	Müşterinin şikâyetini restoran çalışanlarına bildirmesi
			kişisel tepkiler	Müşterinin aynı restorana tekrar gitmemesi ve çevresini gitmemesi konusunda uyarması
			üçüncü taraf tepkiler	Müşterinin şikâyetini yasal mercilere bildirmesi
Sujithamra k ve Lam, 2005	250, Deaswood, ABD	ANOVA ve T-testi	kişisel tepkiler (private action)	Müşterinin aynı işletmeyi tekrar kullanmaması, yakınlarına gitmemesi konusunda uyarması ve kötülemesi
			reklam yapma (public action)	Yönetime şikâyette bulunması ve yasal yollara başvurarak zararının telafi edilmesini istemesi
			tepkisiz kalmak	Müşterinin hiç bir eylemde bulunmaması
DeFranco vd., 2005	323, Hong Kong ve Houston.	Faktör analizi ve T-testi	kişisel tepkiler	Müşterinin işletmeyi tekrar tercih etmemesi
			yaymak	Müşterinin şikâyetini farklı platformlarda yayarak duyulmasını sağlaması
			işletmeye şikâyet etmek	Müşterinin şikâyetini restoran yöneticilerine bildirmesi
			kötülemek	Müşterinin restoran hakkında olumsuz ifadeler kullanması
Gursoy vd., 2003	1008	Hiyerarşik küme çözümlemesi ve ANOVA	olumsuz ağızdan ağıza	-
			garsona şikâyet etmek	-
			müdüre şikâyet etmek	-

Tablo 1. Devamı

Lam ve Thang, 2003	250, Hong Kong	Faktör analizi ve One-way ANOVA,	kişisel tepkiler	Müşterinin aynı işletmeyi tekrar tercih etmemesi ve yakın çevresine işletme ile ilgili olumsuz ifadeler kullanması
			kötülemek	Müşterinin işletme hakkında çevresine olumsuz ifadeler kullanması
			işletmeye şikâyet etmek	Müşterinin işletme yönetimine şikâyetini iletmesi ve zararının karşılanmasını istemesi
			yaymak	Müşterinin yasal yollara başvurarak şikâyetini etmesi ya da medya aracılığı ile yayması
Heung ve Lam, 2003	220, Hong Kong	Ki-kare	aile ve arkadaşları uyarmak	-
			restorana tekrar gitmemek	-
			üst kademeye şikâyet etmek	-
			şikâyet kartına yazmak	-
			şikâyet mektubu yazmak	-
			gazeteye ya da diğer medya kuruluşlarına yazmak	-
			tüketici konseyine şikâyet etmek	-
Jones et al., 2002	951, USA	Küme analizi, çapraz tablo ve çoklu farklılık analizi	tepkisiz kalmak	
			çevresine bildirmesi	
			ağızdan ağıza	
Wildes ve Seo, 2001	6000	Ki-kare ve ANOVA	sözlü	-
			yazılı	-
			restorana tekrar gitmemek	-
Lin ve McClure, 2001	411, Güney Kore ve ABD	Faktör analizi ve ANOVA	sesli tepkiler	Müşterinin işletme yöneticilerine şikâyetini iletmesi
			kişisel tepkiler	Aynı işletmeyi bir daha kullanmaması ve yakın çevresine negatif bildirimlerde bulunması
			üçüncü taraf tepkiler	şikâyetini ilgili kurumlara iletmesi
Su ve Bowen, 2000	331, ABD	T-testi ve ANOVA	yönetime şikâyet etmek	-
			şikâyet kartına yazmak	-
			daha az bahşiş	-
			1-800 aramak	-

*Tanımlar ölçeklerde yer alan ifadelerden yola çıkarak yapılmıştır.

Tablo 1’de 2000-2016 yılları arasında çalışılmış, erişime açık İngilizce ve Türkçe dilinde yazılmış restoran (otel içerisinde bulunanlar dahil) müşterilerinin şikâyet davranışlarını inceleyen çalışmalar yer almaktadır. Şikâyet davranışlarını incelediğimizde en sık görülen davranış türleri; restorana tekrar gitmemek (boykot), çevresindekilere (aile ve arkadaş) restoran hakkında olumsuz ifadeler kullanmak ve gitmemeleri yönünde telkinde bulunmak, medyayı (yazılı, sözlü ve sosyal) kullanarak işletme hakkında olumsuz ifadeleri başkaları ile paylaşmak, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına şikâyetlerini bildirmek, işletme çalışanlarına (garson, yönetici ve patron) yazılı ve sözlü olarak şikâyetlerini iletmek, birşey yapmamak, para iadesi ve zararın karşılanmasını istemek ve son olarak daha az bahşiş vermek. Çalışmalar incelendiğinde en sık bulunan şikâyet davranışının, müşterinin çevresindekilere olumsuz ağızdan ağıza ile bildirimde bulunarak memnuniyetsizliğini başkalarına yayması görülmüştür. Her bir müşterinin onlarca kişiye işletme hakkında kötü reklamasyon yapması göz önünde bulundurulduğunda, işletmelerin zararlarının fazla olması kaçınılmaz olacaktır. Bu sebeple, işletmelerin müşterilerini şikâyet etmeye teşvik etmeleri ve hatalarını hızlı ve doğru bir şekilde düzeltmeleri hayati derecede önemli olmaktadır.

Restoranlarda müşterilerin şikâyet etme davranışını etkileyebilecek birçok faktör bulunmaktadır (Özdemir vd., 2015). Demografik özellikler şikâyet davranışı üzerinde etkili olabilmektedir. Kadın müşterilerin erkeklere göre daha fazla şikâyet eğiliminde oldukları belirtilmiştir (Keng vd., 1995). DeFranco vd. (2002) otel restoranları üzerinde yaptıkları çalışmada kadın ve erkeklerin kişisel tepki (private action) davranışları arasında bir fark olmadığını, ayrıca, erkeklerin şikâyeti yayma (public action) davranışına kadınlara göre daha fazla başvurduklarını ifade etmiştir. Zorlu vd., (2013) termal tesiste konaklayan müşterilerin otel restoranına yönelik şikâyet davranışlarını ölçtüğü çalışmada, evlilerin bekarlara göre restorana daha fazla kötüledikleri, daha fazla medya araçlarını kullanarak şikâyet ettikleri ve yasal haklarını aradıklarını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, evlilerin bekarlara göre çevresini restorana gelmemesi konusunda daha fazla uyardıkları ifade etmiştir. Kitapçı (2008) Sivas’ta yapmış olduğu çalışmada müşterilerin yaşı arttıkça şikâyet etme eğilimlerinin azaldıkları ifade etmiştir. Heung ve Lam (2003) çalışmalarında, genç ve orta yaşlı kişilerin yaşlılara göre daha fazla reklam etme eğiliminde olduklarını bulmuşlardır. Zorlu vd. (2013) 45-54 yaş grubundan daha genç olanların bu yaş grubuna göre daha fazla şikâyet eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Wildes ve Seo (2001) dünyanın farklı ülkelerinden elde ettikleri veriler doğrultusunda, orta yaşlı ve yüksek gelir grubundaki kişilerin daha fazla şikâyet ettiklerini (sözlü ve yazılı) ortaya çıkarmışlardır. Heung ve Lam (2003) araştırmalarında, müşterilerin eğitim seviyeleri arttıkça şikâyet davranışlarının da arttığını açıklamışlardır. Benzer şekilde, Sujithamrak ve Lam (2005) ABD’de otel restoranlarına yönelik çalışmalarında, üniversite ve daha yüksek düzeyde eğitimi olan kişilerin şikâyet davranışı olarak kişisel tepkiyi daha fazla başvurabildiklerini ortaya çıkarmıştır.

Kültür de şikâyet davranışları üzerinde etkili olabilmektedir (Liu ve McClure, 2001; Kim and Lynn, 2007). DeFranco vd. (2005) Huston ve Hong Kong’da yaşayanlar üzerinde yaptıkları çalışmada, Huston grubunun Hong Kong grubuna göre kişisel tepki (personal actions) ve yönetime şikâyet davranışlarını daha fazla sergilediklerini, Hong Kong grubunun ise kötüleme (bad-mouthing) davranışını diğer gruba göre daha fazla sergilediklerini ortaya koymuşlardır. Liu ve McClure (2001), G.Koreli (kolektivist) ve Amerikalılar (bireyci) arasındaki şikâyet davranışını incelediği çalışmada, kolektivist kültürde yaşayanların (Kore) bireysel kültürde yaşayanlara (Amerikalı) göre sesli tepkiyi (voice response) daha az sergiledikleri, fakat kişisel davranışları (private behavior) daha fazla sergilediklerini ifade etmişlerdir. Kolektivist kültürden gelen kişiler “biz duygusu” ağır bastığı için özellikle toplum için olumsuz ifadeler kullanmak kabalık olarak görülmektedir (Hofstede, 1991’den aktaran Emir, 2011). Emir’in (2011) Antalya’da otelde konaklayan Türk, Alman, Rus ve Flemenk turistler üzerinde yapmış olduğu çalışmada, turist milliyeti ve şikâyet davranışı arasında fark olup olmadığını incelemiştir. Almanların ve Flemenklerin sesli tepkiyi ve bireysel davranışı sergilediklerini belirtmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, restoran işletmeleri özelinde yapılan çalışmalarda müşterilerin şikâyet davranışını konu alan araştırmaları incelemektir. Bu bağlamda, Türkçe ve İngilizce literatür incelenerek 2000- 2016 yılları arasında yapılmış ve erişime açık çalışmalar çalışma kapsamına alınmıştır. Restoran işletmelerinde müşteri şikâyet davranışları tablolandırılarak sunulmuştur.

Teorik bölümde belirtildiği üzere, müşterilerin şikâyet eğiliminde bulunmalarının altında yatan temel sebep tatminsizlik, beklentilerin karşılanmaması ve haksızlığa/adaletsizliğe uğradıklarını düşünmeleridir. Dolayısıyla,

işletmeler mşişterilerin beklentilerini 6nceden belirlemeli bu y6nde hizmet sunmaladırlar, ayrıca mşişteriler arasında eşitsizliğe sebep olacak hizmet hatalarından sakınmaları gerekmektedir. Yazında en sık g6r6len şikayet davranışının “işletmeye tekrar gitmemek” olduğu g6r6lmüşt6r. İşletmeler, iyi bir geri bildirim sistemi kurdukları takdirde, mşişterilerinden olumlu ve olumsuz geri d6n6şler olarak hatalarını telafi edecek veya hizmetlerini daha iyiye taşıyacak fırsatı elde edebilirler. B6ylece hatanın d6zeldiğini g6ren mşişteri mutlu olacak ve tekrar o işletmeye gitme eğilimi g6sterebilecektir.

Tablo 1’den anlaşılacağı 6zere, restoran mşişterilerinin belirli bir kısmı, alınan hizmetten memnun olmamalarına rağmen şikâyet davranışında bulunmamaktadırlar (pasif davranma/tepkisiz kalma). Restoran işletmeleri, 6zellikle bu sessiz mşişterilerden geri bildirim alma yollarını keşfetmeleri gerekmektedir.

Diğer yandan bu 6alışmada şikayet davranışı ve bazı bağımlı (demografik 6zellikler ve k6lt6r/milliyet) değişkenler arasında ilişki olduğu ortaya konmaya 6alışılmıştır. Restoran işletmeleri, mşişteri profilini iyi analiz etmelidir. Ayrıca turistik b6lgede hizmet sunan işletmeler, her milliyetin tatmin ve şikayet davranışının farklılık g6sterebileceğinin farkında olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adams, J. S. (1963). Towards an Understanding of Inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. 67 (5), 422-436.
- Albayrak, A. (2013). Restoran İşletmelerinde Müşteri Şikâyetleri ve Şikâyet e İlişkin Davranışlar. *Paradoks Ekonomi.Sosyoloji ve Politika Dergisi*. 9 (2), 27-51.
- Bearden, W. O.ve Teel, J. E. (1983). Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports. *Journal of Marketing Research*. 20 (1), 21-28.
- Berry, L. L. ve Wall, E. A. (2007). The Combined Effects of the Physical Environment and Employee Behavior on Customer Perception of Restaurant Service Quality. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 48 (1), 59–69.
- Bitner, J. M. (1992). Service Scapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees.*Journal of Marketing*. 56 (April), 57-71.
- Chan, G. S. H., Hsiao, A. C. H., ve Lee, A. L. Y. (2016). Exploration of Customer Compliant Behavior toward Asain Full-Service Restaurants. *International Journal of Marketing Studies*. 8 (2), 46-58.
- Chang, J., Khan, M. A. ve Tsai, C. T. (2012). Dining Occasions, Service Failures and Customer Complaint Behaviors: An Empirical Assessment.*International Journal of Tourism Research*, 14, 601-615.
- Chebat, J. C., Morrin, M. ve Chebat, D. R. (2009). Does Age Attenuate The Impact of Pleasant Ambient Scent on Consumer Response?*Environment and Behavior*. 41 (2), 258–267.
- Day, R.L. (1984). Modeling Choices among Alternative Responses to Dissatisfaction. N.A. in *Advances in Consumer Research*. 11, 496- 499.
- Day, R. L. veLandon, E. L. (1977). Toward a Theory of Consumer Complaint Behavior. In A. G. Woodside, J. N. S.ve Bennett, P. D. (eds.), *Consumer and Industrial Buying Behavior*. New York: North-Holland.
- DeFranco, A., Wortman, J.ve Lam, T. (2002). Demographic Characteristic Differences in Customer Complaint Behavior: An Exploratory Comparison of Hotel Restaurants in Hong Kong and Houston.*Proceedings of the Fifth Biennial Conference Tourism in Asia: Development, Marketing, and Sustainability*. Hong Kong,23–25 May, 672–681.
- DeFranco, A., Wortman, J., Lam, T.ve Countryman, C. (2005). A Cross-Cultural Comparison of Customer Complaint Behavior in Restaurants in Hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 10(2), 173-190.
- Emir, O. (2011). Customer Complaints and Complaint Behaviors in Turkish Hotel Restaurants: An Application in Lara and Kundu Areas of Antalya.*African Journal of Business Management*. 5 (11), 4239-4253.
- Gursoy, D., McCleary, K. W. ve Lepsito, L. R. (2003). Segmenting Dissatisfied Restaurant Customers Based on Their Complaining Response Styles.*Journal of Foodservice Business Research*. 6 (1), 25-43.
- Han, H. ve Ryu, K. (2009). The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Family Restaurant Industry.*Journal of Hospitality and Tourism Research*. 33 (4), 487–510.
- Heung, V. C.S. ve Lam, T. (2003). Customer Complaint Behaviortowards Hotel Restaurant Services.*International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 15 (5), 283-289.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations. Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. Software of the Mind*. London: Mc Iraw-Hill.
- Huang, J. H., Huang, C. T. ve Wu, S. (1996). National Character and Response to Unsatisfactory Hotel Service. *International Journal of Hospitality Management*. 15(3), 229-243.

- Hunt, H.K. (1977). CS/D - *Overview and Future Research Directions*. In Hunt, H.K. (Eds.). *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- Jacoby, W.J. ve Jaccard, J. (1981). The Sources, Meaning and Validity of Consumer Complaint Behavior: A Psychological Analysis. *Journal of Retailing*. 57 (3), 4-24.
- Jones, D. L., McCleary, K. W. ve Lepisto, L. R. (2002). Consumer Complaint Behavior Manifestations for Table Service Restaurants: Identifying Sociodemographic Characteristics, Personality, and Behavioral Factors. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 26(2), 105-123.
- Keng, A. K., Richamond, D. ve Han, S. (1995). Determinants of Consumer Complaint Behavior: A study of Singapore Consumers. *Journal of International Consumer Marketing*. 8 (2), 59-76.
- Kim, J. H. ve Chen, J. S. (2010). The Effects of Situational and Personal Characteristic on Consumer Complaint Behavior in Restaurant Services. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 27 (1), 96-112.
- Kim, J. H. ve Lynn, J. (2007). Classification of Asian Complainers in Restaurant Services. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 12 (4), 366-375.
- Kim, M. G., Lee, C. H. ve Mattila, A. S. (2014). Determinants of Customer Complaint Behavior in a Restaurant Context: The Role of Culture, Price Level, and Customer Loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 23 (8), 885-906.
- Kitapçı, O. (2008). Restoran Hizmetlerinde Müşteri Şikâyet Davranışları: Sivas İlinde Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi IIBF Dergisi*. 31, 111-120.
- Ko, Y.J. (2000). A Multidimensional and Hierarchical Model of Service Quality in the Participant Sport Industry (Basılmamış Doktora Tezi). Ohio: The Ohio Devlet Üniversitesi.
- Lam, T. ve Tang, V. (2003). Recognizing Customer Complaint Behavior: The Case of Hong Kong Hotel Restaurants. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 14 (1), 69-86.
- Landon, E. L., Jr. (1980). The Direction of Consumer Complaint Research. In Jerry Olson (Ed.), *Advances in Consumer Research*. 7, 335-338.
- Lewis, R. C. ve Morris, S. V. (1987). The Positive Side of Guest Complaints. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 28 (February), 13-15.
- Liu, R.R. ve McClure, P. (2001). Recognizing Cross-Cultural Differences in Consumer Complaint Behaviour and Intentions: an Empirical examination. *Journal of Consumer Marketing*. 18 (1), 44-74.
- Liu, Y. ve Jang, S. (2009). The Effects of Dining Atmospherics: An Extended Mehrabian- Russell Model. *International Journal of Hospitality Management*. 28 (4), 494-503.
- Özdemir B., Yılmaz G. ve Çalışkan O. (2015). Bireysel ve Davranışsal Faktörlerin Restoran Müşterilerinin Şikâyet Etme Niyetlerine Etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 26(1), 61-79.
- Rogers, J. C., Ross, S. C. ve William, T. G. (1992). Personal Values and Purchase Dissatisfaction Response, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. 5 (1), 81-92.
- Singh, J. (1988). Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues. *The Journal of Marketing*. 52 (1), 93-107.
- Sökmen, A. (2010). *Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*, 5. Baskı, Detay, Ankara.
- Su, W. ve Bowen, J. T. (2000). Restaurant Customer Complaints Behavior. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*. 4 (2), 35-6.
- Sujithamrak, S. ve Lam, T. (2005). Relationship between Customer Complaint Behavior and Demographic Characteristics: A Study of Hotel Restaurants' Patrons. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 10 (3), 290-307.

- Tronvoll, B. (2008). *Customer Complaint Behavior in Service*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Karlstads Üniversitesi.
- Westerterp-Platenga M. S. (1999). Effects Of Extreme Environments on Food Intake In Human Subjects. *P. Nutr. Soc.* 58, 791–98.
- Wildes, J. W. ve Seo, W. (2001). Customers Vote with Their Forks: Consumer Complaining Behavior in the Restaurant Industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 2 (2), 21-33.
- 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.