

Yayın Geliş Tarihi: 08.03.2013
Yayına Kabul Tarihi: 26.06.2013
Online Yayın Tarihi: 28.10.2013

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 15, Sayı: 3, Yıl: 2013, Sayfa: 529-554
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

OTEL İŞLETMELERİNDE RESTORAN ŞİKÂyetLERİNİN ŞİKÂyet DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: AFYONKARAHİSAR İLİ ÖRNEĞİ

Özcan ZORLU*
Hüseyin ÇEKEN**
Ali Mete KARA***

Öz

Bu araştırmanın amacı, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren işletme belgeli termal konaklama işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları ve şikâyete ilişkin davranış şekillerinin araştırılarak, şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerinin saptanmasıdır. Veriler 396 konuktan anket yöntemiyle toplanmıştır. Verilerin analizinde betimleyici istatistik tekniklerinin yanı sıra, karşılaştırma testleri kullanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda katılımcıların daha çok hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetlerde buldukları, sesli tepkileri diğer şikâyet davranışlarına oranla daha fazla sergiledikleri, şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerinde genel olarak etkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca şikâyet konularının şikâyet davranışlarının alt boyutlarını oluşturan sesli tepkiler, kişisel tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucunda katılımcıların şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarına ilişkin görüşlerinin cinsiyetlerine, mesleklerine ve eğitim düzeylerine göre benzerlik gösterdiği, diğer yandan ise medeni durumları ve yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şikâyet, Şikâyet Davranışı, Restoran, Termal Otel, Afyonkarahisar.

EFFECTS OF RESTAURANT COMPLAINTS ON COMPLAINT BEHAVIORS IN HOTELS: CASE OF AFYONKARAHİSAR PROVINCE

Abstract

The aim of this study is to determine the effects of complaints on customer complaint behaviors (CCB) concurrently with evaluating the restaurant complaints of guests who are staying in thermal hotels that operating in Afyonkarahisar province. Required data gathered from 396 thermal hotel guests by using questionnaire method. In data analyzing, descriptive statistic techniques and discriminant analyses was used. As a result of the data analysis, it's determined that guests mostly complain about restaurant service atmosphere, and much more voice responses taken comparing to other customer

* Arş. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ozcanzorlu@aku.edu.tr

** Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, hceken@mu.edu.tr

*** Öğr. Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon Meslek Yüksekokulu, metekara@aku.edu.tr

complaint behaviors, also customer complaints have some important effects on CCB and CCB's sub dimensions named as voice responses, private responses, third-party responses. At last, it's found that participants' views about complaints and complaint behaviors are statistically similar in terms of sex, occupation and education level, on the other hand their views are statistically different (meaningful) in terms of marital status and age groups.

Keywords: *Complaint, Complaint Behaviour, Restaurant, Thermal Hotel, Afyonkarahisar.*

GİRİŞ

Özellikle XXI. yüzyıl ile birlikte, bireylerin geçmiş dönemlere göre gelirlerini nereye harcayacaklarına ilişkin daha fazla seçeneğe sahip olması ve ürünlerden/hizmetlerden memnun kalmadıklarında diğer işletmeleri tercih etmeleri (Sujithamrak ve Lam, 2005: 290) yöneticilerin işletmenin varlığını sürdürebilmede kaliteli hizmet sunumu zorunluluğunu fark etmesini sağlamıştır (Yavaş vd., 2004: 32). Bünyesinde birçok hizmet departmanı bulunduran otel işletmelerinin yöneticileri de bu kapsamda işletmenin varlığını sürdürebilme ve rekabet avantajı sağlayabilme adına kaliteli hizmet sunumu yoluyla müşteri memnuniyeti ve sadakati yaratma gayreti içerisine girmişlerdir. Nitekim günümüzde mevcut bir müşteriyi elde tutmanın maliyeti yeni bir müşteri bulmaktan çok daha azdır (Hui ve Au, 2001: 161). Dolayısıyla yöneticiler otel işletmelerinin tüm departmanlarında olduğu gibi restoran departmanlarında da kusursuz hizmet sunumunun gerçekleştirilmesini istemektedirler. Ancak gerek restoran hizmetlerinin karmaşık yapısı ve hizmet sunumunda süreklilik sağlanamaması (Dore, 1988: 81), gerekse de sunulan hizmetin soyut olma ve hizmet sunumu yapan kişiye bağlı olma özelliği sebebiyle kalite kontrolünün zor olması (Yang, 2005: 39) otel işletmeleri bünyesinde faaliyet gösteren restoran departmanlarında çeşitli konularda şikâyetlerin yaşanmasına neden olmaktadır.

Restoran şikâyetleri ile ilgili literatür incelendiğinde çeşitli araştırmalarda (Wildes ve Seo, 2001; Suve Bowen, 2001; Gürsoy vd., 2003; Heung ve Lam, 2003; Lam ve Tang, 2003; Sujithamrak ve Lam, 2005; DeFranco vd., 2005; Velazquez vd., 2006; Yüksel vd., 2006; Kim ve Chen, 2010) restoran müşterilerinin genel olarak yiyecek/içecek, fiyat, personel tutumu, hizmet atmosferi gibi konularda şikâyetlerde bulunduğu ve şikâyetlerini belirtmede farklı davranış şekilleri sergilediğinin belirtildiği görülmektedir. Diğer yandan belirtilen çalışmaların birçoğu bağımsız restoranlarda gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla otel işletmeleri bünyesinde faaliyet gösteren restoranlarda gerçekleştirilen çalışma sayısının nispeten az olduğu saptanmıştır. Ayrıca, araştırmanın gerçekleştirildiği termal otel işletmelerinin restoranlarındaki müşteri şikâyetlerine yönelik herhangi bir çalışma bulunmadığı tespit edilmiştir. Termal otel işletmelerinin restoranlarını ele alan çalışma sayısının sınırlı olması, diğer yandan ise sağlıklarını kazanma/koruma amaçlı bu otellere gelen konukların diğer konaklama işletmelerine göre daha uzun süreler konaklaması nedeniyle termal otellerin

gelirlerinde restoran hizmetlerinin önemli yer tutması bu araştırmayı önemli kılmaktadır. Ayrıca bu araştırmada sadece otelde konaklayan konuklardan veri toplanması ile termal otel işletmeleri için pazarlama ve satış faaliyetleri açısından önemli bilgiler sunulması araştırmanın önemini arttırmaktadır. Araştırmada şikâyet konularının detaylı olarak incelenmesi ve şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerinin belirlenmesi ile termal otel restoranlarının yöneticileri için servis iyileştirme ve şikâyet yönetimi stratejileri ilişkin önemli ipuçları sunulması da araştırmayı önemli kılmaktadır.

RESTORAN HİZMETLERİNE YÖNELİK ŞİKÂyetLER VE ŞİKÂyet DAVRANIŞLARI

Günümüzde yönetim anlayışında müşteriler ve müşteri memnuniyeti işletmelerin en önemli varlıkları olarak görülmektedirler (Kitapçı, 2008; 112). Müşterinin beklentileri ve hizmetin satın alımı sonrası çıktıları arasındaki farka ilişkin kişisel bir değerlendirme olan müşteri memnuniyeti/memnuniyetsizliği hizmet işletmeleri için uzun dönemli amaçların başarılmasında gerekli görülmekte ve pazarlama konseptinin merkezinde yer almaktadır (Gürsoy vd., 2003: 27). Bu bağlamda müşteri beklentileri ve algılamaları kaliteli hizmet sunumunun temel tamamlayıcılarıdır (Aktaş vd., 2009: 2). Nitekim hizmet işletmeleri içerisinde yer alan otel işletmeleri de günümüzde kaliteli ve kusursuz hizmet sunumunu sağlama çabası içerisinde. Fakat bununla birlikte otelcilik sektörünün var olduğundan bu yana müşteriler otel hizmetleri ve/veya otel personeli hakkında çeşitli şikâyetlerde bulunmaktadır (Galicic ve Ivanovic, 2008: 242). Bu noktada müşteri şikâyeti, memnuniyetsizlik durumunda ortaya çıkan tepkiler (Donoghue ve Klerk, 2006: 42; Barlow ve Moller, 2008: 22; DeFranco, vd., 2005: 154) veya ürünün/hizmetin satın alımı sürecinde oluşan beklenmedik/istenilmeyen durumlar hakkındaki yargılar (Kılıç ve Ok, 2012: 4189) olarak ifade edilmektedir.

Hizmet üretiminin esas olduğu turizm sektöründe, özellikle hizmetlerin soyut olması nedeniyle standartlaşma ve sunumda görülen farklılıklar ve hizmet sunumunun kişilere bağlı olarak tüketim ile eş zamanlı gerçekleşmesi (Kozak, vd., 2012: 38-39) müşterilerin çoğu zaman beklentilerinin altında hizmetlerle karşılaşmasına neden olmaktadır (Matusitz ve Breen, 2009: 234). Bu süreçte farklı satın alma motivasyonlarına sahip (Li, 2010: 10) müşteriler, hizmete ödedikleri paranın karşılığını alamadıkları için şikâyette bulunma eğilimi göstermektedirler (Kim ve Boo, 2011: 221; Susskind, 2005: 154). Literatürde hizmet hataları/kusurları olarak isimlendirilen bu süreç, temel olarak hizmet sunumu sürecinde hizmetin/ürünün müşterinin beklediği performansı göstermemesidir (Chang vd., 2012: 603). Hizmet kusurları/hataları, servis hizmetlerinin her zaman mükemmel olmadığı otel işletmesi restoranlarında da görülmektedir (Jones vd., 2002: 105). Hizmet hataları/kusurları durumunda restorana gelen müşterinin beklentileri karşılanmadığı durumda ise şikâyetler oluşmaktadır (Chang vd., 2012: 603). Restoran müşterilerinin şikâyetleri genellikle kötü algılanmakla birlikte,

hizmete ilişkin sorunların kaynağını bulma ve çözüm üretme imkânı sağlama açısından işletme yöneticileri için için oldukça önemlidir (Li, 2010: 20; Barlow ve Moller, 2008: 17). Nitekim hizmet sunumu sürecinde belirli aşamalarda ortaya çıkan ve müşteri memnuniyetinin azalmasına sebep olan hizmet hataları/kusurlarının ortaya çıkarılması ile yöneticiler, kaliteli hizmet sunumunda en kritik noktalar üzerinde yoğunlaşabilmektedirler (Namkung vd., 2011: 495).

Restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularını ele alan akademik çalışmalar incelendiğinde; müşterilerin temel olarak yiyeceklerin taze ve sıcak olmaması, siparişlerin geç (yavaş servis) veya yanlış gelmesi, porsiyonların küçük olması, temizlik düzeyinin yetersiz oluşu, oturma alanlarının kalabalık olması, kötü koku, ortamın havasız olması, dekorasyon sorunları, personelin kaba davranması, yeteri kadar ilgilenmemesi, karşılamanın kötü olması vb. (Yang, 2005: 45; Muller vd., 2003: 407; Lee vd., 2008: 8; Su ve Bowen, 2001: 47; Wildes ve Seo, 2001: 26; DeFranco vd., 2005: 183) konularında şikâyette buldukları anlaşılmaktadır.

Diğer yandan restoranda kötü bir yemek deneyimi yaşayan ve memnun olmayan müşteriler farklı şekillerde şikâyet davranışı sergilemektedirler (Kim ve Boo, 2011: 219). Müşterilerin farklı şikâyet davranışı sergilemeleri, memnuniyetsizliğini telafi edebilecek şekilde şikâyetini bildirebilmelerine ve şikâyete ilişkin çözüm beklentisine bağlıdır (Susskind, 2000: 355). Müşteri şikâyet davranışı ürüne/hizmete ilişkin memnuniyetsizlik, üreticinin/satıcının imajı, üreticiye/satıcıya ulaşma kolaylığı, üreticinin/satıcının çözüm sunmaya ilişkin istekliliği hakkındaki algı, müşterinin kişisel özellikleri, müşteri tutum ve davranışları, müşterinin zamanının değeri, müşterinin bilgi düzeyi, sosyo-demografik faktörler, durumun önem düzeyi, mevcut sosyal normlar gibi birçok unsurun etkisinde gerçekleştirilen ve bireyin olumsuz bir eylemini naklettiği davranış (Jacoby ve Jaccard, 1981: 21) olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda müşterilerin bir kısmı şikâyet konusunda bildirimde bulunurken bir kısım müşteriler ise şikâyet konusu bildirmemektedirler (Kılıç ve Ok, 202: 4192). Diğer yandan şikâyet eğilimi yüksek olan müşteriler almış oldukları hizmete ilişkin memnuniyetsizlik düzeylerinden bağımsız olarak daha fazla şikâyet etme eğilimindedirler (Voorhees ve Brady, 2005: 192- 195) ve bu müşterilerin şikâyetleri problemin durumuna göre farklılık göstermektedir (Goodmann, 1999: 2). Konuyla ilgili literatür incelendiğinde günümüze kadar bir çok araştırmacının (Hirschman, 1970; Akt. Blodgett ve Granbois, 1992: 95; Day ve Landon, 1977; Akt: Singh, 1988: 95; Singh, 1998; Blodgett ve Granbois, 1992) şikâyet davranışlarını farklı şekillerde sınıflandırdığı görülmektedir.

Müşteri şikâyet davranışlarına ilişkin ilk sınıflandırmalardan birisini gerçekleştiren Hirschman'a (1970) göre şikâyet durumunda müşteriler işletmeyi terk etmekte, sesli tepkilerde (şikâyeti dile getirmek) bulunmakta veya işletmeye bağlı kalmaktadırlar (Akt. Blodgett ve Granbois, 1992: 95). Müşteri şikâyetleri konusunda bir diğer sınıflandırmayı gerçekleştiren Day ve Landon'a (1977) göre müşteri şikâyet davranışları davranışsal ve davranışsal olmayan şikâyetler şeklinde

ayrılmaktadır. Davranışsal olmayan şikâyet davranışında müşteri herhangi bir şikâyet davranışı sergilemez iken davranışsal şikâyet davranışında, müşteriler kişisel davranışlar (satıcıyı/üreticiyi boykot etme, arkadaşlarını veya yakınlarını uyarma) veya kamusal davranışlarda (işletmeden doğrudan çözüm talebi, yasal hak arama, kamu veya özel kuruluşlara/medyaya şikâyet etme) bulunmaktadır (Akt: Singh, 1988: 95). Singh (1988: 104) ise şikâyet davranışlarını sesli tepkiler, üçüncü taraf tepkiler ve kişisel tepkileri içeren üç boyutlu bir olgu olarak değerlendirmektedir. Singh tarafından yapılan sınıflandırmayı detaylandıran Blodgett ve Granbois (1992: 97-98) de müşteri şikâyet davranışlarını çözüm arama, ağızdan ağıza olumsuz reklam, işletmeyi terk etme ve üçüncü taraf şikâyetler olarak sınıflandırmıştır. Müşteri şikâyet davranışlarına ilişkin sınıflandırmalar arasında Singh'in (1988) gerçekleştirmiş olduğu sınıflandırma en uygun sınıflandırma olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda müşteri şikâyet davranışlarını, kişisel tepkiler (Private responses), sesli tepkiler (Voice responses) ve üçüncü taraf tepkiler (Third-party responses) olarak sınıflandırmak uygun olacaktır.

Müşteri şikâyet davranışları kapsamında sergilenen sesli tepkiler temel olarak müşterinin sosyal çevresi dışındaki kişilere yönlendirilmekte ve doğrudan memnuniyetsizlik süreci içerisinde üreticiye/satıcıya/yetkiliye sorunu iletmeyi kapsamaktadır (Singh, 1988: 104). Şikâyete yönelik sesli tepkiler doğrudan yetkililerden çözüm arama beklentisi olduğunda ortaya çıkmaktadır (Suskind, 2005: 151). Diğer yandan müşterinin şikâyet durumunda herhangi bir davranış sergilememesi (take no-action) davranışı çekinme/tereddüt yoluyla üreticiye/satıcıya/yetkiliye tepkiyi yansıttığı için sesli tepkileri içerisinde değerlendirilmelidir (Singh, 1988: 104). Nitekim şikâyet durumunda etkili bir çözüm sağlanacağına inanmayan, şikâyet etmenin genellikle 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), iş görenlerin veya yöneticilerin yaklaşım tarzı ve tutumlarından dolayı harekete geçemeyen müşteriler genellikle şikâyet davranışı sergilememektedirler (Voorhees ve Brady, 2005: 192).

Müşteri şikâyet davranışlarının bir diğerini oluşturan kişisel tepkiler yetkililerden çok müşterinin sosyal çevresiyle ilişkilerini kapsamaktadır (Singh, 1988: 104) ve temel olarak müşterinin, işletmeyi ağızdan ağıza olumsuz reklam (negative word-of-mouth) yoluyla kötülemesini veya işletmeye gelmeyi bırakmasını ifade etmektedir (Li, 2010: 49). Bu tür tepkilerden işletmenin haberinin olmaması ve aynı zamanda müşterinin yakın çevresine işletmeyi kötülemesi sebebiyle kişisel tepkiler müşteri şikâyet davranışlarında en önemli kategoriyi oluşturmaktadırlar. Müşteri şikâyet davranışlarında üçüncü taraf tepkiler ise yasal yollara başvurma, işletmeyi medyaya şikâyet etme vb. davranışlarını kapsamaktadır (Singh, 1988: 104).

Tablo 1: Restoran Hizmetlerine Yönelik Müşteri Şikâyet Davranışlarının Sınıflandırılması

Araştırmacı(lar)	Araştırma başlığı	Şikâyet davranışları
Su ve Bowen (2001)	Restaurant Customer Complaint Behaviour	Yönetime şikâyet Ağızdan ağıza reklam Diğer tepkiler
Wildes ve Seo (2001)	Customer Vote With Their Forks: Consumer Complaining Behaviour in The Restaurant Industry	Sözlü Şikâyet Yazılı şikâyet Bir daha gelmeme
Gürsoy, McClearly ve Lepsito (2003)	Segmenting Dissatisfied Restaurant Customers Based on Their Complaining Response Style	Yönetime şikâyet Restoran şefine şikâyet Ağızdan ağıza reklam
Lam ve Tang (2003)	Recognizing Customer Complaint Behaviour: The Case of Hong Kong Hotel Restaurants	Kişisel tepkiler Kötü reklam Yönetime şikâyet Reklam yapma
DeFranco, Wortman, Lam ve Countryman (2005)	A Cross Cultural Comparison of Customer Complaint Behaviour in Restaurants in Hotels	Kişisel tepkiler Reklam yapma Yönetime şikâyet Kötü reklam
Sujithamrak ve Lam (2005)	Relationship Between Customer Complaint Behaviour and Demographic Characteristics: A study of Hotel Restaurants' Patrons	Kişisel tepkiler Reklam yapma Yönetime şikâyet
Kim ve Lynn (2007)	Classification of Asian Complainers in Restaurant Services	Sesli tepkiler Kişisel tepkiler Üçüncü taraf tepkiler
Kim ve Chen (2010)	The Effects of Situational and Personal Characteristics on Consumer Complaint Behaviour in Restaurant Services	Sesli tepkiler İşletmeyi terk etme Ağızdan ağıza reklam Üçüncü taraf tepkiler
Li (2010)	Exploration of Chinese Consumer Complaint Behaviour in Hospitality Industry	Herhangi bir davranışta bulunmama Kişisel tepkiler Kamusal tepkiler
Emir (2010)	Customer Complaints and Complaint Behaviours in Turkish Hotel Restaurants: An Application in Lara and Kundu Areas of Antalya	Tepkide bulunmama ve değiştirme Kişisel tepkiler Sesli tepkiler Üçüncü taraf tepkiler
Chang, Khan ve Tsai (2012)	Dining Occasions, Service Failures and Customer Complaint Behaviours: An Empirical Assessment	Konuşmak ve diğerlerine şikâyet Yönetime şikâyet Pasif tepkiler

Müşteri şikâyet davranışları ile ilgili olarak restoran hizmetlerinde müşteri şikâyetlerini konu alan literatür incelendiğinde, bu alanda azımsanmayacak sayıda araştırmacının çeşitli araştırmalar gerçekleştirildiği ve müşteri şikâyet davranışlarını incelediği görülmektedir. Bu araştırmacılardan bazıları restoran hizmetlerine yönelik şikâyet davranışlarını; *aile ve/veya yakın çevresine söyleme, o restorana/otele tekrar gitmeme /gitmekten kaçınma, başka bir restorana tercih etme, aile ve/veya yakın çevresini o restorana gitmemeleri konusunda uyarma, yönetime şikâyette bulunma, garsona/şefe şikâyette bulunma, şikâyet kutusuna not bırakma, tüketici derneklerine şikâyet etme, medyaya şikâyet etme, yasal hak arama, şikâyet etmeme* (Kitapçı, 2008: 116; Heung ve Lam, 2003: 286; Velazquez ve Blasco, 2012: 267) şeklinde belirtmiştir.

Bazı yazarların ise Tablo 1’de görüldüğü üzere restoran hizmetlerine yönelik müşteri şikâyet davranışlarını sınıflandırdığı görülmektedir. Tablo 1’de yer alan çalışmalar doğrultusunda restoran hizmetlerine yönelik şikâyet davranışlarının genel olarak herhangi bir şikâyette bulunmama, kişisel tepkiler, sesli tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler şeklinde sınıflandırıldığı, bununla birlikte araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem ve araştırma amacına göre sınıflandırmada farklılıklar olduğu görülmektedir.

Konuyla ilgili araştırmalar doğrultusunda bu çalışmada müşteri şikâyetleri yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetler, personel kaynaklı şikâyetler ve hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler olarak; şikâyet davranışları ise kişisel tepkiler, sesli tepkiler, üçüncü taraf tepkiler olarak sınıflandırılmıştır ve analiz sürecinde bu sınıflandırmalar dikkate alınmıştır.

ARAŞTIRMA AMACI

Bu araştırmanın amacı Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan işletme belgeli termal konaklama işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları ve şikâyete ilişkin tepki şekillerinin araştırılmasıdır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, termal konaklama işletmelerinin restoran bölümünde konukların gerçekleştirdiği şikâyetler ve şikâyete ilişkin tepki şekilleri hakkında genel bir çerçeve çizilerek, ilgili literatür ve sektör temsilcilerine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Bu kapsamda araştırmanın temel varsayımı “Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları ile sergilemiş oldukları şikâyet davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır” şeklindedir. Belirlenen temel varsayım doğrultusunda ise aşağıda belirtilen hipotezler test edilmiştir.

H₁: Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları şikâyet davranışlarını etkilemektedir.

H_{1a}: *Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetleri kişisel şikâyet davranışlarını etkilemektedir.*

H_{1b}: *Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetleri sesli şikâyet davranışlarını etkilemektedir.*

H_{1c}: *Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetleri üçüncü taraf şikâyet davranışlarını etkilemektedir.*

EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan işletme belgeli termal konaklama işletmelerinde konaklayan konuklar oluşturmaktadır. Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren termal konaklama işletmelerinin aynı zamanda ilde faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmelerini teşkil etmesi sebebiyle araştırma evreninin belirlenmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı 2011 yılı “İşletme Belgeli Konaklama Tesislerine Giriş ve Geceleme Sayıları” incelenmiştir. Buna göre 2011 yılında Afyonkarahisar ilinde bulunan beş yıldızlı otellere 86.119 turistin geldiği belirlenmiştir. Evreni temsil eden kitle miktarı doğrultusunda Sekeran'a (1992) göre örneklem büyüklüğü $N = 75\ 000$ için 382 kişi ve $N=100000$ için 384 kişidir (Altunışık vd., 2010: 135). Bu bağlamda araştırmada evreni temsil eden örneklem hacmi 384 olarak tespit edilmiştir. Örneklem hacmi doğrultusunda Afyonkarahisar ili Ömer-Gecek Bölgesinde faaliyet gösteren 5 adet termal otel işletmesinde 412 konuya anket uygulanmıştır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında ihtiyaç duyulan verilerin elde edilmesi amacıyla konu ile ilgili literatürün geniş kapsamlı taranması sonucunda bir anket formu taslağı hazırlanmıştır. Hazırlanan anket taslağı aşağıda detayları belirtilen üç bölümden oluşmuştur.

Birinci bölüm – Demografik özellikler: Bu bölümde konunun cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim düzeyi ve mesleğini belirlemeye yönelik kapalı uçlu sorular yer almaktadır.

Anketin ikinci ve üçüncü bölümlerinde konukların görüşlerinin alınması amacıyla çoklu ölçeklerden 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Likert ölçeğindeki ifadeler ise “1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Fikrim yok, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde sıralanmıştır. Likert tipi ölçek kullanılarak oluşturulan bölümler aşağıdaki şekildedir:

İkinci bölüm – Restoran şikâyet konuları: Termal konaklama işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetle bulunduğu konuları tespit etmek için oluşturulan ikinci bölümde 22 adet ifade yer almaktadır. Restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularına ilişkin ifadeler ise Su ve Bowen (2001), Wildes ve Seo (2001), Muller vd., (2003), Yang (2005), DeFranco vd., (2005) ve Lee vd., (2008) çalışmalarına dayanmaktadır.

Üçüncü bölüm –Şikâyete ilişkin davranış şekilleri: Konukların şikâyet durumunda ne gibi tepkilerde bulunduğunu belirlemeyi amaçlayan bu bölümde 11 adet ifade yer almaktadır. Bu bölümün oluşturulmasında Heung and Lam (2003), Yüksel vd., (2006) Velázquez, vd., (2006) yapmış olduğu çalışmalardan faydalanılmıştır.

Araştırma aracı olarak kullanılan anket formunun oluşturulmasını takiben 50 konukla pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot test sonucunda anket güvenilirliği katsayısının (Cronbach's Alpha) 0.80 olduğu tespit edilmiştir. Güvenirlik katsayılarının 0.80 ile 1.00 aralığında bulunduğu durumda ölçeğin güvenilirliği yüksek olarak kabul edilmektedir (Özdamar, 1999). Bu bağlamda pilot test sonuçlarına göre anketin güvenilirliğinin yüksek olduğu kabul edilmiştir. Pilot uygulama sonucunda anket formunda anlam karmaşıklığı yaratabilecek bazı ifadeler sadeleştirme yoluyla düzeltilmiştir. Son şekli verilen anket formu, Haziran-Eylül 2012 döneminde, örneklem hacmi doğrultusunda 412 konuya uygulanmıştır. Anketlerin veri analizine uygunluğuna ilişkin değerlendirmede ise 396 adet anketin kullanılabilir olduğu saptanmıştır.

Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada anketlerden elde edilen verilerin içsel tutarlılığını ve genel tutarlılığı ölçmek amacıyla ölçek güvenilirliği analizi kullanılmıştır. Ölçek güvenilirliği analizinde 0.70'in altında hesaplanan güvenilirlik katsayıları yetersiz olarak kabul edildiği için (Lehman vd., 2005) bu araştırmada güvenilirlik katsayısını ifade eden Cronbach's Alpha değerinin alt sınırı 0.70 olarak kabul edilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen analiz sonucunda anket güvenilirliği katsayısının (Cronbach's Alpha) 0.878, olduğu tespit edilmiştir (bkz. Tablo 2). Bu bağlamda anketin istatistiksel olarak güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2: Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Testi Sonuçları

	Cronbach's Alpha	N
Genel ölçek güvenilirliği	0.878	33
Restoran şikâyet konularını belirlemeye yönelik ölçek	0.891	22
Restoran şikâyet davranışlarını belirlemeye yönelik ölçek	0.877	11

Araştırma kapsamında kullanılan anket formunda yer alan ölçeklerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşıldıktan sonra, ölçeklerin geçerliliğinin test edilmesi amacıyla faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların restoran şikâyet konularına yönelik gerçekleştirilen ve Tablo 3'de yer alan faktör analizi sonuçlarına göre örneklem hacmini belirten KMO değeri 0.847, faktör analizinin uygulanabilirliğini belirten Bartlett testi anlamlılık düzeyi ise 0.000'dır. Bu bağlamda restoran şikâyet konularını belirten ölçek yapısı faktör analizine uygundur ve örneklem hacmi yeterlidir.

Tablo 3'teki faktör analizine göre katılımcıların şikâyet konuları toplam varyansın %54.193'ünü açıklayan üç faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler ise "personel kaynaklı şikâyetler, yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetler ve hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler" şeklinde isimlendirilmiştir. Şikâyet konularına ilişkin faktörlerin güvenilirlik katsayılarının ise, personel kaynaklı şikâyetler için 0.870, yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetler için 0.862 ve hizmet atmosferi kaynaklı

şikâyetler için 0.809 olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla şikâyet konularını oluşturan faktörler istatistiksel analizler için güvenilirdir.

Tablo 3: Katılımcıların Şikâyet Konularına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

	F1	F2	F3
Servis personeli yardımsever değildi.	0.832		
Servis personeli işini ciddiyetle yapmıyordu.	0.805		
Servis personeli nazik/saygılı değildi.	0.801		
Personel şikâyetler karşısında ilgisiz ve yetersizdi.	0.789		
Servis personelinin yemekler hakkındaki bilgisi yetersizdi.	0.644		
Restorandaki karşılama kötüydü.	0.604		
Yemek sunumu yavaştı.	0.574		
Yiyecek / içeceklerde kötü koku mevcuttu		0.782	
Yiyecekler taze değildi.		0.767	
Yemekler iyi pişmemişti.		0.736	
Yiyecekler sıcaklıkları uygun değildi.		0.719	
Yiyecekler lezzetli değildi		0.660	
Mönünün besin değeri düşüktü.		0.642	
Yiyecek / içeceklerin sunumu kötüydü.		0.538	
Restoran havalandırması yetersizdi			0.788
Restoran gürültülüydü.			0.730
Restoran ısısı uygun değildi.			0.710
Restoran konforu yetersizdi.			0.628
Restoran aşırı kalabalıktı.			0.614
Restoran ve yemek takımlarının temizliği yeterliği değildi.			0.577
Restoran ışıklandırması iyi değildi.			0.568
Restoran dekorasyonu kötüydü.			0.548
Kaiser-Meyer Olkin Örnekleme Yeterliliği (Kmo)	0.847		
Bartlett Küresellik Testi Ki Kare Değeri (χ^2)	4119.551		
Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık Düzeyi	0.000		
Faktörlere İlişkin Özdeğerler	4.212	4.033	3.678
Varyans Açıklama Oranları (%)	31.875	13.468	8.8.49
Birikimli Varyans (%)	31.875	45.344	54.193
Güvenilirlik Katsayısı (Her Bir Boyut İçin)	0.870	0.862	0.809
Toplam Varyans Açıklama Oranı (%)	54.193		

F1: Personel kaynaklı şikâyetler, **F2:** Yiyecek ve içecek kaynaklı şikâyetler, **F3:** Hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler

Tablo 4'te katılımcıların şikâyet davranış şekillerini belirlemeye yönelik oluşturulan ölçeğe ilişkin faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Sonuçlar bağlamında şikâyete ilişkin tepki şekilleri ölçeğine ait KMO değerinin 0.841, Bartlett testi anlamlılık düzeyinin 0.000 olduğu görülmektedir. Buna göre katılımcıların şikâyet tepki şekillerini belirten ölçek yapısı faktör analizine uygundur ve örnekleme hacmi faktör analizi için yeterlidir.

Tablo 4'e göre araştırma kapsamında anketi yanıtlayan katılımcıların şikâyet davranış şekillerinin toplam varyansın %78.544'ünü açıklayan üç faktör altında toplandığı görülmektedir. Şikâyet davranış şekillerine ilişkin faktörler ise

konuyla ilgili literatüre uygun olarak “kişisel tepkiler, sesli tepkiler ve üçüncü taraf tepkiler” şeklinde isimlendirilmiştir. Diğer yandan şikâyet davranışlarına ilişkin faktörlerin güvenilirlik katsayılarının kişisel tepkiler faktörü için 0.921, sesli tepkiler 0.840 ve üçüncü taraf tepkiler için 0.770 olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda ölçek ve ölçeğe ilişkin faktörler istatistiksel olarak güvenilirlerdir.

Tablo 4: Katılımcıların Şikâyet Davranışlarına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

	F1	F2	F3
Ailemi ve arkadaşlarımı bu otele gelmemeleri konusunda uyarırım.	0.896		
Ailemi ve arkadaşlarımı bu restorana gelmemeleri konusunda uyarırım.	0.880		
Bu restoranda tekrar yemek yemem.	0.877		
Bu otele tekrar gelmem.	0.856		
Çevreme bu oteli kötülerim.	0.675		
Yöneticilerden çabuk ve etkili bir çözüm talep ederim.		0.881	
Şikâyet konusu yiyecek ve/veya içeceğin değiştirilmesini talep ederim.		0.871	
Şikâyetimi restoran müdürüne bildiririm		0.807	
Yasal hakkımı ararım.			0.821
Restoranı medyaya şikâyet ederim.			0.808
Şikâyetimi otel müdürüne bildiririm.			0.660
Kaiser-Meyer Olkin Örneklem Yeterliliği		0.841	
Bartlett Küresellik Testi Ki Kare Değeri (χ^2)		2752,240	
Bartlett Küresellik Testi Anlamlılık Düzeyi		0.000	
Faktörlere İlişkin Özdeğerler	3.733	2.661	2.246
Varyans Açıklama Oranları (%)	45.441	20.730	12.373
Birikimli Varyans (%)	45.441	66.171	78.544
Güvenilirlik Katsayısı (Her Bir Boyut İçin)	0.921	0.840	0.770
Toplam Varyans Açıklama Oranı (%)		78.544	

F1: Kişisel tepkiler, **F2:** Sesli tepkiler, **F3:** Üçüncü taraf tepkiler

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinden sonra tanımlayıcı analizler, ilişki analizleri ve farklılıkları belirlemeye yönelik analizler gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı analizler kapsamında her değişkenin sıklığı ve yüzdesi tablolar halinde sunulmuştur. Daha sonraki aşamada, katılımcıların şikâyet konuları ve şikâyet davranış şekillerine ilişkin görüşleri yüzde analizi, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri kullanılarak sıklık tabloları şeklinde sunulmuştur.

Veri analizlerinin üçüncü aşamasında konukların şikâyet konularının şikâyet davranış şekilleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığının belirlenmesi amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizi, bağımlı bir değişken ile, bu değişken üzerinde etkisi olduğu varsayılan bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin matematiksel bir model ile açıklanmasıdır (Ural ve Kılıç, 2005: 253).

Veri analizinin dördüncü aşamasında ise konukların şikâyet konuları ve şikâyet davranış şekillerinin kontrol değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Değişkenler arasındaki farklılıkların

belirlenmesinde, parametrik ve parametrik olmayan testler arasında seçim yapılırken örneklem büyüklüğü ve her bir faktörün dağılımı ve homojenliği dikkate alınmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen analizler sonucunda veri setinin parametrik testlerin kullanımına uygun olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda farklılıkların tespitinde bağımsız örneklem T-testi (Independent Samples T-Test) ve Varyans (One-Way ANOVA) analizinden faydalanılmıştır. Analizlerde ilk olarak parametrik verilere sahip bağımsız iki grubun arasında anlamlı bir fark olup olmadığının test edilmesi amacıyla (Altunışık vd., 2010: 189) bağımsız örneklem T-testi kullanılmıştır. Diğer yandan ikiden fazla grup arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacı ile (Altunışık vd., 2010: 197) varyans analizi yapılmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırma kapsamında ilk olarak örnekleme temsil eden ve anket uygulanan konuklara ilişkin bilgiler incelenmiş ve sonuçlar Tablo 5’te verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde araştırma kapsamında anketi yanıtlayan konukların (katılımcıların) %50’sinin erkek (n: 198), % 49.2’sinin ise kadın (n: 195) olduğu, katılımcıların %77.3’ünün evli olduğu ve yaklaşık olarak yarısının (% 49.7, n: 197) lise mezunu, %29.1’inin ise lisans/lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 5: Araştırmaya Katılanlara Ait Demografik Veriler

	DEĞİŞKENLER	f	%
Cinsiyet	Kadın	195	49.2
	Erkek	198	50.0
	Yanıtsız	3	0.8
Medeni durum	Bekâr	83	21.0
	Evli	306	77.3
	Yanıtsız	7	1.7
Eğitim durumu	İlköğretim	75	18.9
	Lise	197	49.7
	Lisans / Lisans Üstü	115	29.1
	Yanıtsız	9	2.3
Yaş	24 yaş altı	55	13.9
	25-34 yaş	76	19.2
	35-44 yaş	211	53.3
	45-54 yaş	37	9.3
	55-64 yaş	13	3.3
	65 ve üzeri	4	1.0
Meslek	Emekli	45	11.4
	Memur	76	19.2
	İşçi/serbest meslek	50	12.6
	İşveren	45	11.4
	Öğrenci	65	16.4
	Ev hanımı	108	27.3
	Yanıtsız	7	1.7
Toplam (N)		396 kişi	

Tablo 5'e göre örneklemini temsil eden kitlenin büyük bir çoğunluğunun 35-44 yaş grubunda (% 53.3, n: 211) olduğu, diğer büyük kesimi ise % 33.1 ile 35 yaşından genç kişilerin oluşturduğu belirlenmiştir. Katılımcıların sahip oldukları meslekler incelendiğinde ise en büyük grubu %27.3 ile ev hanımlarının (n: 108) oluşturduğu, ev hanımlarını sırasıyla memurlar (%19.2), öğrenciler (%16.4) ve serbest meslek sahiplerinin (%12.6) izlediği saptanmıştır.

Araştırma kapsamında demografik verilerin analizinden sonra katılımcıların restoran şikâyet konularına ilişkin ifadelerle katılım düzeyi incelenmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen analiz sonuçları ise Tablo 6'da sunulmuştur. Tablo 6'da yer alan sonuçlar incelendiğinde şikâyetlere ilişkin aritmetik ortalamaların 3.00'in altında olması sebebiyle termal otel işletmelerinde konaklayan ve anketi yanıtlayan katılımcıların restoran ve restoranda sunulan hizmetlerden çok fazla şikâyetçi olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte şikâyet konuları faktörler bazında incelendiğinde personel kaynaklı şikâyette bulunma (\bar{x} : 1.931) eğiliminin en az olduğu, yiyecek içecek kaynaklı şikâyette bulunma (\bar{x} : 2.009) eğiliminin nispeten daha fazla olduğu ve hizmet atmosferi kaynaklı şikâyette bulunma (\bar{x} : 2.894) eğiliminin diğerlerine oranla en fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konularına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	\bar{X} faktör	\bar{X} ifade	s.s	1	2	3	4	5	6
				%	%	%	%	%	%
Servis personeli yardımsever değildi.	1.931	1.979	1.016	36.1	41.7	9.6	8.8	2.3	1.5
Servis personeli işini ciddiyetle yapmıyordu.		1.863	0.922	39.6	43.2	9.1	6.6	1.3	0.3
Servis personeli nazik/saygılı değildi.		1.913	1.006	40.2	39.4	8.8	8.3	2.0	1.3
Personel şikâyetler karşısında ilgisiz ve yetersizdi.		1.946	0.992	36.1	43.2	8.3	7.8	2.3	2.3
Servis personelinin yemekler hakkındaki bilgisi yetersizdi.		2.168	1.172	33.6	36.9	12.4	10.6	5.6	1.0
Restorandaki karşılama kötüydü.		1.859	0.969	40.7	42.9	4.5	8.8	1.5	1.5
Yemek sunumu yavaştı.	1.990	1.005	36.6	40.4	11.1	10.4	1.3	0.3	
Yiyecek / içeceklerde kötü koku mevcuttu	2.009	2.097	1.116	34.8	38.9	10.1	11.9	3.5	0.8
Yiyecekler taze değildi.		2.063	1.100	35.9	39.9	8.1	12.9	2.8	0.5
Yemekler iyi pişmemişti.		1.934	1.047	39.6	40.9	7.1	8.1	3.3	1.0
Yiyecekler sıcaklıkları uygun değildi.		2.025	0.866	24.7	57.6	9.1	6.8	1.5	0.3
Yiyecekler lezzetli değildi		2.038	0.943	28.0	52.3	9.1	8.3	2.0	0.3
Mönünün besin değeri düşüktü.		1.997	0.934	30.3	47.5	12.1	5.6	2.3	2.3
Yiyecek / içeceklerin sunumu kötüydü.	1.997	0.899	27.8	54.3	8.8	6.3	2.0	0.8	
Restoran havalandırması yetersizdi	2.387	2.458	1.184	18.9	46.7	10.1	16.2	7.3	0.8
Restoran gürültülüydü.		2.765	1.366	18.2	37.6	8.6	20.2	15.2	0.3
Restoran ısısı uygun değildi.		2.138	0.951	21.7	55.3	11.4	7.1	3.3	1.3
Restoran konforu yetersizdi.		2.184	0.984	20.7	55.8	9.3	9.8	3.3	1.0
Restoran aşırı kalabalıktı.		2.894	1.447	19.2	32.6	8.1	19.9	20.2	---
Restoran ve yemek takımlarının temizliği yeterliği değildi.		2.499	1.302	23.2	40.9	8.1	16.4	10.6	0.8
Restoran ışıklandırması iyi değildi.		2.100	0.932	22.2	56.8	9.3	6.8	3.0	1.8
Restoran dekorasyonu kötüydü.		2.181	0.948	20.5	54.8	11.9	9.8	2.3	.8

\bar{X} : Aritmetik ortalama, s.s: Standart sapma, 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Fikrim yok, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum, 6: Yanıtlamayan

Tablo 6 detaylı olarak incelendiğinde ifadeler bazında katılımcıların en fazla restoranın aşırı kalabalık olmasından (\bar{X} : 2.894, s.s: 1.447) şikâyetçi olduğu anlaşılmaktadır. Restoranın aşırı kalabalık olması konusundaki şikâyetleri ise sırasıyla restoranın gürültülü olması (\bar{X} : 2.765, s.s: 1.336), yiyecek/içecek fiyatlarının yüksek olması (\bar{X} : 2.708, s.s: 1.397), restoran yemek takımlarının yeterince temiz olmaması (\bar{X} : 2.499, s.s: 1.302) ve restoran havalandırmasının yetersiz oluşu (\bar{X} : 2.458, s.s: 1.184) takip etmektedir. Katılımcıların restoran ve restoranda sunulan hizmetlerden diğerlerine oranla en az şikâyet ettiği konunun ise yemek porsiyonlarının küçük olması (\bar{X} : 1.848, s.s: 0.995) olduğu saptanmıştır.

Veri analizi sürecinde katılımcıların restoran ve restoranda sunulan hizmetlere yönelik şikâyet konuları değerlendirildikten sonra şikâyet davranışları analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 7’de sunulmuştur. Tablo 7’de sunulan veriler bağlamında sesli tepkilerin (\bar{X} : 3.626), üçüncü taraf tepkiler (\bar{X} : 2.936) ve kişisel tepkilere (\bar{X} : 2.734) oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7: Araştırmaya Katılanların Şikâyete Yönelik Tepki Şekillerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	\bar{X} faktör	\bar{X} ifade	s.s	1	2	3	4	5	6
				%	%	%	%	%	%
Ailemi ve arkadaşlarımı bu otele gelmemeleri konusunda uyarırım.	2.734	2.860	1.249	15.9	34.6	11.4	27.0	9.6	1.5
Ailemi ve arkadaşlarımı bu restorana gelmemeleri konusunda uyarırım.		2.795	1.274	12.6	36.9	12.4	27.0	10.6	.5
Bu restoranda tekrar yemek yemem.		2.780	1.329	18.4	34.3	9.3	26.0	11.6	.3
Bu otele tekrar gelmem.		2.665	1.348	23.2	31.3	10.1	23.5	10.6	1.3
Çevreme bu oteli kötülerim.		2.578	1.341	25.0	32.1	12.4	18.2	11.1	1.3
Yöneticilerden çabuk ve etkili bir çözüm talep ederim.	3.626	3.772	1.253	6.1	14.4	11.4	30.8	35.9	1.5
Şikâyet konusu yiyecek ve/veya içeceğin değiştirilmesini talep ederim.		3.644	1.303	7.6	17.2	8.8	32.3	31.3	2.8
Şikâyetimi restoran müdürüne bildiririm		3.445	1.110	5.8	18.4	13.1	48.7	12.6	1.3
Yasal hakkımı ararım.	2.936	3.010	1.294	15.9	21.7	18.2	30.3	12.1	1.8
Restoranı medyaya şikâyet ederim.		2.570	1.196	21.2	31.3	20.7	19.7	5.8	1.3
Şikâyetimi otel müdürüne bildiririm.		3.273	1.149	6.3	24.2	15.4	40.4	11.6	2.0

\bar{X} : Aritmetik ortalama, s.s: Standart sapma, 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Fikrim yok, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum, 6: Yanıtlamayan

Tablo 7 ifadeler bazında değerlendirildiğinde ise katılımcılar tarafından diğerlerine oranla daha fazla gösterilen şikâyet davranışının “herhangi bir davranışta bulunmama” (\bar{X} : 3.985, s.s: 1.238) olduğu görülmektedir. Yöneticilerden çabuk ve etkili bir çözüm talep etme (\bar{X} : 3.772, s.s: 1.253), yiyecek/içeceğin değiştirilmesini talep etme (\bar{X} : 3.644, s.s: 1.303) ve şikâyeti restoran müdürüne bildirme (\bar{X} : 3.445, s.s: 1.110) şeklindeki davranışların da diğer şikâyet davranışlarına oranla daha fazla sergilenen davranışlar olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan katılımcılar tarafından diğerlerine oranla en az sergilenen şikâyet davranışları restoranı çevresine kötüleme (\bar{X} : 2.549, s.s: 1.292) ve restoranı medyaya şikâyet etme (\bar{X} : 2.570, s.s: 1.196) şeklindedir.

Termal konaklama işletmelerinde konaklayan ve anketi yanıtlayan katılımcıların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları ile şikâyete ilişkin tepki şekillerine ait tanımlayıcı veri analizinden sonra, termal konaklama işletmelerinde konaklayan ve araştırmaya katkıda bulunan katılımcıların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı ve ayrıca araştırmanın temel hipotezinin test edilmesi amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 8’de yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre katılımcıların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında (r: 0.134, p: 0.12) pozitif yönde, zayıf bir ilişki mevcuttur. Bu kapsamda araştırmanın temel varsayımı olan “Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularının sergilemiş oldukları şikâyet davranışları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” varsayımı kabul edilmiştir.

Tablo 8: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konuları ile Şikâyet Davranışları Arasındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Korelasyon Analizi Sonuçları

		Personel Kaynaklı Şikâyetler	Yiyecek İçecek Kaynaklı Şikâyetler	Hizmet Atmosferi Kaynaklı Şikâyetler	Kişisel Tepkiler	Sesli Tepkiler	Üçüncü Taraf Tepkiler	Şikâyet Davranışı Toplam	Şikâyet Konusu Toplam
Personel Kaynaklı Şikâyetler	r	1							
	p								
Yiyecek İçecek Kaynaklı Şikâyetler	r	0.424**	1						
	p	0.000							
Hizmet Atmosferi Kaynaklı Şikâyetler	r	0.284**	0.482**	1					
	p	0.000	0.000						
Kişisel Tepkiler	r	0.226**	0.172**	-0.048	1				
	p	0.000	0.001	0.358					
Sesli Tepkiler	r	-0.042	0.089	0.331**	0.295**	1			
	p	0.425	0.086	0.000	0.000				
Üçüncü Taraf Tepkiler	r	0.100	-0.009	-0.024	0.417**	0.451**	1		
	p	0.054	0.864	0.651	0.000	0.000			
Şikâyet Davranışı Toplam	r	0.153**	0.138**	0.081	0.849**	0.683**	0.744**	1	
	p	0.004	0.009	0.126	0.000	0.000	0.000		
Şikâyet Konusu Toplam	r	0.723**	0.802**	0.792**	0.114*	0.175**	0.000	0.134*	1
	p	0.000	0.000	0.000	0.033	0.001	0.993	0.012	

** 0.01 düzeyinde korelasyon anlamlıdır, * 0.05 düzeyinde korelasyon anlamlıdır.

Katılımcıların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında ilişki olup olmadığından analizinden sonra, termal konaklama işletmelerinde konaklayan ve araştırmaya katkıda bulunan katılımcıların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığından anlaşılması amacıyla basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada şikâyet davranışlarının şikâyet konularına göre

şekillendiği varsayımından hareketle şikâyet davranışlarına ait faktörler bağımlı değişken, şikâyet konularına ait faktörler ise bağımsız değişkenler olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 9: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konularının Şikâyet Davranışları Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	B değerleri	Standart hata	Beta değerleri	T değerleri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Sabit	2.569	0.172		14.961	0.000*
Şikâyet konusu	0.200	0.079	0.134	2.525	0.012*
R=0.134 R ² =0.018 Düzeltilmiş R ² =0.015 F= 6.373 p=0.012*					

Tablo 9’da yer alan analiz sonuçlarına göre, uygulanan basit doğrusal regresyon analizi uygundur (F=6.373, p<0,05). Dolayısıyla restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularının şikâyet davranışlarına etkisini belirlemeye yönelik regresyon modeli “Şikâyet Davranışı= 2.569+0.200 x Şikâyet Konusu” şeklindedir. Regresyon modeline göre katılımcıların şikâyet konularında gerçekleşen 1 birim artış, şikâyet davranışları üzerinde 0.200’lük bir artış meydana getirecektir. Buna göre araştırmanın temel hipotezi olan “*H₁*: Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları şikâyet davranışlarını etkilemektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

Katılımcıların şikâyet konularının genel olarak şikâyet davranışlarını etkilediğinin saptanmasından sonra, şikâyet konularını oluşturan alt faktörlerin şikâyet davranışı oluşturan alt faktörler üzerindeki etkilerinin derecesini ölçmek için çoklu doğrusal regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda ilk olarak katılımcıların şikâyet konularının şikâyete yönelik kişisel tepkileri üzerindeki etkilerinin derecesi değerlendirilmiş ve sonuçlar Tablo 10’da sunulmuştur.

Tablo 10: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konularının Şikâyete İlişkin Kişisel Tepkileri Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	B değerleri	Standart hata	Beta değerleri	T değerleri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Sabit	2.284	0.220		10.390	0.000*
Personel kaynaklı şikâyetler	0.306	0.086	0.204	3.558	0.000*
Yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetler	0.258	0.099	0.162	2.591	0.010*
Hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler	-0.304	0.087	-0.207	-3.502	0.001*
R=0.287 R ² =0.082 Düzeltilmiş R ² =0.074 F= 10.373 p=0.000*					

Tablo 10’da yer alan sonuçlara göre uygulanan çoklu doğrusal regresyon analizi uygundur ve regresyon modeli “Şikâyet Davranışı= 2.284 + 0.306x personel kaynaklı şikâyetler + 0.258xyiyecek içecek kaynaklı şikâyetler - 0.304xhizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler” şeklindedir. Buna göre katılımcıların personel kaynaklı ve yiyecek/içecek kaynaklı şikâyet konularının kişisel şikâyetleri arttırdığı, hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetlerin ise kişisel şikâyetleri azalttığı görülmektedir. Sonuçlar bağlamında araştırmanın “*H_{1a}*: Termal otel işletmelerinde

konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetleri kişisel şikâyet davranışlarını etkilemektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11’de katılımcıların şikâyet konularının şikâyete yönelik sesli tepkileri üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 11: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konularının Şikâyete İlişkin Sesli Tepkileri Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	B değerleri	Standart hata	Beta değerleri	T değerleri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Sabit	2,826	0,206		13,700	,000*
Personel kaynaklı şikâyetler	-0,219	0,080	-0,150	-2,728	,007*
Yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetler	-0,064	0,093	-0,041	-0,682	,496
Hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler	0,573	0,081	0,399	7,033	,000*
R=0.373 R ² =0.139 Düzeltilmiş R ² =0.131 F= 18.860 p=0.000*					

Tablo 11’de yer alan sonuçlara göre uygulanan çoklu doğrusal regresyon analizi uygundur ve regresyon modeli “Şikâyet Davranışı= 2.284 + 0.573x hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler - 0.219xpersonel kaynaklı” şeklindedir ve şikâyet konuları sesli tepkiler üzerinde (F: 18.860, p>0.01) genel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir. Buna göre araştırmanın “*H_{2a}: Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetleri sesli şikâyet davranışlarını etkilemektedir.*” hipotezi kabul edilmiştir. Bununla birlikte, katılımcıların hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetlerindeki 1 birim artış sesli tepki davranışını 0.573 oranında artırırken, personel kaynaklı şikâyetlerdeki 1 birim değişim sesli tepki davranışını 0.219 azaltmaktadır. Katılımcıların yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetleri ise sesli tepki davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Araştırmada regresyon analizleri kapsamında son olarak katılımcıların şikâyet konularının üçüncü taraf tepkiler üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konularının Şikâyete İlişkin Üçüncü Taraf Tepkileri Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız değişkenler	B değerleri	Standart hata	Beta değerleri	T değerleri	Anlamlılık Düzeyi (p)
Sabit	2.915	0.208		14.024	0.000*
Personel kaynaklı şikâyetler	0.177	0.080	0.129	2.196	0.029*
Yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetler	0-.128	0.094	-0.087	-1.360	0.175
Hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler	-0.040	0.081	-0.030	-0.493	0.622
R=0.127 R ² =0.016 Düzeltilmiş R ² =0.008 F= 18.860 p=0.000*					

Tablo 12’de yer alan regresyon analizleri sonuçlarına göre çoklu doğrusal regresyon analizi uygundur ve regresyon modeli “Şikâyet Davranışı= 2.915+

0.177x personel kaynaklı şikâyetler” şeklindedir. Buna göre personel kaynaklı şikâyetlerde meydana gelen 1 birimlik artış, üçüncü taraf tepkilerini 0.177 arttırmaktadır. Diğer yandan yiyecek/içecek kaynaklı ve hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler üçüncü taraf tepkiler üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Model genel olarak değerlendirildiğinde ise şikâyet konuları üçüncü taraf tepkiler üzerinde (F: 18.860, p>0.01) genel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmanın “**H_{2c}**: Termal otel işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyetleri üçüncü taraf şikâyet davranışlarını etkilemektedir.” hipotezi kabul edilmiştir.

Araştırma verilerinin analizi sürecinde son aşamada kontrol değişkenlerinin konukların şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği test edilmiştir. Bu kapsamda bağımsız değişkenlerdeki grup sayısına bağlı olarak gerçekleştirilen bağımsız örneklem T-testi (iki grup) ve Varyans (ikiden fazla grup) analizlerinde katılımcıların şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarının cinsiyetlerine, mesleklerine ve eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır.

Diğer yandan gerçekleştirilen T-testlerinde katılımcıların şikâyet davranışlarının medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ve analiz sonuçları ise Tablo 13’te sunulmuştur. Tablo 13’te yer alan sonuçlar doğrultusunda katılımcıların şikâyet davranışları (p: 0.005, p<0.05) medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sonuçlar bağlamında evli olan katılımcıların (\bar{x} : 3.147, s.s: 0.815) bekâr olan katılımcılara göre daha fazla şikâyetle bulduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 13: Araştırmaya Katılanların Şikâyet Konuları ve Şikâyet Davranışlarının Medeni Durumlarına Göre Karşılaştırılmasına Yönelik T-Test Sonuçları

Boyutlar	Gruplar	N	\bar{X}	s.s	F Değeri	Serbestlik derecesi	Anlamlılık Düzeyi (p)
Kişisel Tepkiler	Evli	168	2.091	0.552	0.472	257	0.014*
	Bekâr	75	2.587	1.244			
Üçüncü Taraf Tepkiler	Evli	186	2.901	1.110	0.054	257	0.010*
	Bekâr	73	2,342	0,921			
Sesli Tepkiler	Bekâr	74	3.390	0.823	0.056	257	0.424
	Evli	184	3.594	0.890			
Şikâyet Davranışları Toplam	Bekâr	73	2.831	0.742	3.778	248	0.05*
	Evli	176	3.147	0.815			

\bar{X} : Aritmetik ortalama, s.s: Standart sapma.

Katılımcıların şikâyet davranışları alt faktörler bağlamında değerlendirildiğinde medeni duruma göre en yüksek düzeyde anlamlı farklılık arz eden faktörün üçüncü taraf tepkiler (p: 0.010, p<0.05) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda evli katılımcıların (\bar{X} : 2.843, s.s: 1.040) bekar katılımcılara göre

oteli/restoranı daha fazla kötülemekte, daha fazla medyaya şikâyet etmek ve yasal hakkını aramaktadır.

Katılımcıların şikâyet davranışlarında medeni durumlarına göre anlamlı farklılık arz eden bir diğer şikâyet davranışı ise kişisel tepkilerdir (p: 0.014, p<0.05). Buna göre evli katılımcılar (\bar{x} : 2.901, s.s: 1.110) bekâr katılımcılara göre otele/restorana gelmeme konusunda arkadaşlarını/yakın çevresini daha fazla uyarmakta veya daha fazla otel/restorana tekrar gelmeme eğilimi göstermektedirler.

Katılımcıların şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarının yaş grupları bağlamında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği Varyans analizi (One Way ANOVA) ile test edilmiş ve analiz sonucunda şikâyet davranışlarının yaş grupları bağlamında (p:0.035, p<0,05) anlamlı bir farklılık gösterdiği saptanmıştır (bkz. Tablo 14).

Tablo 14: Katılımcıların Şikâyet Konuları ve Şikâyet Davranışlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılmasına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

<i>Değişkenler</i>	<i>Değişim kaynağı</i>	<i>Kareler toplamı</i>	<i>Serbestlik derecesi</i>	<i>Kareler ortalaması</i>	<i>F değerleri</i>	<i>Anlamlılık Düzeyi (p)</i>
Kişisel tepkiler	Gruplar arası	11.869	5	2.374	1.858	0.101
	Grup içi	480.468	376	1.278		
Üçüncü taraf tepkiler	Gruplar arası	12.360	5	2.472	2.511	0.030*
	Grup içi	368.193	374	.984		
Sesli tepkiler	Gruplar arası	13.099	5	2.620	2.349	0.041*
	Grup içi	418.284	375	1.115		
Şikâyet davranışları toplam	Gruplar arası	8.284	5	1.657	2.429	.035*
	Grup içi	248.253	364	.682		

Tablo 14’te yer alan sonuçlar alt faktörler bazında değerlendirildiğinde katılımcıların şikâyet davranışlarının üçüncü taraf tepkiler (p: 0.030, p<0.05) ve sesli tepkiler (p: 0.041, p<0.05) boyutunda yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Şikâyet davranışları ve şikâyet davranışlarının alt faktörleri olan üçüncü taraf tepkiler ve sesli tepkiler boyutunda yaş gruplarına göre tespit edilen farklılığın kaynağının saptanması için ise Post Hoc testlerinden Ryan-Einot-Gabriel-Welsch F testi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo 15’te sunulmuştur.

Tablo 15: Bazı Şikâyet Davranışları ve Yaş Grupları Arasındaki Farklılığa İlişkin Ryan-Einot-Gabriel-Welsch F Testi Sonuçları

<i>Bağımlı Değişken</i>	<i>Bağımsız Değişken Alt Boyutları</i>	<i>Sayı (n)</i>	\bar{X}
Üçüncü taraf tepkiler	24 yaş ve altı	51	3.01ab
	25-34 yaş	72	2.87ab
	35-44 yaş	203	3.05b
	45-54 yaş	37	2.50a
	55-64 yaş	13	2.54ab
	65 yaş ve üzeri	4	2.75ab
Sesli tepkiler	24 yaş ve altı	52	3.89b
	25-34 yaş	73	3.77ab
	35-44 yaş	202	3.59ab
	45-54 yaş	37	3.33ab
	55-64 yaş	13	2.73ab
	65 yaş ve üzeri	4	2.67a
Şikâyet davranışları toplam	24 yaş ve altı	50	3.17b
	25-34 yaş	70	2.99ab
	35-44 yaş	197	3.06b
	45-54 yaş	36	2.65a
	55-64 yaş	13	2.68ab
	65 yaş ve üzeri	4	2.86ab

\bar{X} : Aritmetik ortalama. **a,b** farklı farklı harfleri içeren gruplar arasındaki farklılık anlamlıdır.

Tablo 15'te yer alan analiz sonuçlarına göre termal konaklama işletmelerinde konaklayan ve 45-54 yaş grubunda yer alan konukların şikâyet davranışları (\bar{X} : 2.65), 35-44 yaş grubu (\bar{X} : 3.06) ve 24 yaşında veya daha genç olan (\bar{X} : 3.17) konuklara göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Sonuçlar bağlamında 35-44 yaş grubu ve 24 yaşında veya daha genç olan konuklar, 45-54 yaş grubundaki konuklara göre daha fazla şikâyet davranışı gösterme eğilimindedirler. Diğer yandan 45-54 yaş grubundaki konuklar (\bar{X} : 2.50) ile 35-44 yaş grubundaki konukların (\bar{X} : 3.05) üçüncü taraf tepkileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve 35-44 yaş grubundaki konukların daha fazla üçüncü taraf tepkide bulunduğu anlaşılmaktadır. Sesli tepki davranışına ilişkin analiz sonuçlarına göre de 24 yaşında veya daha genç olan konuklar (\bar{X} : 3.89) ile 65 yaş ve üzeri yaşa sahip konuklar (\bar{X} : 2.67) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. 24 yaş veya daha genç olan konuklar 65 yaş ve üzerin konuklara göre daha fazla sesli tepki davranışı sergileme eğilimindedirler.

SONUÇ

Termal konaklama işletmelerinde konaklayan konukların restoran ve restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konuları ve şikâyet davranışlarının belirlenerek, şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan bu çalışmada; konukların şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve şikâyet konularının şikâyet davranışlarını etkilediği saptanmıştır. Araştırma sonuçları detaylandırıldığında

termal otel işletmelerinde konaklayan konukların şikâyete ilişkin kişisel tepkilerde bulunmalarında öncelikli olarak personel kaynaklı şikâyetler ve hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetlerin, sonrasında ise yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetlerin etkili olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda otel bünyesinde bulunan restorandaki karşılama hizmetinden başlayarak, yemek sunum hızı, saygı, kibarlık, yardımseverlik, yemek hakkında bilgi alma gibi konularda ve restoran ısı, gürültüsü, kalabalığı vb. hususlarda sorunlarla karşılaşan konukların kişisel tepki gösterme yoluyla şikâyet davranışı sergilediği belirlenmiştir. Bu konuklar kişisel tepkiler kapsamında termal otel işletmesine veya işletmenin restoranına bir daha gelmemeyi ve bu durumu yakın çevresine anlatarak onları da gelmeme konusunda uarmayı düşündüğü sonucuna ulaşılabilir. Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgu konukların restoran hizmetlerine yönelik sesli tepkilerinde etkili olan başlıca faktörün hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetler olduğudur. Dolayısıyla yemek hizmeti aldığı restoranda havalandırma, ısı, gürültü, kalabalık, konfor, ışıklandırma ve dekorasyon gibi konularda memnun olmayan konuklar şikâyete ilişkin olarak öncelikle yönetimden hızlı bir çözüm talep etmekte, yemeğin/içeceğin değiştirilmesini talep etmekte ya da şikâyetlerini restoran müdürüne iletmektedirler. Konukların restoranı/oteli çevresine ve/veya medyaya kötülemesi ya da yasal hakkını araması içeren üçüncü taraf tepkilerinde ise personel kaynaklı şikâyetlerin etkili olduğu saptanmıştır.

Restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerindeki etkilerine yönelik elde edilen sonuçlar bağlamında termal otel işletmelerinin, şikâyetleri önlemek ve müşteri memnuniyetini daha da arttırmak için aşağıda belirtilen önerileri dikkate alması gerekmektedir;

- Termal otel işletmeleri personel kaynaklı şikâyetleri azaltmak için hizmet içi eğitimler veya profesyonel danışmalık yoluyla personelin hizmet kuralları ve standartlarını en iyi şekilde uygulamasını sağlamalıdır.
- Konukların yiyecek/içecek kaynaklı şikâyetlerinin kişisel tepkilere sebep olduğu göz önünde bulundurularak mutfak departmanında ekipman ve personel niteliği artırılmalı, yiyeceklerin/içeceklerin kalitesinden ödün vermemelidir.
- Restoran/otel yöneticileri veya personeli konuklarla açık bir iletişim kurmalı, şikâyeti özenle dinleyerek etkili çözüm yöntemleri geliştirmelidir. Nitekim müşteri şikâyetlerinin hızlı ve doğru bir şekilde çözülmesi ile müşteriler görüşlerini daha fazla iletmekte ve restoranlarda hizmet kalitesinin geliştirilmesinde önemli bir bilgi kaynağı oluşturabilmektedirler (Galicic ve Ivanovic, 2008: 249).
- Konukların şikâyetlerini bildirmeleri için uygun bir ortam yaratılarak konukların cesaretlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim memnun olmayan müşterilerin şikâyetini bildirme yönünde cesaretlendirilmesi müşterilerle uzun süreli ilişkilerin kurulmasını sağlayan önemli bir pazarlama aracı olarak kullanılabilir (Kim ve Boo, 2011: 253).

- Termal otel işletmeleri medyada imaj kaybına uğramamak ve yasal sorunlarla karşılaşmamak için yiyecek/içecek kalitesine ve personel niteliğine önem vermeli, bu konuda restoranlarda karşılaşılan sorunları en kısa sürede çözüme kavuşturmalıdırlar.

Araştırmadan elde edilen tanımlayıcı sonuçlar, katılımcıların şikâyet konularının genellikle hizmet atmosferi unsurları üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde DeFranco ve diğerleri (2005: 180) tarafından gerçekleştirilen araştırmada hizmet atmosferi kaynaklı şikâyetlerin ön planda olduğu, diğer yandan Wildes ve Seo (2001), Su ve Bowen (2001), Muller vd. (2003) ve Lee vd (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda yiyecek/içecek kusurları ve personel hatalarının ön planda olduğu görülmektedir. Dolayısıyla restoranlarda müşteri şikâyetlerinin araştırmanın yapıldığı ülke, restoran koşulları ve müşteri niteliğine göre farklılık gösterdiğini söylemek mümkündür. Yine, tanımlayıcı bulgulara göre termal otel işletmelerinde en sık görülen müşteri şikâyet davranışlarının sesli tepkiler olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu bulgular ilgili literatür ile karşılaştırıldığında çeşitli yazarların (Lam ve Tang, 2003; Kim ve Lynn, 2007; Heung ve Lam, 2003; DeFranco vd., 2005) yaptıkları araştırmalarda kişisel tepkilerin ön planda olduğu, sesli tepkilerin ise birçok durumda kişisel tepkileri izlediği veya ilk sırada olduğu görülmektedir. Bu noktada termal otel işletmelerinde konuk şikâyetlerinin öğrenilmesinde etkin bir yol izlendiği, konukların şikâyetlerini şikâyet konusunun ortaya çıktığı anda bildirmesinin sağlandığı sonucuna ulaşılabilir.

Araştırmada termal otel işletmelerinde konaklayan misafirlerin şikâyet davranışlarına ilişkin görüşlerinin medeni durumlarına göre farklılık arz ettiği, bu bağlamda evli bireylerin bekâr olanlara nispeten daha fazla şikâyet davranışında bulunduğu, şikâyet davranışlarında da üçüncü taraf tepkileri ve kişisel tepkileri daha çok sergiledikleri saptanmıştır. Araştırmada son olarak termal otel işletmelerinde konaklayan misafirlerin şikâyet davranışlarına ilişkin görüşlerinin yaş gruplarına göre farklılık arz ettiği saptanmıştır. Bu kapsamda 18-24 yaş grubunu temsil eden genç konukların orta ve üçüncü yaş grubundaki konuklara göre daha fazla şikâyet davranışında bulunduğu görülmektedir. Söz konusu bulgular Lam ve Tang (2003) tarafından Hong Kong otellerinde gerçekleştirilen çalışma sonuçlarını desteklemektedir. Yazarlar genç yaş grubundaki restoran müşterilerinin daha fazla şikâyet davranışında bulunmasını beklenti düzeylerinin diğer yaş gruplarına göre daha fazla olmasına bağlamaktadır. Genç yaş grubunda yer alan müşterilerin hizmet alımı için katlandığı maddi değer karşılığında sahip oldukları beklentileri karşılanmadığı durumda şikâyet davranışı eğiliminde bulunmaktadır.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde restoran hizmetlerine yönelik şikâyet konularının şikâyet davranışları üzerinde belirgin etkileri olduğu ve şikâyet davranışlarının medeni durum ve yaş grupları gibi bazı demografik değişkenlere göre farklılık arz ettiği, diğer yandan şikâyet konuları ve şikâyet

davranışlarında cinsiyet, eğitim düzeyi ve meslek gruplarının etkili olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte araştırma sonuçlarının örneklem ile sınırlı olduğunu ve bunun araştırma sonuçlarının genellenmesinde bir sınırlılık olduğunu belirtmek gerekmektedir. Diğer yandan, araştırmada anket yönetimi ile verilerin toplanması sebebiyle şikâyet konuları ve davranışlarında değerlendirilmeyen unsurların var olabileceği de unutulmamalıdır. Dolayısıyla konuyla ilgili olarak gelecekte daha detaylı araştırmaların gerçekleştirilmesi, bu kapsamda şikâyet konuları ile şikâyet davranışları arasındaki ilişkilerin ifadeler bazında daha detaylı olarak incelenmesi, demografik değişkenlerin şikâyet konuları ve davranışları üzerindeki etkilerinin ele alındığı daha fazla araştırma gerçekleştirilmesi ve şikâyet davranışı durumunda restoran/otel yöneticilerinin çözüm yollarına ilişkin stratejileri belirten araştırmaların yayınlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Aktaş, A., Çevirgen, A. ve Toker, B. (2009). Assessing holiday satisfaction of German and Russian tourists visiting Alanya. *Tourism and Hospitality Management*, 15 (1): 1-12.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

Barlow, J. ve Moller C. (2008). *A complaint is a gift: recovering customer loyalty when things go wrong*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.

Blodgett, J. G. ve Granbois, D. H. (1992). Toward an integrated conceptual model of consumer complaining behaviour. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 1992 (5): 93-103.

Chang, J., Khan, M. A. ve Tsai, C. T. (2012). Dining occasions, service failures and customer complaint behaviours: an empirical assessment. *International Journal of Tourism Research*, 14 (6): 601-615.

Day, R. L. ve London, E. L. (1977). Toward a theory of consumer complaining behaviour. Woodside, A., Steht, J. ve Bennet, P. (Der.), *Consumer and industrial buying behaviour*. İçinde 425-437. Amsterdam: North Holland Publishing.

DeFranco, A., Wortman, J., Lam, T. ve Countryman C. (2005). A cross-cultural comparison of customer complaint behaviour in restaurants in hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism*, 10 (2): 173-190.

Donoghue, S. ve De Klerk, H. M. (2006). Dissatisfied consumers' complaint behaviour concerning product failure of major electrical house hold appliances- a conceptual framework. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 2006 (34). 41-55.

Dore, C. D. (1988). The interpretation of service: an anthropological view. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 12 (1): 81-91.

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.

Galicic, V. ve Ivanovic, S. (2008). Using the “learn model” to resolve guest complaints. *Tourism and Hospitality Management*, 14 (2): 241-250.

Goodman, J. (1999). *Basic facts on customer complaint behaviour and the impact of service on the bottom line*. <http://www.talent-technologies.com/new/wp-content/uploads/2010/06/a-complaint-is-a-gift.pdf>, (13.02.2013).

Gürsoy, D. McCleary, K. W. ve Lepsito L. R. (2003). Segmenting restaurant customers based on their complaining response styles. *Journal of Foodservice Business Research*, 6 (1): 325-375.

Heung, V.C.S. ve Lam, T. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5): 283-289.

Hirschman, A. O. (1970). *Exit, voice and loyalty responses to decline in firms, organizations and states*. Cambridge: Harvard University Press.

Hui, M. K. ve Au, K. (2001). Justice perceptions of complaint-handling: a cross cultural comparison between PRC and Canadian customers. *Journal of Business Research*, 52 (2): 161-173.

Jacoby, J. ve Jaccard, J. J. (1981). The sources, meaning and validity of consumer complaint behaviour: a psychological analysis. *Journal of Retailing*, 57 (3): 4-23.

Jones, D. L., McCleary, K. W. ve Lepsito L. R. (2002). Consumer complaint behaviour manifestations for table service restaurants: identifying socio demographic characteristics, personality, and behavioral factors. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26 (2): 105-122.

Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University*, 25 (7): 4189-4202.

Kim, J. H. ve Chen, J. S. (2010). The effects of situational and personal characteristics on consumer complaint behaviour 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): 365-375.

Kim, J. ve Boo, S. (2011). Influencing factors on customer's intention to complain in a franchise restaurant. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20 (2): 217-237.

Kitapçı, O. (2008). Restoran hizmetlerinde müşteri şikâyet davranışları: Sivas ilinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2008 (31):111-120.

Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2012). *Genel turizm: ilkeler kavramlar, (12. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Lam, T. ve Tang, V. (2003). Recognizing customer complaint behaviour: the case of Hong Kong hotel restaurants. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14 (1): 69-86.

Lee, K., Khan, M. A., ve Ko, J. (2008). A Cross-national comparison of perceptions of service recovery. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24 (1): 1-16.

Lehman, A., Q'Rourke, N., Hatcher, L. ve Stepanski E. J. (2005). *JMP® for basic univariate and multivariate statistics a step-by-step guide*. North Carolina: SAS Institute Inc.

Li, M. (2010). Exploration of Chinese consumer complaint behaviour in the hospitality industry. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Nevada Üniversitesi, Las Vegas.

Matusitz, J. ve Breen, G. M. (2009). Consumer dissatisfaction, complaints, and the involvement of human resource personnel in the hospitality and tourism industry. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 8 (2): 234-246.

Muller, R. D., Palmer, A. Mack, R. ve McMullan, R. (2003). Service in the restaurant industry: an American and Irish comparison of service failures and recovery strategies. *Hospitality Management*, 22 (4): 395-418.

Namkung, Y., Jang S. S. ve Choi, S. K. (2011). Customer complaints in restaurants: do they differ by service stages and loyalty levels?. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (3): 495-502.

Özdamar, K. (1999). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi, (2. Baskı)*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

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.

Su, W. ve Bowen, J.T. (2001). Restaurant customer complaint behaviour. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4 (2): 25-65.

Sujithamrak, S. ve Lam, T. (2005). Relationship between customer complaint behaviour and demographic characteristics: a study of hotel restaurants' patrons. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10 (3): 289-307.

Susskind, A. M. (2000). Efficacy and outcome expectations related to customer complaints about service experiences. *Communication Research*, 27 (3): 353-378.

Susskind, A. M. (2005). A content analysis of consumer complaints, remedies, and repatronage intentions regarding dissatisfying service experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29 (2): 150-169.

Ural, A. ve Kılıç, İ., (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Velazquez, B. M. ve Blasco, M. F. (2012). Why do restaurant customers engage in negative word-of-mouth? *Esic Market Economic and Business Journal*, 43 (2): 259-280.

Velazquez, B. M., Contri, G. B., Saura, I. G. ve Blasco, M. F. (2006). Antecedents to complaint behaviour in the context of restaurant goers. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 16 (5): 493-517.

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.

Wildes V.J. ve Seo, W. (2001). Customer vote with their forks: consumer complaining behaviour in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 2 (2): 21-34.

Yang, T. C. (2005). The development of an effective recovery programme after service failures: a case study of restaurants in Glasgow. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 2 (1): 39-54.

Yavaş, U., Karatepe, O.M., Babakuş E. ve Avcı T. (2004). Customer complaints and organizational responses: a study of hotel guests in Northern Cyprus. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 11 (2-3): 31-45.

Yüksel, A., Kılınç, U. K. ve Yüksel, F.(2006). Cross-national analysis of hotel customers' attitudes toward complaining and their complaining behaviour. *Tourism Management*, 27 (1): 11-24.

Copyright of Dokuz Eylul University Journal of Graduate School of Social Sciences is the property of Dokuz Eylul University Graduate School of Social Sciences and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.