

BÖLÜM 3

SEYAHAT ACENTALARINDA MÜŞTERİ ŞİKÂyet YÖNETİMİ

Uğur CEYLAN¹
Sebahattin KARAMAN²

GİRİŞ

Turizm bilimi gelişen teknoloji ve refah seviyesinin yükselmesi ile birlikte kaydadeğer bir gelişme göstermiştir. Özellikle boş zaman ve turizmin sosyolojik boyutlarının ağırlık kazanması tüketicileri seyahat etme konusunda daha fazla motive etmektedir (Avcıkurt ve Sarioğlan, 2019). Tüketicilerin her türlü bilgiye en kolay şekilde ulaştığı, rekabetin giderek arttığı küresel bir dünyada benzer ürünler sunan işletmelerin birbirleri arasında fark yaratması gerekmektedir. Böylesine hızlı değişen ve gelişen bir rekabet ortamında işletmelerin varlıklarını devam ettirmeleri için tüketicilerin gözünde farklı bir konuma sahip olması gerekmektedir. Bu konuma öncelikle tüketicilerin gözünde pozitif bir güven yaratmaktan geçmektedir İşletmelerin güven yaratması ise kurumsal itibarlarıyla ilişkilidir Bu kapsamda da işletmeler kendi çevreleri ve buldukları toplum üzerinde kurumsal itibar kazanmalı ve bu pozitif durumu ürün ve hizmetlerine yansıtarak tüketicilerine ulaşmalıdır.

Müşteri şikâyet yönetimi günümüz dünyasında işletmeler açısından ürün ve hizmetlerini iyileştirme yolunda oldukça önemli bir hale gelmiştir. İşletmeler geri bildirim yoluyla aldıkları şikâyetleri iyi değerlendirdikleri takdirde ürün ve hizmetleri hem iyileştirebilen hem de yeni ürün ve hizmetler sunabilirler. Tüketiciler günümüzde yenilikleri sıklıkta takip etmekte ve kullandıkları ürün ya da hizmetleri bu yönde talep etmektedirler. İşletmeler, müşteri şikâyet yönetim süreçlerini doğru bir şekilde programlamalı ve süreçlerini bu yönde geliştirmelidirler. Mevcut bir müşteriyi korumanın, yeni bir müşteri kazanmaktan daha ucuz olduğu bir ortamda mevcut müşterileri sadık müşteri haline getirmenin işletmelere kazandırdıkları daha fazla olacaktır. Şikâyetleriyle ilgilenilen müşterilerin işletmelere

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, ugur.ceylan@dpu.edu.tr

² Doç.Dr. Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, skaraman@balikesir.edu.tr

Bu çalışma Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 25.04.2017 tarihinde Yrd.Doç.Dr.Sebahattin KARAMAN danışmanlığında tamamlanan "Kurumsal İtibar Oluşturma Sürecine Müşteri Şikâyet Yönetiminin Etkisi: Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma" isimli doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

lere olan bağlılıklarının arttığı literatür kısmında araştırmalarla desteklenmiştir. Dolayısıyla küçük ve orta çaplı seyahat acentaları müşteri şikâyet yönetim süreçleri oluşturmalı ve bu alanda bir uzman istihdam etmelidirler. Şikâyetleri çözümlenen müşteriler işletmeye tekrar dönecek ve şikâyetler sonucu mevcut ürün ve hizmetler iyileşecektir.

Sunulan mevcut ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi bakımından, çekirdek ürün ve hizmetleri de kapsayan hizmet süreçlerinin iyileştirilmesinin yollarından birisi de, hizmetlere ilişkin şikâyetlerin değerlendirilerek, bu doğrultuda sunulan ürün veya hizmetlerin eksik görülen yönlerinin iyileştirilmesidir. Bu anlamda müşteri şikâyetleri ve bu şikâyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesi, seyahat acentalarının sundukları hizmetlerin iyileştirilmesi anlamında yol gösterici bir rol oynayacaktır. Müşterilerden şikâyetler şeklinde seyahat acentasına dönen geri bildirimler, seyahat acentalarının mevcut yöntemlerdeki eksiklikleri veya aksaklıkları görmelerini ve buna yönelik süreçleri iyileştirmelerini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akçura, G. (1993). *Seyahat Acentaları Tarihi*. (Derleyen: Şükrü Yarcın), Seyahat Yönetimi, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Avcıkurt, C. Sarioğlan, M. (2019). *Gastronomi Sosyolojisine Genel Bakış, Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış* (Edt. Avcıkurt, C. Sarioğlan, M.). Detay Yayıncılık.
- Barlow, J. & Moller, C. (2008). *A complaint is a gift: recovering customer loyalty when things go wrong*. Barrett-Koehler Publishers, Inc.
- Bengül, S.S. (2015). *Hizmet işletmelerinde müşteri şikâyet yönetimi kalitesi belirleyicileri ve işletme performansı*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Bozkurt, M. (2001). *Turizmde müşteri memnuniyeti ve müşteri şikâyetleri yönetimi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Ekpo, A. E., Riley, B. K., Thomas, K. D., Yvaire, Z., Gerri, G. R. H. & Muñoz, I. I. (2015). *As worlds collide: the role of marketing management incustomer-to-customer interactions*. *Journal of Business Research*, 68, 119-126.
- Eşkinat, A. (2009). *Müşterinin elde tutulmasında şikâyet yönetiminin önemi ve hizmet sektörüne ilişkin bir uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fierro, J. C., Melero, I. & Sese, F. J. (2015). *Managing complaints to improve customer profitability*. *Journal of Retailing*, 91 (1), 109-124.
- Fornell, C. & Wernerfelt, B. (1988). *A model for customer complaint management*. *Marketing Science*, 7 (3), 287-298.
- Gambetta, N., Zorio-Grima, A. & García-Benau, M. A. (2015). *Complaints management and bank risk profile*. *Journal of Business Research*, 68, 1599-1601.
- Garding, S. & Bruns, A. (2015). *Complaint management and channel choice an analysis of customer perceptions*. London: Springer International Publishing.
- Hacıoğlu, N. (2013). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, (7.Baskı), İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Harrison-Walker, L.J. (2001). *E-complaining: a content analysis of an internet complaint forum*. *Journal of Services Marketing*. 15 (5), 397-412.
- Huang, M. C.-J., Wu, H.C., Chuang, S.-C. & Lin, W.H. (2014). *Who gets to decide your complaint intentions? the influence of other companions on reaction to service failures*. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 180-189.

- Hulten, P. (2012). A lindblomian perspective on customer complaint management policies. *Journal of Business Research*, 65, 788–793.
- İçöz, O. (2003). Seyahat acentaları ve tur operatörlüğü yönetimi (4.Baskı), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kılıç, B. & Ok,S. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikayetleri ve şikayetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 25 (7) 4189-4202.
- Kılınç, U. (2011). Şikayet yönetimi: müşteri işğören etkileşiminde sözsüz iletişim. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kim, C. Sounghie, Kim. Subin, I. & Changhoon S. (2003). The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions. *Journal of Consumer Marketing*, 20 (4), 352-371.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management*. Eight Edition, New Jersey: Pearson Education.
- Kozak, M. (2007). Turizm sektöründe tüketicilerin şikâyetlerini bildirme eğilimleri. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi*, 14 (1), 137-151.
- Küçükaslan, N. (2009). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması ve tur yönetimi*. 1. Baskı. Aktüel Yayınları Alfa Akademi.
- Lovelock C. H. & Lauren K.W. (1999). *Principles Of Services Marketing and Management*. Prentice Hall, New Jersey.
- Mattila, A. S. & Mount, D. J.(2003). The impact of selected customer characteristics and response time on e-complaint satisfaction and return intent. *International Journal of Hospitality Management*, 22, 135–145.
- Namkung, Y., Jang, S.C. & Choi, S. K. (2011). Customer complaints in restaurants: do they differ by service stages and loyalty levels?. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 495–502.
- Olçay, A. & Sürme, M.(2014). Otel işletmelerinde müşteri şikâyetlerini belirlemeye yönelik ampirik bir çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (35), 836-855.
- Resnik, A. J. & Harmon, R. R. (1983). Consumer complaint and managerial response: a holistic approach. *The Journal of Marketing*, 47 (1), 86-97.
- Ro, H. & Wong, J. (2012). Customer opportunistic complaints management: a critical incident approach. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 419-427.
- Schibrowsky, J. A. & Lapidus, R. S. (1994). Gaining a competitive advantage by analyzing aggregate complaints. *Journal of Consumer Marketing*, 11 (1), 15-26.
- Sparks, B. A., So, K.K.F. & Bradley, G. L.(2016). Responding to negative online reviews: the effects of hotel responses on customer inferences of trust and concern. *Tourism Management*, 53, 74-85.
- Sujithamrak, S. & 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.
- Şahin, G. (2006). Atatürk döneminde Batıdaki olumsuz Türk ve Türkiye imajını düzeltme çabaları ve Türk Seyyahin Cemiyeti'nin bu konudaki çalışmaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Doğumunun 125. Yılında Atatürk Özel Sayısı, 8 (3), 141-152.
- Uusitalo, K., Hakala, H. & Kautonen, T. (2008). Customer complaints as a source of customer-focused process improvement: a constructive case study. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 3 (1), 1-13.
- <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?earch=1> Erişim: 24.11.2016.
- <http://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/hr/hr00500.pdf> Erişim: 09.01.2016.
- http://www.ombudsman.qld.gov.au/Portals/0/QO_10_Steps_to_Effective_CMS_V4.pdfErişim: 08.01.2016.