



İzmir'de Michelin Rehberi Bib Gourmand Listesinde Yer Alan Restoranların Tripadvisor Yorumlarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Tripadvisor Reviews of Restaurants Listed in Michelin Guide Bib Gourmand in Izmir

Özkan DEMİR¹

öz

İzmir Türkiye'de Michelin Rehberine dâhil olan önemli şehirlerden biridir. Bu çalışmada İzmir ilinde bulunan Michelin Rehberi Bib Gourmand listesinde yer alan restoranların Tripadvisor yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada söz konusu restoranlara ait son 3 yılda yapılmış olan 184 adet Tripadvisor yorumu nitel içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Yorumların içerik analizleri sonucunda memnuniyetler ve şikâyetler isminde iki farklı tema belirlenmiştir. Her bir tema yiyecek/içecek, hizmet/çalışanlar, fiziksel ortam, menü, temizlik/hijyen, fiyat/eder ve diğer gibi kategoriler oluşmakta olup, ayrıca her bir kategori de birbirinden farklı kodlardan oluşmaktadır. Analiz edilen Tripadvisor yorumları değerlendirildiğinde; restoranların önemli bir kısmının son 3 yıldır aldıkları puanların genel puanlarından daha düşük olduğu belirlenmiştir. Ayrıca analizler sonucunda müşterilerin yemeklerin lezzetli ve özenli olduğunu sıklıkla tekrarladıkları belirlenmiştir. Yemeklerin lezzetli olması kadar görüş birliği olmasa da yorumlarda işletme çalışanlarının güler yüzlü, samimi, ilgili ve kibar olduğu; atmosferin dikkat çekici ve mekânların ferah olduğu yorumlarda tekrarlanmıştır. Yemeklerin lezzetli olduğunu düşünenler kadar olmasa da yemeklerin lezzetsiz, sunumların özensiz olduğu da yorumlarda tekrarlanmıştır. İşletme çalışanlarına yönelik olumlu görüşten daha çok olumsuz görüş birliği olduğu; çalışanların ilgisiz, kaba/egolu ve asık suratlı oldukları yoğun bir şekilde tekrarlanmıştır. Müşterilerin bir kısmı işletmelerin uyguladıkları fiyat politikasının hizmete göre kabul edilebilir seviyede olduğunu düşünmesine karşın, fiyatların fahiş olduğu daha sık bir şekilde tekrarlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İzmir, Michelin Rehberi, Bib Gourmand, Restoran, Tripadvisor

ABSTRACT

Izmir is one of the important cities in Türkiye included in the Michelin Guide. This study aims to examine the Tripadvisor reviews of restaurants in Izmir that are listed in the Michelin Guide Bib Gourmand. In this study, 184 Tripadvisor reviews made in the last 3 years for the restaurants in question were analyzed using qualitative content analysis. As a result of the content analysis of the reviews, two different themes were identified: satisfaction and complaints. Each theme consists of categories such as food/beverage, service/staff, physical environment, menu, cleanliness/hygiene, price/value, and others, and each category also consists of different codes. When the analyzed Tripadvisor reviews were evaluated, it was determined that a significant portion of restaurants had received scores lower than their overall scores over the past three years. Furthermore, the analysis revealed that customers frequently mentioned that the food was delicious and carefully prepared. Although there is no consensus on the deliciousness of the food, the reviews repeatedly mention that the staff are friendly, sincere, attentive, and polite; the atmosphere is appealing, and the premises are spacious. While not as many people commented that the food was delicious, it was repeatedly mentioned that the food was tasteless and the presentation was careless. There was more consensus on negative opinions about the staff than positive ones; it was repeatedly stated that the staff were indifferent, rude/arrogant, and sullen. While some customers think the pricing policy implemented by the businesses is acceptable given the service, the prices being exorbitant has been mentioned more frequently.

Keywords: Izmir, Michelin Guide, Bib Gourmand, Restaurant, Tripadvisor

¹ Corresponding Author: Balıkesir Üniversitesi, ozkan.demir@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-7994-2564



GİRİŞ

Restoran işletmeleri için müşterilerin istek ve beklentilerinin yerinde analiz edilmesi ve bu bilinçle hizmet edilmesi hayati öneme sahiptir (Çavuş ve Nazik, 2022: 138). İşletmelerden alınan hizmetler doğrultusunda işletmeyi tercih eden müşterileri yorumları önem arz ediyor olup, söz konusu yorumlar çevrimiçi web siteleri ve/veya bazı sosyal medya platformları aracılığıyla yapılmaktadır (Dargıç, 2023: 3070). Bu noktada yiyecek ve içecek işletme yöneticilerinin ve diğer çalışanlarının işletmeyi tercih eden müşterilerin işletmede yaşamış olduğu deneyim, beklenti, memnuniyet ve şikâyetlerini özenle takip etmeleri gerektiği düşünülmektedir.

Türkiye’de ilk olarak 2022 yılında İstanbul ile başlayıp ardından 2023 yılında İzmir ve Bodrum’u listeye dâhil eden Michelin Rehberi (Tırpancı ve Bucak, 2025: 97), günümüzde uluslararası anlamda en prestijli görülen restoran derecelendirme sistemi olarak faaliyetler göstermektedir (Aksu, 2025: 100). Türkiye’de Michelin Rehberi’nde yer alan restoranlara yönelik araştırmaların Michelin Yıldızlı (Yazıcı Ayyıldız ve Kuday, 2023; Yarış ve Arıcı, 2023; Kayış, 2024; Andaş ve Yakut Ayman, 2024) veya doğrudan Yeşil Yıldızlı restoranlara (Akay, Yılmaz ve Çiçek, 2023; Demir, 2025) odaklandığı, Bib Gourmand listesinde yer alan restoranları doğrudan örneklem olarak belirleyen araştırmaların ise sınırlı olduğu belirlenmiştir. Bib Gourmand listesinde yer alan restoranlarla ilgili araştırma sayısının yeterli olmaması literatürde önemli bir boşluğa işaret etmektedir. Michelin Rehberinin gastronomi turizmini etkileyen önemli bir faktör haline gelmesi (Bilge, Cabi ve Şahin, 2021: 122), ziyaretçilerin % 80’inin tatil öncesinde çevrimiçi web sitelerini ziyaret edip doğru yer/fiyat araştırması yapması (Eren ve Çelik, 2017: 122) ve özellikle dijitalleşmeyle birlikte tüketicilerin yemek deneyimlerini değerlendirme süreçlerini büyük oranda çevrimiçi yorumlar üzerinden yapması (Uçuk, 2025: 552) bu araştırmayı ayrıca önemli kılmaktadır.

Bu araştırmada İzmir ilinde faaliyetlerini sürdüren ve ‘Michelin Rehberi Bib Gourmand’ listesinde yer alan restoranlara ilişkin müşterilerin Tripadvisor çevrimiçi yorumlarının incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda müşterilerin yaşamış olduğu olumlu ve olumsuz deneyimler incelenerek analiz edilmiştir.

1. Literatür Taraması

Tüketiciler yüksek kaliteli deneyimler yaşamak için restoranları tercih ederken restoran değerlendirme kuruluşlarını referans almakta ve tercihlerini bu platformlarda yer alan değerlendirmelere göre şekillendirmektedir (Çavuş ve Nazik, 2022, 138; Yarış ve Arıcı, 2023: 1924). Günümüzde restoranları değerlendiren birçok restoran derecelendirme kuruluşu bulunmakta olup bu kuruluşların bir kısmı bölgesel düzeyde bir kısmı ise uluslararası düzeyde faaliyetlerini sürdürmektedir (Çavuş ve Nazik, 2022: 139). Kaliteli restoranların ve ünlü şeflerin yer aldığı restoran rehberleri arasında Michelin Rehberi oldukça önemli bir konumda (Uğuzoğlu, 2021: 1-2) ve küresel ölçekte hem köklü hem de güvenilir bir rehber olarak kabul edilmektedir (Olaru, 2023: 424). Dünyanın en güvenilir aynı zamanda en fazla danışılan restoran rehberi konumunda olan Michelin Rehberi (Apak ve Nazikgöl, 2025: 57), objektif, profesyonel ve sistematik derecelendirme süreciyle dünyanın önde gelen yemek otoritelerinden biri olarak kabul edilmektedir (Baldwin, Wong ve Leung, 2023: 1).

Tarihi 1900 yılına dayanan Michelin Rehberi, Michelin Lastik firmasının da kurucusu olan André ve Edouard Michelin tarafından hazırlanmıştır (Akay, Yılmaz ve Çiçek, 2023: 1189). Michelin Rehberi 1926 yılında restoranlarla yıldız verme konseptini uygulama başlamış (Moreno-Gené, Daries, ve Cristobal-Fransi, 2023: 2), başlangıçta sadece bir yıldız ile yapılan ödüllendirme sistemine 1931 yılında iki ve üç yıldız sistemi de eklenmiştir (Bilge, Cabi ve Şahin, 2021: 123). Aynı zamanda 1931 yılına kadar rehberler mavi kapaklıken bu tarihten itibaren kapaklar kırmızı renkte tasarlanmış ve günümüzde de varlığını ‘*Michelin Red Guide*’ olarak sürdürmektedir (Çavuş ve Nazik, 2022: 140-141). Güvenirliğinden neredeyse hiç şüphe duyulmayan Michelin Rehberi (Karpik, 2000: 374), profesyonel bir yaklaşımla değerlendirmelerini yaparak mekân öneriyor olması nedeniyle özellikle Avrupa’da şefler ve müşteriler tarafından saygı duyulan bir kaynak olarak kabul edilmektedir (Olaru, 2023: 424). Michelin Rehberi bağımsız müfettişleri aracılığıyla işletmeleri titizlikle değerlendirmekte, müşterilerin yanı sıra

aynı zamanda restoranlar için de yerinde, doğru ve adaletli karar verme amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir (Temizkan ve Aktepe, 2023: 1621). Bir restorana 1 yıldız vermek, kategorisinde iyi bir restoran olduğu anlamına gelmekte iken 2 yıldız, bir rota değişikliğini hak ettiğini, 3 yıldız ise mutlaka ziyaret edilmesi gereken bir restoran olduğu anlamına gelmektedir (Batat, 2020: 5; Akça ve Demir, 2024: 1). Michelin Rehberinde yer alan Bib Gourmand ise paranın karşılığını veren restoran şeklinde nitelendirilmektedir (Apak ve Nazıkgül, 2025: 58). Restoranlar için yıldız kriterleri 1936 yılından günümüze değişmemiş olup, bu kriterler; yemeklerde kullanılan ürünlerin kalitesi, yemeğin lezzeti ve pişirme tekniklerinde kullanılan ustalık, mutfaktaki yaratıcılık, hizmetin ve yiyeceklerin lezzetinin ödenen ücrete değişiyor olması ve sunulan hizmetin istikrarlı bir şekilde devamlılığının sağlanması şeklinde ifade edilmektedir (Yazıcı Ayyıldız ve Kuday, 2023: 56). Üst düzey yemek deneyimlerinin sembolü olan Michelin Yıldızlı restoranlar (Castillo-Manzano ve Zarzoso, 2023: 2) yıldız aldıktan sonra ziyaretçi sayısı ciddi oranda artmaktadır (Chiang ve Guo, 2021: 1).

Michelin Rehberi 11 Ekim 2022 tarihinde ilk defa rehberine İstanbul'u, 2023 yılında İzmir ve Bodrum'u da dahil etmiştir (Temizkan ve Aktepe, 2023: 1621). Türkiye'de 2025 yılı itibarıyla iki yıldızlı 1 restoran, bir yıldızlı 13 restoran olmakla birlikte 27 restoran Bib Gourmand kategorisinde, 87 restoran ise seçki listesinde yer almakta, bu 128 restorandan 10'unun ayrıca yeşil yıldız da bulunmaktadır (Michelin Türkiye, 2025). Gastronomi turizmi açısından oldukça zengin bir potansiyele sahip olan İzmir ilinde (Altıntaş ve Hazarhun, 2020: 16), bir yıldızlı 4 restoran bulunmakla birlikte 8 restoran Bib Gourmand, 12 restoran ise seçki listesinde bulunmaktadır; bu restoranlardan 4'ünün aynı zamanda yeşil yıldız da bulunmaktadır (Michelin İzmir, 2025).

2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada İzmir ilinde faaliyetlerini sürdüren ve 'Michelin Rehberi Bib Gourmand' listesinde yer alan restoranlara ilişkin müşterilerin Tripadvisor çevrimiçi yorumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda İzmir ilinde yer alan Michelin Rehberi Bib Gourmand listesindeki 8 restorana ait toplam 184 Tripadvisor yorumu içerik analizi ile analiz edilmiştir.

İçerik analizinde yapılan işlem birbirine benzeyen verilerin belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmesi ve bunların okuyucuların anlayabileceği bir şekilde düzenlenip yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 242). İçerik analizi, bir veya birçok metnin içindeki sözcükler, kavramlar, temalar, deyimler, karakterler veya cümlelerin varlıklarının belirlenmesi ve onların sayıya dökülmesi için kullanılmaktadır (Kızıltepe, 2017: 253-254).

Araştırma kapsamında her bir restorana ait son 3 yılın (Mayıs 2022- Mayıs 2025) tripadvisor yorumları incelenerek analiz edilmiş, elde edilen verilerin frekans ve yüzdeleri verilmiştir. Araştırma verileri 24 Mayıs -29 Mayıs 2025 tarihinde incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen müşteri deneyimleri word ve excel dosyalarına aktarılıp gerekli kodlamalar yapılarak tablo şeklinde sunulmuştur. Kod, kategori ve temaların oluşturulması sürecinde veriler alanında uzman başka bir araştırmacı ile paylaşarak analizleri yapması istenmiştir. Araştırma yazarı ve alanında uzman diğer araştırmacının belirlemiş olduğu kod, kategori ve temalar karşılaştırılmış ve oldukça yüksek bir uyum olduğu belirlenmiştir. Araştırmada Tripadvisor yorumlarının incelenmesinin başlıca sebepleri, seyahat başlığı altındaki web sitelerinin içinde en çok aranan sayfa olması (Eren ve Çelik, 2017: 124), detaylı ve yapılandırılmış yorumlar içermesi ve puanlar ile metin bazlı yorumların bir arada olması (Uçuk, 2025: 555) gibi özellikleri etkili etkili olmuştur.

Araştırmada verilerin herkese açık olması ve yorumları yapan kullanıcı isimlerinin ve yorumun tam tarihinin paylaşılması sebebiyle etik kurul izni gerekmemektedir.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında incelenen Michelin Yıldızlı Bib Gourmand listesinde yer alan restoranların her birini sembolize etmesi için işletme ismi verilmeyip "A İşletmesi", "B İşletmesi" ifadesi kullanılmıştır.

Tablo 1. İzmir ilinde Bulunan Bib Gourmand İşletmelerine Ait Yorum Sayıları

İşletmeler	Toplam Yorum		Mayıs 2022- Mayıs 2025 Arası Yorum	
	Sayısı (N)	Yüzde (%)	Sayısı (N)	Yüzde (%)
A İşletmesi	8	0,23	8	4,35
B İşletmesi	1.102	31,89	47	25,54
C İşletmesi	59	1,71	6	3,26
D İşletmesi	166	4,80	23	12,50
E İşletmesi	1573	45,52	30	16,30
F İşletmesi	1	0,03	1	0,54
G İşletmesi	144	4,17	10	5,43
H İşletmesi	403	11,66	59	32,07
Toplam	3.456	100	184	100

Tablo 1'de belirtildiği üzere İzmir ilinde Michelin Rehberi Bib Gourmand listesine dâhil olan restoranlara ait Tripadvisor'da şimdiye kadar toplam 3.456 yorum yapılmıştır. En çok Tripadvisor yorumu E (1573) işletmesine ve B işletmesine (1102) yapılırken; en az yorum ise F işletmesi (1) ve A işletmesine (8) yapılmıştır. Mayıs 2022-Mayıs 2025 tarihleri arasında ise söz konusu restoranlara toplam 184 yorum yapılmış olup, en çok yorum H işletmesi (42) ve B işletmesine (47); en az yorum ise F işletmesi (1) ve C işletmesine (6) yapılmıştır (Tripadvisor, 2025).

Tablo 2. İzmir ilinde Bulunan Bib Gourmand İşletmelerine Ait Yorumların Puan ve Sayıları

İşletmelere Ait Toplam Yorumların Puanları						
İşletmeler	Mükemmel	İyi	Ortalama	Kötü	Berbat	Toplam
A İşletmesi	5	-	1	1	1	3,9
B İşletmesi	554	198	118	73	159	3,8
C İşletmesi	39	9	5	4	2	4,3
D İşletmesi	97	27	17	11	14	4,1
E İşletmesi	764	425	187	95	102	4,1
F İşletmesi	1	-	-	-	-	5
G İşletmesi	99	27	10	1	7	4,5
H İşletmesi	212	106	43	19	23	4,2

İşletmelere Ait Mayıs 2022- Mayıs 2025 Arası Yorumların Puan ve sayıları						
İşletmeler	Mükemmel	İyi	Ortalama	Kötü	Berbat	Toplam
A İşletmesi	5	-	1	1	1	3,9
B İşletmesi	7	2	4	6	28	2
C İşletmesi	1	-	1	2	2	3
D İşletmesi	7	5	5	1	5	4,3
E İşletmesi	12	5	4	2	7	3,4

F İşletmesi	1	-	-	-	-	5
G İşletmesi	5	-	5	-	1	3,7
H İşletmesi	20	14	8	6	11	3,4

Tablo 2’de İzmir ilinde Bib Gourmand listesinde bulunan işletmelere ait yorumların sayıları detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Buna göre işletmelerin genel toplam değerlendirme puanları 3,8 ile 5 arasında değişmektedir. Son 3 yılda yapılan yorumlar incelendiğinde ise işletmelerin çoğunun son 3 yılda almış oldukları yorum puanlarının genel yorum puanlarına göre düşük olduğu belirlenmiştir. A işletmesi sadece sekiz, F işletmesi ise sadece bir yoruma sahip olup genel yorum puanları ile son 3 yılda almış oldukları yorum puanları aynı kalmıştır. B işletmesi, C işletmesi, E işletmesi, G işletmesi ve H işletmesine ait son 3 yılda yapılan yorum puanları düşerken; D işletmesine ait son 3 yılda yapılan yorum puanının genel yorum puanından yüksek olduğu belirlenmiştir (Tripadvisor, 2025).

İzmir ilinde Michelin Rehberi Bib Gourmand listesinde bulunan işletmelere ait Mayıs 2022-Mayıs 2025 tarihleri arasındaki yorumlar değerlendirildiğinde memnuniyetler ve şikâyetler şeklinde iki tema oluşmaktadır. Temalar, temaları meydana getiren kategoriler ve kategorileri meydana getiren kodlar aşağıda tablo 3 ve tablo 4’te açıklanmaktadır.

Tablo 3. Memnuniyetler Temasını Meydana Oluşturan Kategoriler ve Kodlar

TEMA	KATEGORİ	KODLAR
MEMNUNİYETLER	Yiyecek/içecek	<ul style="list-style-type: none"> Lezzetli yiyecek/yemekler (n=71) Özenli sunumlar (n=9) Alışılmışın dışında lezzetler (n=7) Kaliteli/lezzetli şarap (n=7) Orijinal ürünler/malzemeler (n=4)
	Hizmet/Çalışanlar	<ul style="list-style-type: none"> Sıcak/Güler yüzlü çalışanlar (n=19) İlgili/Deneyimli çalışanlar (n=16) Samimi/Kibar/Anlayışlı çalışanlar (n=10) Misafirperver çalışanlar (n=8) Hızlı servis (n=7) Kaliteli hizmet (n=6)
	Fiziksel Ortam	<ul style="list-style-type: none"> Ambiyans/Atmosfer (n=13) Ferah/Huzurlu mekân/hava (n=11) Şık ortam/tasarım/dekor (n=8) Kolay ulaşım/konum (n=5) Otopark/vale hizmeti (n=4) İyi restorasyon (n=2) Güzel Müzikler (n=2)
	Menü	<ul style="list-style-type: none"> Bol çeşitli (n=7) Yöresel lezzetler (n=4) Devirli menü (n=2) Çocuk menüsü olması (n=2) Vegan seçenek (n=1) Menüde fiyatların yer alması (n=1)
	Temizlik/Hijyen	<ul style="list-style-type: none"> Temiz/Hijyenik ortam (n=10) Temiz/Hijyenik tuvalet/lavabo (n=3)
	Fiyat/Eder	<ul style="list-style-type: none"> Kaliteyle orantılı fiyat (n=21)
	Diğer	<ul style="list-style-type: none"> İkramlar (n=7)

Tablo 3'te belirtildiği gibi memnuniyetler teması yiyecek/içecek, hizmet/çalışanlar, fiziksel ortam, menü, temizlik/hijyen, fiyat/eder ve diğer kategorilerinden oluşuyor olup, her bir kategori ise farklı sıklıkla tekrarlanan kodlardan meydana gelmektedir. Yorumlarından ve kod sıklıklarından anlaşılacağı üzere müşteriler yiyecek içeceklerin lezzetli ve sunumların özenli olduğunu düşünmektedir. Müşteri yorumlarından anlaşılacağı üzere yemeklerin lezzeti ve sunumu kadar yoğun görüş birliği olmasa da çalışanların güler yüzlü, samimi, ilgili ve kibar olduğu düşünülmektedir. Yorumlardan atmosferin dikkat çekici olduğu anlaşılacakla birlikte, mekânların genel olarak ferah olduğu, ortamın şık olduğu ve ulaşımın kolay olduğu da yorumlarda tekrarlanmıştır. Memnuniyetler teması ile ilgili olarak müşterilerin aşağıdaki yorumları dikkat çekmektedir (Yorumlara yer verilirken müşteri deneyimlerinin tam anlaşılabilmesi amacıyla anlamı etkilemeyecek olan küçük yazım yanlışları ve imla hataları düzeltilerek aktarılmış, sadece işletmeyi işaret edecek bilgiler veya herkesçe bilinen işletmenin imza yemekleri yorumlarda '...' veya 'X' şeklinde sansürlenerek verilmiştir):

Yemekler inanılmaz lezzetli, günlük olarak değişken seçenekler olmasına rağmen gittiğimiz gün neredeyse her şeyden yedik. Menüde yer alan şaraplar ve tatlılar da mükemmel. Atmosferden bahsetmeme gerek bile yok zaten...

Öğlen yemeğine gittik, çalışanların hepsi gayet kibardı özellikle yemekleri tanıtan bayan çok samimiydi... Çok lezzetliydi. Yediğimiz içtiğimiz her şeyden memnun kalarak ayrıldık. Ortam zaten çok güzel...

...Mutfağı ve ortamı evinizde gibi hissedebileceğiniz samimiyette. Yemekleri çok lezzetli ve hepsi çok farklı tatlar...

Ortam çok şık ve ambiyanslı. Yemekler mükemmeldi. Uzun pişmiş Keçi'yi mutlaka denemenizi öneririm. Sunum, hizmet, iletişim mükemmeldi. Çok teşekkür ederiz.

Müthiş lezzetli yemekler ve şaraplar, harika bir sunum ve çok güler yüzlü personel eşliğinde mükemmel bir yemek yedik. Teşekkür ediyoruz ve herkese tavsiye ediyoruz diyoruz.

Çok kaliteli ve nezih bir lokanta. Yemekler muazzam ve servis ekibi çok nazik ve gönülden hizmet veriyor. Yapanların ellerine, servis yapanların gönlüne sağlık diliyoruz...

Lezzet ve ambiyans ...'nın eksikliğini tamamlayan güzellikte. Avlu ve içerde oturulabiliyor. Otopark özelliği var. Menü çok özenli. Müdavim olunası...

İlk defa deneyimlediğimiz bir mekân, ama birçok damak zevki gelişmiş kişiden methini duyduğumuz bir yer. Gerçekten neden bu kadar güzel olduğunu yemeklerini tadınca anlıyorsunuz. Taze ne demek? Özen ne demek? Güler yüz ne demek? zarafet ne demek? Deneyimleyince anlıyorsunuz. Ne desem eksik kalacak en güzeli sizin denemeniz.

Tablo 3'ten anlaşıldığı üzere menü ile ilgi çok fazla yorum olmayıp menüde çok çeşit olması, menüde yöresel ürünlerin olması ve menünün belli aralıklara değişmesi memnuniyetle yorumlarda tekrarlanmıştır. Yorumlarda ayrıca mekânın temizliğine de yorumlar yapılmış, fiyatların ise kalite ve hizmet ile orantılı olduğu ifade edilmiştir. Müşteriler ayrıca yorumlarda işletmelerin sunmuş olduğu ikramları da memnuniyetle karşıladıklarını belirtmiştir. Konuyla ilgili olarak müşterilerin şu yorumları dikkat çekmektedir;

... burası gerçekten çok lezzetli ve tatil yöresinde olmasına rağmen fiyatları gayet makul. Özellikle X, zeytinyağlı enginar ve X çok ama çok lezzetliydi.

Kesinlikle, yemeklerini deneyiniz. Değişik ve güzel lezzetler bulacaksınız. Özellikle yöreye özgü otlu yemekler var. Vakit darlığı nedeniyle ikinci defa gidemedik. Menüde bulunan diğer yemekleri, ...'a tekrar gidince deneme fırsatı bulacağım.

Biraz daha yöresel, değişik yemekleri merak ettiğimizden burayı tercih ettik. Eğer benim gibi enginar seviyorsanız oldukça zengin bir menüsü var... Mutlaka denemenizi öneririm.

Yemekler çok lezzetliydi. Çalışanlar güler yüzlü fiyatlarda oldukça makuldü. ...'a yolunuz düşerse muhakkak uğrayın derim.

Temiz ve bol çeşitli büfe. Soğuk mezeler... Tatlılar yemekler ile yarışır. Teşekkürler... 'a mutlaka gelin deneyin.

... çarşısının içinde lezzetli ve güzel ve makul fiyatlarla yemek yiyebileceğiniz tipik bir Ege Lokantası. Zaten etrafınıza dikkatlice baktığınızda nezih ve temiz bir yer olduğunu anlayacaksınız.

...Yemek öncesi ve sonrası yapılan ikramlardan da oldukça memnun kaldık. Aileyle güzel vakit geçirilebilecek oldukça hoş bir mekân.

Tablo 4. Şikâyetler Temasını Meydana Oluşturan Kategoriler ve Kodlar

TEMA	KATEGORİ	KODLAR
ŞİKÂyetLER	Yiyecek/İçecek	<ul style="list-style-type: none"> Lezzetsiz/Vasat yemekler (n=24) Özensiz ve sıradan sunum/yemek (n=20) Küçük porsiyonlar (n=8) Soğuk sunum (n=6) Orijinal olmayan/Kalitesiz ürün (n=4) Yemekte yabancı cisim (n=2)
	Hizmet/Çalışanlar	<ul style="list-style-type: none"> Yetersiz ilgi/alaka (n=29) Kaba/Egolu çalışanlar (n=27) Asık suratlı çalışanlar (n=9) Ağır/Kötü servis (n=7) İş ahlakı eksik (n=6) İletişim becerileri eksik (n=5) Vasıfsız çalışanlar (n=4)
	Fiziksel Ortam	<ul style="list-style-type: none"> Kalabalık/Gürültü (n=15) Saldırgan köpek olması/Sivrisinek (n=7) Rahatsız koltuklar (n=3) Konum/Bozuk yol (n=2)
	Menü	<ul style="list-style-type: none"> Sınırlı çeşit (n=3) Fiyatların yazmaması (n=3) Özel menülerin olmaması 2 (n=2)
	Temizlik/Hijyen	<ul style="list-style-type: none"> Kirli masalar/takımlar (n=3) Temiz olmayan mutfak (n=2) Kirli tuvaletler (n=1)
	Fiyat/Eder	<ul style="list-style-type: none"> Yüksek/Fahiş fiyat (n=44) Hizmetin fiyatına değmemesi (n=11)
	Diğer	<ul style="list-style-type: none"> Etik olmayan uygulamalar (n=4) Sosyal medya abartısı (n=4) Çocuk alınmaması (n=1)

Tablo 4'te görüldüğü üzere şikâyetler teması da yiyecek/içecek, hizmet/çalışanlar, fiziksel ortam, menü, temizlik/hijyen, fiyat/eder ve diğer kategorilerinden oluşuyor olup, her bir kategori ise farklı sıklıkla tekrarlanan kodlardan meydana gelmektedir. Yorumlarından ve kod sıklıklarından anlaşılacağı üzere müşteriler yiyecek içeceklerin lezzetsiz/vasat, özensiz ve porsiyonların küçük olduğunu,

çalışanların ilgisiz, kaba/egolu, asık suratlı olduğunu ve servisin ise ağır olduğunu daha sık tekrarlamıştır. Fiziksel ortam ile ilgili müşteri yorumları incelendiğinde, ortamın kalabalık/gürültülü olduğu ve saldırgan köpeklerin/sivrisineklerin varlığı gibi şikâyetlerin daha sık tekrarlandığı görülmektedir. Yorumlarda menüde çeşitlerin sınırlı olduğu, fiyatların yazmaması, masa/takımların kirli olması, etik dışı uygulamalar ve mekânların sosyal medya abartısı olduğu gibi şikâyetler az da olsa yorumlarda tekrarlanmıştır. Müşteri yorumlarında en çok tekrar edilen şikâyet ise fiyatlarla ilgili olup, müşteriler yüksek/fahiş fiyat konusundaki şikâyetlerini oldukça sık bir şekilde ifade ederek ayrıca almış oldukları hizmetin fiyatına değmediğini belirtmişlerdir. Şikâyetler teması ile ilgili olarak müşterilerin aşağıdaki yorumları dikkat çekmektedir:

Yemekler çok kötüydü. Fiyatlar aşırı yüksekti... Ana yemeğin et gramajı çok azdı. Sadece hava satan bir yer. Ayrılırken uğurlama bile yapmadılar.

Arkadaşlar kaliteli bir insan iseniz gitmeyin. Çünkü işletmecilerinde ilgi ve saygı sıfır. Hesapları çok saçma şekilde pahalı. Ki ben dünyanın birçok noktasında yemek yedim... Hizmet ve sunum sıfır yemek ye defol git modunda garip bir mekân.

Yemekler inanılmaz lezzetsiz. ...soğuk geldi 5000 lira hesap ödediğimiz ancak gece boyu midemizin bulandığı ve geldiğimize geleceğimize bin pişman olduğumuz bir restoran. Eğer sağlam bir mutfak zevkiniz yemek kültürünüz varsa, annelerinizin lezzet şöleni yaşattığı sofralarda yetişmiş biri iseniz hadi onu da geçtim esnaf lokantasında kuru fasulye pilav için lokanta lokanta gezen biri iseniz burada asla mutlu olamazsınız paramıza acıdık. ... hasılı kelam masaya gelen yemeklerin hikayelerini dinleyebilirsiniz ama bu hikayeler yemeği lezzetli kılmıyor. ... Ege kültüründen çok uzak bir mutfak hayal kırıklığı oldu.

Sakin sakın gitmeyin. Ben birkaç kere gitmiştim bu sefer de arkadaşlarımı götürmek istedim. Kaldığımız otel de tavsiye etmişti zaten biliyorduk. Gittiğimiz saat akşam servisine geçecekleri saatmiş ancak ben çok kibar bir şekilde söylememe rağmen maalesef alamayız dediler ok dedik çıktık sonra peşimizden sahibinin oğlu koşturdu ancak çalışanlar maalesef iş yapmamak için bizi kötü bir masaya yönlendirdi. Ben eksik bir sandalye çekerken hayır onu yerine koyun o sandalye oranın değil söylemi ile karşılaştım. Her şey yemeğin güzel olması değil bence bu devirde aldığın hizmette önemli. Maalesef, doymuş bir işletme, Türkiye'de biz bu kadar zengin mi olduk ki Avrupa gibi siesta zamanı koyuyoruz. Ayrıca sezon dışı gidilmiş bir dönem ve müşteriye çalışanların davranışı berbat maalesef. Artık kimseye önermem etrafımdan gideceklere de gitmemesini tavsiye edeceğim.

...Servis konusu çok büyük problem. Aşırı yavaş ve hele kalabalıkta çok bekliyorsunuz.

Mekanlarında besledikleri ciddi şekilde agresif olan köpekleri tarafından annem saldırıya uğramış, hastanelik olmuş, ciddi yan etkilere sahip tetanos ve kuduz aşısı olmak zorunda kalmış ve rapor alıp işlerini aksatmak zorunda kalmıştır. Bununla birlikte mekân sahibinin asla umursamaması, vurdumduymazlığı, bizi aşağılar şekilde davranması da cabası. Bize saldırdıktan sonra köpeği tekrar müşterilerin arasına salıp, insanların can güvenliğini ciddi şekilde tehdit etmişlerdir. Kısaca çoluk çocuğunuzun köpek tarafından parçalanmasını istiyorsanız ailenizle beraber gidebilirsiniz.

Lezzet fiyat oranı sıfır. Çok pahalı ve işletmeciler çok ilgisiz ve ukalalar. Lezzetler hakkında bilgi vermiyorlar. Garsonlarda kötü hizmet, kalitesiz, sadece ortam mimari güzel başka bir artısı yok. Kesinlikle tavsiye etmiyorum. Gereksiz pahalı. Son yorumlar benim ile benzer düşüncede.

Arkadaşlarımla gitmiştim. Çölyak hastası bir arkadaşımın sorularına verdikleri nezaketsiz kaba tavırlar ve yanlış servisler yüzünden yemekleri masada bırakıp çıkmak zorunda kaldık. Glütensiz ya da çölyak hastalığı hakkında bilgisi olmayan, öğrenmek istemeyen, hasta olana da saygısızlığı kendine hak gören bir restoran burası. Kaldı ki bir de Michelin'in tavsiye listesinde burasının ne işi olabilir?

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İzmir ilinde faaliyetlerini sürdüren ve 'Michelin Rehberi Bib Gourmand' listesinde yer alan restoranlara ilişkin müşterilerin Tripadvisor çevrimiçi yorumlarının incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmada veriler içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir.

İzmir ilinde Michelin Rehberi Bib Gourmand listesine dâhil olan restoranlara ait Tripadvisor'da şimdiye kadar toplam 3.456 yorum yapılmıştır. En çok Tripadvisor yorumuna sahip işletme 1573 yoruma sahipken; en az yoruma sahip işletmenin ise 1 yorumu bulunmaktadır. İşletmelerin genel toplam değerlendirme puanları 3,8 ile 5 arasında değişmektedir. Son 3 yılda yapılan yorumlar incelendiğinde ise işletmelerin çoğunun son 3 yılda almış oldukları yorum puanlarının genel yorum puanlarına göre düşük olduğu belirlenmiştir. Şahin (2021), Çorum'da faaliyet gösteren restoranlarla ilgili müşterilerin çevrimiçi değerlendirmelerini ortaya koymayı amaçladığı araştırmada, müşterilerin restoranlara yönelik genel puanlarının 3 ile 4,5 arasında değiştiğini, ortalama da ise 3,7 puan olduğunu belirlemiştir. Uçuk (2025) ise benzer şekilde Tekirdağ'da bulunan restoranların müşteri deneyimlerini incelediği araştırmada en yüksek puan alan işletmenin 5,0 tam puan aldığını, en az müşteri memnuniyet puanı alan işletmenin ise 3,5 puan aldığını tespit etmiştir. Hökekleli ve Yıldız (2024), Gaziantep restoranları yorumlarını içerik analizi ile inceledikleri araştırmalarında en yüksek genel puana sahip restoranın 4,5 puan, en düşük genel puana sahip restoranın ise 3,5 puan aldığını belirlemiştir.

Araştırmada analizler sonucu memnuniyetler ve şikâyetler şeklinde 2 farklı tema oluşmuştur. Her bir tema yiyecek/içecek, hizmet/çalışanlar, fiziksel ortam, menü, temizlik/hijyen, fiyat/eder ve diğer gibi kategorilerden oluşmakta olup, ayrıca her bir kategori de birbirinden farklı kodlardan oluşmaktadır.

Araştırmada katılımcılar yoğunlukla yemeklerin lezzetli olduğunu belirtmiştir. Ayrıca özenli sunumlar, alışılmadık dışında lezzetler ve lezzetli şaraplar da tekrar edilen kodlar arasındayken, yorumlarda çalışanların güler yüzlü, ilgili, samimi ve misafirperver oldukları ile ilgili de tekrarlanan kodlar mevcuttur. Yazıcı Ayyıldız ve Kудay (2023), İstanbul'da bulunan Michelin Yıldızlı restoranların Tripadvisor yorumlarını inceledikleri araştırmalarında elde ettikleri en fazla yorumun yemek, konum, hizmet, fiyat, personel, atmosfer ve menü başlıklarına yapılmış olması, müşterilerin %80'inin yemekleri lezzetli bulduğunu belirtmesi sonuçları da bu araştırmada elde edilen sonuçlarla benzerlik taşımaktadır. Yorumlarda fiziksel ortamla ilgili olarak olumlu yorumlarda atmosfere, mekânın ferahlığına, ortamın şık olmasına ve mekâna kolay ulaşımına; menü ile ilgili ise menü de bol çeşit olduğuna ve yöresel ürünlerin bulunduğuna değinilmiştir. İşletmelerin temiz olduğuna da değinilen yorumlarda ayrıca kaliteyle orantılı fiyat politikası izlendiği de tekrarlanan kodlardandır. İşletmelerin müşterilerine sunmuş oldukları ikramlıkların da memnuniyetle karşılandığı yorumlardan anlaşılmaktadır.

Yorumlarda müşterilerin yiyecek içecekler ile ilgili en çok tekrarladıkları şikâyet kodları yemeklerin lezzetsiz, özensiz olması ve sunumların küçük olması ile ilgiliyken, hizmet ve çalışanlarla ilgili ise çalışanların ilgisiz olduğu, egolu/kaba oldukları ve asık suratlı oldukları en çok tekrar edilen şikâyetler arasındadır. Gastronomi bölüm öğrencilerinin Michelin Yıldızlı restoranlardaki çalışma deneyimlerini inceleyen Temizkan ve Aktepe (2024), katılımcıların Michelin Yıldız ile ilgili liyakatsizlik gibi olumsuz düşüncelere sahip olduğunu belirlemiştir. Yorumlarda ortamın kalabalık olduğu ve saldırgan köpeklerin varlığı da fiziksel ortam ile ilgili şikâyetler arasında yer alırken az da olsa menünün kısıtlı olması ve fiyatların yazmıyor olması da menü ile ilgili şikâyetlerdir. Restoranlarla ilgili en çok değinilen, en çok yorum yapılan konulardan biri de fiyat politikası ile ilgili olup, fiyatların yüksek olduğu ve hizmetin fiyata değmediği tekrar edilmiştir. Yazıcı Ayyıldız ve Kудay (2023), müşterilerin en çok olumsuz yorumda bulunduğu kategorinin fiyat olması bu araştırmanın fiyat konusundaki sonuçları ile paralellik göstermektedir. Hijyen ile ilgili şikâyetlerin diğer şikâyet kategorilerine göre az olduğu dikkat çekerken, etik dışı davranışlar ve işletmelerin sosyal medya abartısı olduğu konularda bazı misafir yorumlarında geçmektedir. Araştırmada şikâyet konuları ele alındığında, Dalgıç (2023)'ün ChatGPT'nin restoranlar tarafından müşteri şikâyet ve telafileri ile ilgili kullanılıp kullanılmayacağını

belirlemeyi amaçladığı araştırmasında, ChatGPT’nin yemek ve servis konularının şikâyet unsurları olarak ön plana çıktığını belirlemesi bu araştırmadaki şikâyet bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın memnuniyetler (olumlu) ve şikâyetler (olumsuz) yorumları ve bu yorumlardan elde edilen kodlar/kategoriler hep birlikte değerlendirildiğinde Michelin Yeşil Yıldız restoranlarındaki müşteri deneyimlerini değerlendiren Demir (2025); Tekirdağ restoranlarını inceleyen Uçuk (2025); Kastamonu’da yöresel yiyecekler sunan restoranların yorumlarını inceleyen Yaşar (2021); Şirince’de bulunan restoranların olumsuz yorumlarını değerlendiren Yazıcı Ayyıldız (2020); Çorum restoranlarını inceleyen Şahin (2021) ve İstanbul’da birinci sınıf restoran yorumlarını inceleyen Yetgin, Keküç ve Şayin (2020)’da kendi örneklemeleri içerisinde bu araştırmanın sonuçları ile yer yer benzer sonuçlara ulaştığı belirlenmiştir.

Bu araştırmanın İzmir ilinde Bib Gourmand listesinde yer alan restoranların Tripadvisor yorumlarının derinlemesine incelenip okuyucuya ve sektör temsilcilerine aktarılması açısından literatürde önemli bir boşluğu doldurduğu düşünülmektedir. Araştırmada müşteri deneyimlerinin ve yorumlarının detaylandırılıp kategorize edilmesi Michelin Rehberine dâhil olmak isteyen restoran yöneticilerine Michelin Rehberine dâhil olma istekleri noktasında katkı sağlamaktadır. Araştırmada müşteri yorumlarının analiz edilmesi restoran işletmelerine ne tür stratejiler belirlemeleri gerektiği konusunda fikir oluşturmaktadır. Michelin Rehberine dâhil olan ve/veya olmayan restoran yöneticileri araştırmada kategorize edilmiş olan müşteri yorumlarından hareketle memnuniyet konularında sürdürülebilirliği sağlayabilecekleri gibi şikâyet nedenlerini anlayarak bu konudaki eksikliklerini gidermek için gerekli düzenlemeleri yapabilirler. Fakat bu araştırmanın İzmir iline odaklanmış olması ve belli bir dönemdeki Tripadvisor yorumlarının incelenmiş olması gibi sınırlılıklarından dolayı sonuçların başka bir bölgede yer alan restoranlara genellenebilirliği sınırlı kalmaktadır.

Araştırmacılar ileride Michelin Rehberinde yer alan restoranların müşteri deneyimlerini görüşmeler yoluyla derinlemesine bir biçimde elde edebilecekleri gibi ayrıca belli bir bölgede yer alan Michelin Rehberinde yer alan restoranların rehberine dâhil olmadan önce ve rehberine dâhil olduktan sonraki müşteri deneyimleri araştırabilirler. Farklı bölgelerde yer alan Michelin Rehberinde yer alan restoranların müşteri deneyimlerinin karşılaştırılması konusu da gelecekteki araştırma konusu olarak önerilmektedir.

Etik Standart ile Uyumluluk

Çıkar Çatışması: Yazar, kendileri ve / veya diğer üçüncü kişi ve kurumlarla çıkar çatışmasının olmadığını veya varsa bu çıkar çatışmasının nasıl oluştuğuna ve çözüleceğine ilişkin beyanlar ile yazar katkısı beyan formları makale süreç dosyalarına ıslak imzalı olarak eklenmiştir.

Etik Kurul İzni: Bu çalışma için etik kurul iznine gerek olmayıp, buna ilişkin ıslak imzalı onam formu, süreç dosyasına eklenmiştir.

Finansal Destek: -

KAYNAKÇA

Akay, E., Yılmaz, İ. ve Çiçek, A. (2023). Michelin Yeşil Yıldız Kriterlerinin Zincir İşletmeler Tarafından Uygulanabilirliğinin Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(9): 1182-1197. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1276>

Akça, İ. ve Demir, Ö. (2024). The Relationship Between Supervisor Autonomy Support, Creativity, and Employee Service Performance: Evidence From Michelin Restaurants. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 37, 100999. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100999>

Aksu, S. C. (2025) Uluslararası restoran derecelendirme sistemleri. Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar V* içinde (100-112. Ss.). Çizgi Kitabevi.

- Altıntaş, V. ve Hazarhun, E. (2020). İzmir'in gastronomi turizmi potansiyeline turist rehberlerinin bakış açıları. *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 5(2), 13-36.
- Andaş, Ş., & Yakut Aymankuy, Ş. (2024). Türkiye'de Michelin Rehberine giren uzak doğu restoranlarında semiyotik bir analiz. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2024, 7(1), 164-175. <https://doi.org/10.33083/joghat.2024.393>
- Apak, Ö. C. & Nazıkgül, M. (2025). Michelin Rehberinde Yer Alan Restoran Menülerinin Türk Mutfağı Kapsamında İncelenmesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 8 (1): 54-71. <https://doi.org/10.53353/atrss.1487154>
- Baldwin, W., Wong, W. C. W., & Leung, V. T. Y. (2023). The Transference of Cuisine and Michelin Rated Chinese Restaurants: A Chef's Perspective of Chineseness in Hong Kong. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34, 100817. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100817>
- Batat, W., (2020). Pillars of sustainable food experiences in the luxury gastronomy sector: a qualitative exploration of Michelin-starred chefs' motivations. *Journal of Retailing Consumer Services* 57, 102255 <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102255>
- Bilge, F. A., Cabi, A., & Şahin, İ. (2021). Gastronomi turizminde Michelin rehberi etkisinin gastronomi öğrencilerince bilinirliği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (6), 121-139.
- Castillo-Manzano, J. I., & Zarzoso, Á. (2023). Towards "a Sky Full of Michelin Stars". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 100738. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100738>
- Chiang, C. F. ve Guo, H. W. (2021). Consumer perceptions of the Michelin Guide and attitudes toward Michelin-starred restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102793. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102793>
- Çavuş, O. ve Nazik, M.H. (2022). Michelin Yıldızlı Restoranlarda Başarı Faktörleri ve Standartların Tespit Edilmesi: İspanya San Sebastian Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 137-161. <https://doi.org/10.32572/guntad.993924>
- Dalgıç, A. (2023). Restoran işletmelerine yapılan olumsuz yorumları ChatGPT değerlendirebilir mi? TripAdvisor'da bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(4), 3069-3080. <https://doi.org/10.20491/isarder.2023.1766>
- Demir, Y. (2025). Michelin Yeşil Yıldızı'na Sahip Restoranlarla İlgili Müşteri Deneyim ve Algılamalarının Analizi: Google Haritalar Örneği. *Iğdır University Journal of Social Sciences/Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38). 118-135. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1496079>
- Eren R. & Çelik M. (2017). Çevrimiçi Gastronomi İmajı: Türkiye Restoranlarının Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi, *Turizm Akademik Dergisi*, 4 (2), 121-138
- Hökelekli, N. A. ve Yıldız, E. (2024). Gaziantep Restoranlarına Yönelik Yorumların İçerik Analizi ile İncelenmesi: TripAdvisor Örneği, 12(3), 1506-1524. <https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1448>
- Karpik, L., 2000. Le Guide Rouge Michelin. *Sociol Travail* 42 (3), 369-389. <https://doi.org/10.4000/sdt.36855>

- Kayış, V. (2024). Atıksız Mutfak Yönetimi: Türkiye'de Michelin Rehberindeki Yıldızlı Restoranlar Üzerine Bir Araştırma. [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Araştırmaları Enstitüsü.
- Kızıltepe, Z. (2017). İçerik analizi nedir? Nasıl oluşmuştur? F.N. Seggie ve Y. Bayyurt (Ed.), *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları* içinde (253-266). Anı Yayıncılık.
- Michelin (2025). İzmir. <https://guide.michelin.com/tr/en/izmir/restaurants>. Erişim Tarihi: 24.05.2025
- Michelin (2025). Turkey. <https://guide.michelin.com/tr/en/selection/turkey/restaurants>. Erişim Tarihi: 24.05.2025
- Moreno-Gené, J., Daries, N., & Cristobal-Fransi, E. (2023). Effects of Restaurant Expenses on Enhanced Profitability: Do Michelin-Starred Restaurants Perform Differently?. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 34, 100811. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100811>
- Olaru, G. O. (2023). Michelin Yıldızı'nın Gastronomi Turizmine Etkisi: Sosyal Medya'da Tüketici Yorumlarına Dair Bir Araştırma. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 422-442. <https://doi.org/10.52122/nisantasisbd.1348453>
- Şahin, S. Z. (2021). Çevrimiçi Müşteri Yorumları: Tripadvisor'da Çorum Restoranları Üzerine İnceleme, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 610-622. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.683>
- Temizkan, S. P. ve Aktepe, B. (2023). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Michelin Yıldızlı Restoranlardaki Çalışma Deneyimi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4), 1619-1638. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.358>
- Tırpancı, İ., ve Bucak, T. (2025). Michelin Rehberi'nde Yer Alan İşletmelerin İzmir Gastronomi Turizminin Tanıtımına Etkisi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 9(1), 96-108. <http://doi.org/10.30625/ijctr.1600993>
- Tripadvisor (2025). <https://www.tripadvisor.com.tr/> Erişim Tarihi: 29.05.2025
- Uçuk, C. (2025). Tekirdağ Restoranlarındaki Misafir Deneyimlerine Yönelik Tripadvisor Yorumlarının Netnografik Analizi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 17 (1), 551-563. <https://doi.org/10.20491/isarder.2025.1989>
- Uğuzoğlu, A. (2021). Michelin Rehberi'nin Türkiye Gastronomi Turizmine Olası Etkileri. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yarış, A. ve Arıcı, A. A. (2023). Türkiye'de Bulunan Michelin Yıldızlı Restoranlara Yapılan Çevrimiçi Yorumların Analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2023, 6(4), 1923-1932. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.380>
- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da Yöresel Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan Restoranlara İlişkin Tüketici Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 241-250.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). Şirince'de Faaliyette Bulunan Yiyecek ve İçecek İşletmelerinin Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2960-2973. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.519>

Yazıcı Ayyıldız, A. ve Kuday, M. (2023). İstanbul'da bulunan Michelin yıldızlı restoranların Tripadvisor yorumlarının değerlendirilmesi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, Vol. 5, (1), 54-67. <https://doi.org/10.51525/johti.1271942>

Yetgin, D., Keküç, M. ve Şayın, M. (2020). Restoranlara Yönelik Tripadvisor Yorumlarının İçerik Analizi Yöntemi İle Değerlendirilmesi: İstanbul Örneği *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2090-2109. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.650>

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (10. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem:

It has been determined that research on restaurants listed in the Michelin Guide in Türkiye focuses on Michelin-starred restaurants (Yazıcı Ayyıldız and Kuday, 2023; Yarış and Arıcı, 2023; Kayış, 2024; Andaş and Yakut Ayman, 2024) or directly green-starred restaurants (Akay, Yılmaz and Çiçek, 2023; Demir, 2025), and that research directly determining restaurants listed on the Bib Gourmand list as a sample is limited.

In this study, Tripadvisor online comments of customers regarding restaurants operating in the province of Izmir and listed on the 'Michelin Guide Bib Gourmand' list were examined. In line with the purpose of the research, a total of 184 comments belonging to 8 restaurants operating in the province of Izmir and listed on the Michelin Guide Bib Gourmand list were analyzed through content analysis. While examining restaurant reviews, reviews from the last 3 years (May 2022 - May 2025) were included in the analysis.

Literature Review:

Today, there are many restaurant rating organizations that evaluate restaurants, some of which operate regionally and some internationally (Çavuş and Nazik, 2022: 139). Among the restaurant guides with award systems that include quality restaurants and famous chefs, the Michelin Guide is in a very important position (Uğuzoğlu, 2021: 1-2) and is considered both a well-established and reliable guide on a global scale (Olaru, 2023: 424). The Michelin Guide, which is the most reliable and most consulted restaurant guide in the world (Apak and Nazikgöl, 2025: 57), is considered one of the world's leading food authorities with its objective, professional and systematic rating process (Baldwin, Wong and Leung, 2023: 1).

Bib Gourmand in the Michelin guide is defined as a restaurant that offers value for money (Apak and Nazikgöl, 2025: 58). The star criteria for restaurants have not changed since 1936, and these criteria are expressed as the quality of the products used in the dishes, the taste of the food and the mastery used in cooking techniques, the creativity in the kitchen, the service and the taste of the food being worth the price paid, and the consistent continuity of the service provided (Yazıcı Ayyıldız and Kuday, 2023: 56). Michelin star restaurants, which are the symbol of high-level dining experiences (Castillo-Manzano and Zarzoso, 2023: 2), increase the number of visitors significantly after receiving the star (Chiang and Guo, 2021: 1).

On October 11, 2022, the Michelin guide included Istanbul in the guide for the first time, and in 2023, Izmir and Bodrum (Temizkan and Aktepe, 2023: 1621). As of 2025, there will be 1 two-star restaurant and 13 one-star restaurants in Türkiye, 27 restaurants in the bib gourmand category, and 87 restaurants on the selection list, and 10 of these 128 restaurants also have a green star (Michelin, 2025). In Izmir, which has a very rich potential in terms of gastronomy tourism (Altıntaş and Hazarhun, 2020: 16), there are 4 one-star restaurants, 8 restaurants in the bib gourmand category,

and 12 restaurants on the selection list; 4 of these restaurants also have a green star (Michelin, 2025).

Methodology:

For the purpose of the research, a total of 184 Tripadvisor reviews belonging to 8 restaurants in the Bib Gourmand list of the Michelin Guide in Izmir were analyzed with content analysis.

The process performed in content analysis is to bring together similar data within the framework of certain concepts and themes and to organize and interpret them in a way that readers can understand (Yıldırım and Şimşek, 2016: 242). Content analysis is used to determine the existence of words, concepts, themes, idioms, characters or sentences in one or more texts and to quantify them (Kızıltepe, 2017: 253-254).

Results and Conclusions:

In Izmir, a total of 3,456 reviews have been made on Tripadvisor so far for restaurants included in the Michelin Guide Bib Gourmand list. The business with the most Tripadvisor reviews has 1,573 reviews; while the business with the fewest reviews has 1 review. The overall total evaluation scores of the businesses vary between 3.8 and 5. When the comments made in the last 3 years are examined, it is determined that the review scores most of the businesses have received in the last 3 years are lower than their overall review scores.

As a result of the analyses in the research, 2 different themes were formed as satisfaction and complaints. Each theme consists of categories such as food/beverage, service employees, physical environment, menu, cleanliness/hygiene, price/value and other, and each category consists of different codes. In the research, the participants mostly stated that the food was delicious. In addition, while meticulous presentations, unusual flavors and delicious wines are among the repeated codes, there are also repeated codes in the comments regarding the employees being friendly, interested, sincere and hospitable. In the comments, positive comments about the physical environment are about the atmosphere, the spaciousness of the place, the stylishness of the environment and easy access to the place; and about the menu, there is a wide variety on the menu and local products. In the comments, it is also mentioned that the businesses are clean, and the pricing policy proportional to quality is also among the repeated codes. It is understood from the comments that the treats offered by the businesses to their customers are also welcomed.

In the comments, the most repeated complaint codes of the customers about food and beverages are about the food being tasteless, careless and the presentations being small, while in the comments about the service and employees, the most repeated complaints are that the employees are indifferent, egoistic/rude and sullen. In the comments, the fact that the environment is crowded and there are aggressive dogs are also among the complaints about the physical environment, while the fact that the menu is limited and the prices are not written are also complaints about the menu, albeit rarely. One of the most mentioned and commented issues about restaurants is the pricing policy, and it is repeated that the prices are high and the service is not worth the price.