OTEL İŞGÖRENLERİNİN HİZMET KALİTESİNİ ALGILAMALARI KONUSUNDA BİR ALAN ARASTIRMASI

Dr. Lütfi BUYRUK

Erçiyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y.O., Öğretim Görevlisi

ABSTRACT: Service quality increasingly has been subject of research during recent years. Although researchers have attempted to examine this question from the view point of the customer, little research has been done to examine employees perception of service quality. In this study, a research was carried out through questionnaire. A total of 256 employees working in the three, four and five star hotels in Nevşehir constitute the sampling part of this study. Then the results are analyzed in the SPSS programme for Windows through the Mann-Whitney U testing technique. The results of this study demonstrate that there is a significant difference between the hotel managers and the other employees' perceptions of the service quality.

1. GİRİŞ


II. ARASTIRMANIN AMACI VE YONTEMI

1. Araştırmının Amacı:

Bu araştırmının başlık amaçları aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- Hizmet kalitesi algılamaları konusundaki otlar işletmelerinde çalışan yöneticilerle diğer işgörenler arasında fark olup olmadığını saptamak;
- Servqual ölçegindeki hizmet kalitesinin beş boyutuya ilgili olarak, yöneticiler ile diğer personelin bu boyutları algılamaları arasında fark olup olmadığını saptamak;
- Otel işgörenlerinin cinsiyetlerine, hizmet kalitesi eğitimi alıp almamalarına ve turizm eğitimi alıp
almamalarına göre aralarında hizmet kalitesini algılama farklılar olup olmadığını saptamaktadır.

2. Araştırma Aracı

Araştırmda, Nevşehir yörenindeki 3, 4 ve 5 yılındaki otellerde çalışan işgörenlere bir anket uygulanmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Servqual adlı Surveyalinson faydalanılarak geliştirilen bir ölçekte otel işgörenlerinin hizmet kalitesi algıları değerlendirilmeye tabi tutulmaktadır. İkinci bölümde ise, işgörenlere ait demografik özellikler saptanmaktadır.

Bu araştırmda, Servqual Ölçeği'nin orijinal 22 değişkeni yerine, literatürdeki benzer araştırmalardan faydalanılarak değişken sayısı arttırmıştır. Boylelikle geliştirilen ölçeken daha güvenilir sonuçlar vermesi hedeflenmiştir. Tablo 1'de orijinal Servqual Ölçeği'nin değişkenleri ve boyutları verilmiştir.

Tablo 2'de, bu araştırmda kullanılan ölçek ve ölçekte yer alan her bir hizmet kalitesi boyutu ile ilgili değişkenler yer almaktadır.

Tablo 1: Servqual Ölçeğinin Boyutları ve Değişkenleri

<table>
<thead>
<tr>
<th>Fiziksel Varlıklar:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1. Modern ekipman</td>
</tr>
<tr>
<td>2. Görüşel olarak çarpıcı tesisler</td>
</tr>
<tr>
<td>3. Tüylü ve profesyonel görsel işgörenler</td>
</tr>
<tr>
<td>4. Hizmete ilgişi açık gerecin görsel çabası</td>
</tr>
<tr>
<td>5. Tesis ile verilen hizmet tipinin uyumu olması</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Güvenilirlik:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>6. Hizmetleri söz verdiği gibi yerine getirme</td>
</tr>
<tr>
<td>7. Hizmetleri ilk defasında yerine getirme</td>
</tr>
<tr>
<td>8. Müşterilerin hizmette ilgili sorunlarıyla ilgilenme</td>
</tr>
<tr>
<td>9. Hizmetlerin süre verilen zamanda yerine getirme</td>
</tr>
<tr>
<td>10. Hizmetlerinin nezaman yerine getirileceğini hakkında müşteri bilgilendirme</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hevesilik:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>11. Müşterilerin hızlı hizmete sunma</td>
</tr>
<tr>
<td>12. Müşterilerin yardım etmeye istekli olması</td>
</tr>
<tr>
<td>13. Müşterilerin taleplerine cevap vermenin hızıyla olması</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Gövende:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>14. İşgörenlerin müşteri olarak güven duyguları yaratması</td>
</tr>
<tr>
<td>15. Müşterilerin hizmet sürecinde kendilerini eniyi hissettikleri</td>
</tr>
<tr>
<td>16. İşgörenlerin müşteri karşılık semana kılıb ve iyi olmaları</td>
</tr>
<tr>
<td>17. İşgörenlerin müşteri problemleleriyle başa çıkabilecek bilgisini olması</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Anlaysıs (Empati):</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>18. İşgörenlerin müşterilerle özün ve ilgi ile davranmaları</td>
</tr>
<tr>
<td>19. İşgörenlerin müşterilerle ilgili olan takımları</td>
</tr>
<tr>
<td>20. MüşterilerinCAPEYSEL sorunlarıyla ilgilenmesi</td>
</tr>
<tr>
<td>21. İşgörenlerin müşteri e karşılık saygılı olması</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Tablo 2: Araştırmda Kullanılan Ölçek

<table>
<thead>
<tr>
<th>KALITELİ BİR OTEL (IN)</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>FV 1. modern ekipman şahsiyeti</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 2. müşterinin hizmeti verileni çoğunluğ ve hayecanlı olup olmadığını (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GVL 3. söz verdiği hizmeti yerine getirme</td>
</tr>
<tr>
<td>H 4. müşterinin mevcut olduğu zaman müşteriye yardımcı olmayıbiliyor (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>H 5. müşterinin hizmetleri müşterinin eğlenceli halde getirilmiştir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GVL 6. günlük yaşamı hizmeti büyük yapar</td>
</tr>
<tr>
<td>H 7. müşteri takvimi konut eder</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 8. müşterinin müşteri conu ve etkileşimi (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 9. personel güvenilir değil (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 10. personel bilgilidir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>A 11. personel Mitarbeiterlerin isyile hiç etkileşimi (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>A 12. personel Mitarbeiterlerin hizmete ilgili olarak problem yaratamaz (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 13. personel Mitarbeiterlerin problem yaratmış (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 14. biraz çekici bir görüntü sahiptir</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 15. personel sağlık eğitme (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 16. personel Mitarbeiterlerin muzik dansı (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 17. personel çalışma gurme (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>H 18. personel Mitarbeiterlerin tek tek ilgilen (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 19. personelinin diğer çalışanlarla ilişkisi iyidir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>A 20. personel billeden sahibidir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>H 21. personel hızlı hizmete sunar (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 22. güvenilir, inanılmaktır (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 23. personelyi iyi gürültü ve temiz görünümülerdir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 24. personel düzenli olup, hizmet verir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>H 25. personel Mitarbeiterlerin her zamanแหลmlar (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>H 26. personel Mitarbeiterlerin hizmetleri konusunda bilgilendirir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 27. fiziksel tesilet ile verilen hizmet tipleri uyumlu olmayış (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 28. personel Mitarbeiterlerin problemellerini çözme (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>A 29. personel Mitarbeiterlerin saygılı (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 30. müşteri personel hizmete ilgili olarak kendini güvenicede hissetme (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>FV 31. personel yaklaşık kışlayız (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>A 32. personel Mitarbeiter nın hizmetleri onarımı için hazır bekler (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 33. personel Mitarbeiterlerin iletişimleri iyidır (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 34. personel Mitarbeiterlerin tatvive volunteer olarak bulunur (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>H 35. personel aktiviteler hakkında müşteri etkileşimi bilgilendirir (-)</td>
</tr>
<tr>
<td>GÜV 36. personel nakit ve içten bir ses tonuyla konuşur (-)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**NOT:** - Somut (-) olan değişkenler eksi işaretliddir. - 2, 4, 7, 11, 16, 31 ve 34 noltu değişkenler, güvenilirlik analizleri sonucu, diğer istatistiksel değerlendirilmekteki devre dış birakılmıştır.

**FV :** Fiziksel Varlıklar  **GVL :** Güvenilirlik  **H :** Hevesilik  **GÜV :** Gövende  **A :** Anlaysıs

Ankette yer alan hizmet kalitesi boyutları ile ilgili soruların oluşturulmasında orijinal Servqual'in yansıması, Saleh ve Ryan'ın kullanılabilecek faydalanılarak [4;120]. Başlangıçta 36 değişkenin oluşan ölçek, pilot çalışma sırasında bazı değişkenlerin değiştirilmesi ve güvenilirlik analizleri sonucunda bazılarının devre dış birakılmasıyla istatistiksel analiz öncesi 29 değişkenli hale getirilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde istenen demografik bilgiler ise çevaplayıcı görevi, çalıştığı departman, sektörde çalıştığı süre, en son mezn'den ooku, yaş, cinsiyet ve hizmet kalitesi ile ilgili eğitim alıp almama'yı kapsamaktadır.

3. Veri Toplama Yöntemi

Bu çalışmanın verileri, birincil kaynaklardan elde edilen ve yukarıda açıklanan bilgilerin çoğu altında
yapilandırmış bir anketle derlenmiştir. Anket formlarının cevaplandığından, önce otel yöneticileriyle yüz yüze bizzat görüşülecek onların desteğini alınmış ve onların vastasıyla, işgörenlere dağıtımı yapılan verilere derlenmesi yoluna gidiyor. Anketin birinci bölümünde yer alan sorular, 5’li Likert Öğçe’yle cevaplananlar tarafından değerlendirilmiştir.

4. Örnekleme


Otel yöneticileriyle yapılan görüşmeler sonucu, araştırma kılavuzlu kabul eden toplam 13 oteldeki 256 çalışmaya anket uygulanmıştır. Anketin uygulandığı otellerde çalışan işgören sayısı yöneticilerden alınan bilgileri göre toplam 668’dir. Her otelde çalışan personel sayısıının % 50’inden az olmayacak sayıları kapsayan anket formu (toplam 375 adet) otellere bırakılmıştır. Tanınan süre sonunda bu anket formlarından 256 adet cevaplandılmış olarak testim alınmıştır ve %68 gibi önemli bir geri dönüş oranı elde edilmiştir.

256 anket formundan 67 adedi genel müdür, genel müdür yardımcısı, departman müdürü veya şefleri konumundaki yöneticiler tarafından cevaplandmış; 189 adeti ise bahsedilen pozisyonlardaki yöneticilerin dışında kalan diğer işgörenlerce cevaplandırmıştır. Uygulamaya dahil edilen oteller ve uygulanan anket sayısı ile ilgili bilgiler Tablo 3’te görülmektedir.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Otelizin adı</th>
<th>Yaklaşık işgören sayısı</th>
<th>Uygulanan anket Sayısı</th>
<th>Yöneticiye uygulanan Sayısı</th>
<th>Diğer işgörenlere uygulanan Sayısı</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Dedeman Kapadokya****</td>
<td>105</td>
<td>41</td>
<td>11</td>
<td>30</td>
</tr>
<tr>
<td>Peri Tower****</td>
<td>55</td>
<td>20</td>
<td>5</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>Altniv****</td>
<td>45</td>
<td>21</td>
<td>5</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>Perissi****</td>
<td>80</td>
<td>32</td>
<td>6</td>
<td>26</td>
</tr>
<tr>
<td>Mustafa****</td>
<td>75</td>
<td>22</td>
<td>6</td>
<td>16</td>
</tr>
<tr>
<td>Dinler****</td>
<td>55</td>
<td>20’i</td>
<td>5</td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>Yilok****</td>
<td>40</td>
<td>15</td>
<td>5</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>Avrasya****</td>
<td>30</td>
<td>14</td>
<td>3</td>
<td>11</td>
</tr>
<tr>
<td>Altnyazi****</td>
<td>54</td>
<td>17</td>
<td>5</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>Kapadokya Inn***</td>
<td>56</td>
<td>19</td>
<td>6</td>
<td>13</td>
</tr>
<tr>
<td>Orsan****</td>
<td>28</td>
<td>12</td>
<td>3</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>Turisi****</td>
<td>25</td>
<td>12</td>
<td>4</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Çiner****</td>
<td>20</td>
<td>11</td>
<td>3</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>TOPLAM 13</td>
<td>668</td>
<td>256</td>
<td>67</td>
<td>189</td>
</tr>
</tbody>
</table>

5. Araştırmaının Kişitları


6. Veri Analiz Teknikleri

a. Güvenilirlik

Güvenilirlik, kısaca aynı teknikle yapılan bağımsız ölçümün her defasında aynı sonucu vermesi şeklinde ifade edilebilir. Güvenilir ölçümlerin oluşturulması konusunda birçok teknik bulunmaktadır. Ancak öncekile yapılmış gereken, eğer araştırmamız insanlardan bilgi almak önemli ise, onlara sadece cevapplayabileceği soruları sormaktır. Yani, onlara ilgili olan şeyler sorulmam ve sorular açık olmalıdır. Buradaki tehlike, insanların sizi güvenebileceğini cevap veremeyeceğidir; cevapların güvenilir olmam olasılığıdır[9;130]. Bu düşündeden hareketle Parasuraman ve arkadaşlarının geliştirdiği Servqual ölçeği[10;38] ve bu ölçünün turizm işletmelerinde yapılan araştırmalarda
kullanılan versiyonlarından faydalanılarak geliştirilen anket formu pilot uygulamaya tabi tutulmuştur. Pilot uygulama sonucu analımla eğitiliği gerçekleşen bazı sorular gözden geçirilmiș ve daha anlaşılır hale getirilmiştir.

Çeşitli literatürde ortaya konulduğu gibi, araştırma materyal analizdeki bazı kişi grupları çok durumda sistem olarak oluşturulmuş olup cevap verme eğiliminde oldukları bir biçimde [3,34]. Pilot çalışma sırasında materyalin analizdeki bazı soruları giderilmiştir kavramda kaçınınmak için okumadan işaretledikleri tespit edilmiştir. Araştırma verilerinin incelemesinde göre düşürecek bir durumun giderilmesi için bazı sorular eksi (-) işaretli hale getirilmiş, yani olumsuz cümle setlerine de yer verilmiştir.

Araştırma verilerin derlenmesinden ve SPSS for Windows programını yüklenmesinden sonra yapılan ön analizlerde; bazı cümlelerde kesinlikle katıldığımı(5), katılmıyorum(4), kararsızım(3), katılmıyorum(2) ve kesinlikle katılmıyorum(1) seçeneklerinden hiç işaretlenmediği veya beş adetden az işaretlendiği tespit edilmiştir. Bu durum istatistiksel açıdan anlaşılmak ve güvenilir sonuçlara ulaşmayı engelleyeceği için, 5'li ölçok katıldığımı(3), kararsızım(2) ve katılmıyorum(1) şeklinde birleştirilerek 3'li hale getirilmiştir.

Bu araştırmada, sayısal olarak ifade edilemeyen, psikolojik ağırlıklı algı kavramı ölçülendiğinden, değerlendirilmekte parametrik olmayan test tekniklerinden birini seçmenin yerinde olacağını karar verilmiştir.

İki örneklemde dayanan parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U Testi, nanparametrik metodlar yardımıyla iki ana kitlenin aynı şekilde sahip olduğunu ve dolayısıyla ana kitle ortalamanının da birbirine eşit olduğunu araştırmayı amaçlayan bir testtir. Testin dayandığı prensip, iki örneklem arasındaki farkın az olması, yenii istatistiksel bakımından anlamlı olması beklenir. Test sonucu farkın anlaşılmı çıkması ise hipotezin reddine yol açacaktır [10436-437].

Bu araştırmada da yöneticiler ve diğer işgöreler olmak üzere iki ana kitlenin hizmet kalitesi algılamalarını analiz edileceğinden, parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U Testi'nin kullanılmasını gerektirdiği ortaya çıktı. Bu süreçteden harekette, araştırmada istatistiksel analiz tekniği olarak adı geçen test kullanılmıştır.

III. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

1. Güvenilirlik Analizleri

Araştırmının verilerinin derlenmesinde kullanılan 36 değişik klasör olusan ölçüğün SPSS for Windows programında güvence testine tabi tutulması sonucu, korelasyon katsayıları düşük olan 11 ve 34 nolu değişkenler analiz dışı bırakılmıştır. Daha sonra, her bir hizmet kalitesi boyutuyla ilgili olan değişkenler kendi aralarında güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Bu analiz sonucunda korelasyon katsayıları düşük olan 2, 4, 7, 16 ve 31 nolu değişkenler de analiz dışı bırakılmıştır.

Nihai istatistiksel analizlere geçilenden önce, 29 değişik klasör olusan ölçüğün güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuş ve ölçüğün kendi içindeki en yüksek güvenilirlik katsayısına ulaşmıştır. Tablo 4'te görüleceği üzere alpha değeri 0,8122 olarak hesaplanmıştır.
Tablo 4: 29 Değişkenli Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

<table>
<thead>
<tr>
<th>DEĞİŞKEN</th>
<th>Puan Ortalaması</th>
<th>Standart Sapma</th>
<th>Düzeltilmiş Önerme Toplam Puan Korelasyonu</th>
<th>Değişken Analiz Dışı Birakıldığında Alpha Değeri</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>2.8359</td>
<td>0.4895</td>
<td>0.3397</td>
<td>0.8053</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>2.8594</td>
<td>0.4642</td>
<td>0.3263</td>
<td>0.8067</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>2.6719</td>
<td>0.6338</td>
<td>0.3236</td>
<td>0.8073</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>2.9023</td>
<td>0.3889</td>
<td>0.3480</td>
<td>0.8063</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>2.8672</td>
<td>0.4580</td>
<td>0.3535</td>
<td>0.8057</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>2.8594</td>
<td>0.4808</td>
<td>0.4705</td>
<td>0.8057</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>2.8906</td>
<td>0.3806</td>
<td>0.4698</td>
<td>0.8057</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>2.2617</td>
<td>0.8104</td>
<td>0.1610</td>
<td>0.8057</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>2.8438</td>
<td>0.4921</td>
<td>0.3702</td>
<td>0.8049</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>2.7500</td>
<td>0.6007</td>
<td>0.3282</td>
<td>0.8068</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>2.6875</td>
<td>0.6945</td>
<td>0.1047</td>
<td>0.8198</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>2.8359</td>
<td>0.5130</td>
<td>0.1822</td>
<td>0.8125</td>
</tr>
<tr>
<td>18</td>
<td>2.7695</td>
<td>0.5438</td>
<td>0.3379</td>
<td>0.8062</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>2.8359</td>
<td>0.4649</td>
<td>0.4671</td>
<td>0.8013</td>
</tr>
<tr>
<td>20</td>
<td>2.6289</td>
<td>0.6128</td>
<td>0.3785</td>
<td>0.8044</td>
</tr>
<tr>
<td>21</td>
<td>2.8906</td>
<td>0.4007</td>
<td>0.3794</td>
<td>0.8052</td>
</tr>
<tr>
<td>22</td>
<td>2.8555</td>
<td>0.4501</td>
<td>0.4895</td>
<td>0.7931</td>
</tr>
<tr>
<td>23</td>
<td>2.9609</td>
<td>0.2474</td>
<td>0.4986</td>
<td>0.8039</td>
</tr>
<tr>
<td>24</td>
<td>2.9375</td>
<td>0.2870</td>
<td>0.2915</td>
<td>0.8081</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>2.7825</td>
<td>0.5283</td>
<td>0.3131</td>
<td>0.8072</td>
</tr>
<tr>
<td>26</td>
<td>2.8388</td>
<td>0.4270</td>
<td>0.2949</td>
<td>0.8095</td>
</tr>
<tr>
<td>27</td>
<td>2.5313</td>
<td>0.6910</td>
<td>0.2753</td>
<td>0.8086</td>
</tr>
<tr>
<td>28</td>
<td>2.8281</td>
<td>0.4705</td>
<td>0.3752</td>
<td>0.8059</td>
</tr>
<tr>
<td>29</td>
<td>2.9102</td>
<td>0.3483</td>
<td>0.3265</td>
<td>0.8068</td>
</tr>
<tr>
<td>30</td>
<td>2.7734</td>
<td>0.5631</td>
<td>0.1779</td>
<td>0.8113</td>
</tr>
<tr>
<td>32</td>
<td>2.9102</td>
<td>0.3368</td>
<td>0.3942</td>
<td>0.8041</td>
</tr>
<tr>
<td>33</td>
<td>2.8633</td>
<td>0.4695</td>
<td>0.1469</td>
<td>0.8119</td>
</tr>
<tr>
<td>35</td>
<td>2.9492</td>
<td>0.2682</td>
<td>0.5029</td>
<td>0.8025</td>
</tr>
<tr>
<td>36</td>
<td>2.9238</td>
<td>0.3406</td>
<td>0.5029</td>
<td>0.8025</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Orneklem sayısı= 256 n=29 Alpha=0,8122

2. Yöneticilerin ve Diğer İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılarının Değerlendirilmesi

Çalışmanın başlangıcında kurulan hipotezler göre:

H0: Yöneticilerle işgörenlerin hizmet kalitesi algılamaları arasında fark yoktur.

Tablo 5'te görüleceği üzere analiz sonucu elde edilen Z değeri -2,397'tir. Kritik Z değeri, p=0,05 önemli düzeyinde ± 1,96 olduğunu, elde edilen Z değeri iki group arasında önemli kabul edilebilecek bir fark anlamadır. Buna göre H0 hipotezi reddedilmiştir, H1 hipotezi ise kabul edilmiştir.

Tablo 5: Yöneticiler ve Diğer İşgörenlerin Hizmet Kalitesini Algılama

<table>
<thead>
<tr>
<th>Yönetici İşgören Toplam</th>
<th>Sıralama Puan Ortalaması</th>
<th>Sıralama Puanları Toplam</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Yönetici İşgören</td>
<td>67</td>
<td>147,05</td>
</tr>
<tr>
<td>Toplam</td>
<td>256</td>
<td>121,92</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Mann-Whitney U test değeri = 5088,50
Wilcoxon W değeri = 23043,50
Z değeri = -2,397
İki yönlü anlamlılık değeri = 0,017
3. Yöneticilerin ile Diğer İşğörenlerin Hizmet Kalitesi Boyutlarının Algılamalarının Değerlendirilmesi

Yöneticilerin ve işğörenlerin hizmet kalitesi boyutlarının algılamaları ile ilgili oluşturulmuş olan hipotezler aşağıdaki sıralanmaktadır:

H2/H0 : Yöneticiler ile işğörenlerin hizmet kalitesi boyutlarından fizişel varlıklar algılamaları arasında fark vardır/yoktur.

H3/H0 : Yöneticiler ile işğörenlerin hizmet kalitesi boyutlarından güvenilirliği algılamaları arasında fark vardır/yoktur.

Tablo 6: Yöneticiler ile Diğer İşğörenlerin Hizmet Kalitesi Boyutlarının Algılamaları

<table>
<thead>
<tr>
<th>BOYUTLAR</th>
<th>n</th>
<th>Sıralama Puan Ortalaması</th>
<th>Sıralama Puanları Toplamı</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Fizişel Varlıklar</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yönetici İşğören</td>
<td>67</td>
<td>135,15</td>
<td>9055,00</td>
</tr>
<tr>
<td>İşğören</td>
<td>189</td>
<td>126,14</td>
<td>23841,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Güvenilirlik</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yönetici İşğören</td>
<td>67</td>
<td>138,35</td>
<td>9269,50</td>
</tr>
<tr>
<td>İşğören</td>
<td>189</td>
<td>125,01</td>
<td>23626,50</td>
</tr>
<tr>
<td>Hevesilik</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yönetici İşğören</td>
<td>67</td>
<td>136,76</td>
<td>9163,00</td>
</tr>
<tr>
<td>İşğören</td>
<td>189</td>
<td>125,57</td>
<td>23733,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Güvençe</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yönetici İşğören</td>
<td>67</td>
<td>139,19</td>
<td>9326,00</td>
</tr>
<tr>
<td>İşğören</td>
<td>189</td>
<td>124,71</td>
<td>23570,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Anlayış</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Yönetici İşğören</td>
<td>67</td>
<td>146,52</td>
<td>9817,00</td>
</tr>
<tr>
<td>İşğören</td>
<td>189</td>
<td>122,11</td>
<td>23079,00</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Kritik Z değeri p=0.05 anlamlılık düzeyinde ± 1.96 olduğundan güvenilirlik ve anlayış boyutları için H6 hipotezi kabul edilmiştir. H0 hipotezleri reddedilmiştir. Yine p=0.05 önem düzeyinde kritik Z değeri ± 1.96 olduğundan, fizişel varlıklar, güvenilirlik, hevesilik ve güvençe boyutları için H0 hipotezleri kabul edilmiştir. H2, H3, H4 ve H5 hipotezleri ise reddedilmiştir.

4. Otel İşğörenlerinin Cinsiyet, Hizmet Kalitesi Eğitimi ve Turizm Eğitimi Alp Almamalarına Göre Hizmet Kalitesi Algılamalarının Değerlendirilmesi

Otel İşğörenlerinin cinsiyet, hizmet kalitesi eğitimi ve turizm eğitimi alp almalarına göre hizmet kalitesi algılamalarının değerlendirilmesine ilişkin oluşturulmuş hipotezler aşağıdaki:

H7/H0 : Otel işğörenlerinin cinsiyetlere göre hizmet kalitesi algılamaları arasında fark vardır/yoktur.
Hs/H₀ : Otel işögrenlerinin hizmet kalitesi eğitimi alıp almamalarına göre hizmet kalitesi algılamaları arasında fark vardır/yoktur. H₀/H₀ : Otel işögrenlerinin turizm eğitimi alıp almamalarına göre hizmet kalitesi algılamaları arasında fark vardır/yoktur.

Yukarıda sıralanmış hipotezlerin analiz edilmesi sonucu elde edilen sonuçlar Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7: Otel İşögrenlerinin Cinsiyet, Hizmet Kalitesi Eğitimi ve Turizm Eğitimi Alıp Almamalarına Göre Hizmet Kalitesini Algılamaları

<table>
<thead>
<tr>
<th>Değişkenler</th>
<th>n</th>
<th>Siralama Puan Ortalaması</th>
<th>Siralama Puanları Toplamı</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Cinsiyet</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Erkek</td>
<td>182</td>
<td>128,35</td>
<td>23360,50</td>
</tr>
<tr>
<td>Kız</td>
<td>74</td>
<td>128,86</td>
<td>9535,50</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Hizmet Kalitesi Eğitimi</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Alan</td>
<td>128</td>
<td>126,99</td>
<td>16254,50</td>
</tr>
<tr>
<td>Almayın</td>
<td>128</td>
<td>130,01</td>
<td>16641,50</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Turizm Eğitimi</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Alan</td>
<td>96</td>
<td>125,30</td>
<td>12029,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Almayın</td>
<td>160</td>
<td>130,42</td>
<td>20867,00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Kritik Z değeri p≤0,05 düzeyinde ± 1,96 olduğundan cinsiyet, hizmet kalitesi eğitimi alıp almak ve turizm eğitimi alıp almak konularındaki Hₗ, Hₗ ve H₀ hipotezleri reddedilmiştir. H₀ hipotezleri ise kabul edilmiştir.

IV-SONUÇ VE ÖNERİLER

Kalitenin taranması ve ölçümü konusundaki çalışmaların sanal sektöründe temelacula bir gerçekleşik. Ancak, mamul kalitesi konusundaki bilgilerin hizmet kalitesini anlama ve ortaya koymadan yeternli olmadığı da bir diğer gerçekleşik. Bunan nedenleri, hizmetin kendine özgü niteliklerinde yatmaktadır. Hizmet kalitesi konusunda araştırma yapan bilim adamlarının hizmete ilgili altını çizdikleri üç önemli konu vardır. Bunlar:

- Hizmet kalitesinin müşteri tarafından değerlendirilemesinin mamul kalitesinden daha zor olduğu.
- Hizmet kalitesi algılamanın, müşteri beklentileriyle hizmet performansı algılamanın değerlendirilmesinin bir sonucu olduğu.
- Kalite değerlendirmelerinin sadece hizmetin sonucu üzerinde değil aynı zamanda hizmetin sunumu sürecinde de söz konusu olmuştur.

Hizmetlerin genelini için söz konusu olan bu hususlar, turizm sektörü içinde yer alan ve emek yoğun olan otel işletmelerinin sundukları hizmetler için de geçerlidir.

Otel işletmelerinde çalışan yöneticilerle diğer işögrenlerin hizmet kalitesini algılamalarını arasında fark olduğu araştırmanın en önemli bulgusu dur. Ayrıca, hizmet kalitesi boyutlarından analayış, yöneticiler ile diğer iş ogrenlerin algılamalarını arasında fark olduğunu saptanması araştırmanın diğer bulgusu dur. Öte yandan, hizmet kalitesi boyutlarından fizyksel varlıklar, güvenilirlik, heveslilik ve güvencenin her iki grup tarafından algılanmasında istatistiksel olarak anlamli bir fark tespit edilememiştir.

Otel işögrenlerinin cinsiyetlerine, hizmet kalitesi eğitimi alıp almamalarına ve turizm eğitimi alıp almamalarına göre araştırılarda hizmet kalitesini algılama farklılıkları olup olmadığını dair yapılan analizler sonucunda da istatistiksel olarak anlamli bir fark saptanamamıştır. Diğer ifadelerde anılan bu değişimler, çalışanların hizmet kalitesini algılamalarında bir fark ortaya koymamaktadırlar.

Analiz sonuçu saptanan farklılık hep yöneticiler lehine olmuştur. Özellikle hizmet kalitesi boyutlarından analayış ile ilgili olarak yöneticiler lehine saptanın fark anlamıştır. Bu fark, yöneticilerin hizmet kalitesinin davranışsal boyutu olan analayış algılamalarının diğer
işgörenlere göre daha güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Otel çalışanlarının cinsiyetlerine, hizmet kalitesi eğitimi alıp almamalarına ve turizm eğitimi alıp almalarına göre hizmet kalitesini algılamalarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığını otel çalışanları yönden de belirtmişlerdir. Ancak, kadın uzak tutulmamayı gerektiren konu, bu durumun yaşanmadığını öne sürerek bilemiştir. Başka örnekler kataloğe yapılarak uygulamalarıyla farklı sonuçların elde edilmesi mümkün olabilecektir.


Otel işletmeleri hizmet kalitesi değerlendirme programları uygularken işgörenler arasındaki algılama farklarına dikkat etmek durumdadır. Hizmet kalitesinin temel unsurlarından ekip çalışması ve ortak bir kalite kültürünü oluşturmamak yolunda özellikle hizmet kalitesi oyuntandan anlayış ilgili, yönetici ile diğer işgörenlerin algılamaları arasındaki farkların kapatılması gerekli olduğunu öne sürdüler.

Otel yöneticileri hizmet kalitesi değerlendirme uygulamalarına başlamadan önce bu çalışmada uygulanmanın veya buna benzer bir ölçekte yönetici konumundaki işgörenler ile diğer işgörenlerin hizmet kalitesini algılamalarını, diğer ifadelerde hizmet kalitesini nasıl değerlendirildiklerini sahne yoluyla gittiklerinde, kalite değerlendirme uygulamaları için önemli bir adım atılarak ele alınmıştır. 2005 yılına kadar, işgörenlerin yoldaşlık bilincinin algılanmasına, işgörenlerin algılamalarını arasındaki farkların kapatılması gerekli olduğu belirtildi.


[6] GEORGE, R. Thomas; Yin F. TAN; “A Comparison of the Importance of Selected Service Related...


