



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi
The Journal of International Social Research
Cilt: 7 Sayı: 31 Volume: 7 Issue: 31
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

HİZMET KALİTESİNİN ÖNEM-PERFORMANS ANALİZİ İLE ÖLÇÜLMESİ: ÜNİVERSİTE SOSYAL TESİSLERİNİN KONAKLAMA ÜNİTELERİ ÜZERİNDE BİR UYGULAMA
MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY WITH IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS: AN APPLICATION ON ACCOMMODATION UNITS OF UNIVERSITY LEISURE CENTRES

Ömer Akgün TEKİN*

Gürkan KALKAN**

Hüseyin DUMAN**

Öz

Ekonomik kalkınma ile hizmet sektörünün ekonomideki payının artışı arasında anlamlı ilişkiler vardır. İnsanlar daha müreffeh ekonomik koşullara eriştikçe, hizmet sektöründen talepleri de artmaktadır. Artan talep, hizmet sektöründe rekabetin şiddetini de yükseltmektedir. Rekabet ise daha kaliteli hizmet anlamına gelmektedir. Günümüzde hizmet işletmeleri, rakiplerinden daha başarılı olabilmek için, sundukları hizmetlerin kalitesini düzenli olarak ölçmektedirler. Literatürde hizmet kalitesinin ölçümüne dair çok sayıda yöntemle ulaşmak mümkündür.

Bu çalışmada hizmet kalitesi ölçümü için önem-performans analizi yöntemi kullanılmış ve araştırma üniversite sosyal tesislerine ait konaklama işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçlarında, katılımcılar için önemli olan hizmetler, önem hiyerarşilerine göre tespit edilmiştir. Önem-performans matrisi sonuçları sayesinde, işletmelerin sundukları hizmetlerin yeniden değerlendirilmesi için kıymetli bilgiler elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Önem-performans Analizi, Konaklama İşletmeleri, Üniversite Sosyal Tesisleri.

Abstract

There are significant relationships between economic development and raise of the share of service sector in economy. When people reach more prosperous economic conditions, their demands which are from service sector are also increase. Growing demand increases the volume of competition in service sector. The competition also means service of high quality. Nowadays, service businesses are measuring their service quality regularly to become more successful than their competitors. A great number of methods about measurement of service quality can be reached from the literature.

In this study, the importance-performance analysis was used to measure service quality and the survey was applied on accommodation units of university leisure centres. On the results of the study, the important services and their importance hierarchy to the guests opinion are determined. Valuable knowledge gained to re-thinking the services through the results of importance-performance matrix.

Keyword: Service Quality, Importance-performance Analysis, Accommodation Establishments, University Leisure Centres.

* Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü.

** Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta MYO, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Programı.

*** Öğr. Gör. Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı.

Giriş

Ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyleri yükseldikçe, hizmet sektörüne yönelik talebin de artış gösterdiğini söylemek mümkündür. Hizmet sektörünün alt sektörlerinden biri olan turizm sektöründe ve bu sektörde faaliyet gösteren turizm işletmelerinde de bu tür bir tablonun yansımaları gözlemlenebilir. Bir ülkenin vatandaşlarının turistik faaliyetlere katılarak turizm işletmelerinin ürettiği hizmetlere yönelik bir talep ortaya koyması, ancak daha müreffeh ekonomik koşullara erişebilmeleriyle mümkün olabilir. Turistik ürün ve hizmetlere yönelik ihtiyaçların zaruri ihtiyaçlar olmayıp lüks ihtiyaçlar sınıfında yer alıyor olması, bu ihtiyaçlara yönelik talebin oluşabilmesi için belirli bir refah seviyesine ulaşmış olmayı, önemli bir ön şart olarak karşımıza çıkarır.

Global anlamda 1950'lerden sonra doğup gelişmeye başladığı kabul edilen modern turizm kavramı, 60 yılı aşkın ömründe, küresel ekonomik göstergelerin gelişimine paralel bir gelişim göstermiş, hizmet sektörünün ekonomilerdeki payı artmış, turizm sektörü de bu artışta kendi özgün koşulları çerçevesinde belirli bir rol üstlenmiştir. Özellikle 1980'li yıllardan sonra ortaya çıkan yeni piyasa koşulları ile birlikte, rekabetin güçlenerek global bir boyut kazanması, pazarlama ve yönetim anlayışlarının farklılaşması, teknolojik ilerlemelerin üretici ve tüketicilere tesirleri, tüketicilerin daha bilinçli hale gelmesi gibi sıralanabilecek faktörler, hizmet işletmelerinin ürettikleri hizmetlere daha fazla özen göstermesini zorunlu hale getirmiştir. Hizmet sektöründe değişen rekabet şartlarının yeniden organize ettiği pazar koşulları ve kalite kavramı çerçevesinde belirli bir olgunluğa erişen farkındalık; üreticilerin, tüketicilerin ve akademisyenlerin "hizmet kalitesi" kavramına ciddi bir ilgi göstermesine neden olmuştur. Hizmet sektörünün önemli bir parçası olan turizm işletmeleri de zamanın getirdiklerinden etkilenmiş ve hizmet kalitesine verdikleri önemi arttırmışlardır.

Turizm işletmeleri içerisinde çok önemli bir role sahip olan konaklama işletmelerinin de misafir memnuniyetini yükseltmek için hizmet kalitesi ölçümüne büyük önem verdikleri bilinmektedir. Öyle ki, uluslararası zincirlerden küçük aile pansiyonlarına dek birçok konaklama işletmesi, misafirlerin almış oldukları hizmetlerden memnuniyetlerini çeşitli yöntemlerle ölçmeye, bu ölçümlerden edinmiş oldukları geri bildirimler ile hizmet yelpazelerini ve hizmet sunum yöntemlerini yeniden organize etmeye çalışmaktadırlar. Tüm tesislerin hizmet yelpazeleri açısından birbirine benzediği, rekabetin sadece komşu tesisle değil aynı zamanda küresel aktörlerle yapıldığı ve sürdürülebilir karlılığı yakalamada anahtar faktörün misafir memnuniyeti olduğu bu işletmelerde, hizmet kalitesinin önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır.

Hizmet kalitesinin ölçümü üzerine sektörde sarf edilen yoğun çabaların bir benzeri, konu ile ilgili akademik çalışmalarda da izlenebilir. Ancak, alan ile ilgili literatür incelendiğinde, konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi üzerine yapılan çalışmaların; hem incelenen konaklama işletmesi türü bakımından hem kullanılan hizmet kalitesi ölçüm yöntemi bakımından belirli alanlarda yığıldığı söylenebilir. Yapılan çalışmaların önemli bir kısmının dört ve beş yıldızlı oteller, tatil köyleri gibi büyük konaklama işletmeleri üzerine yoğunlaşması ve hizmet kalitesi yöntemlerinden en çok bilinen birkaç yöntemin çok sık kullanılıyor olması, alan ile ilgili literatürün, sahanın tamamına ve yöntemlerin geri kalanlarına yeterince adil bir biçimde yer vermediğini düşündürmektedir.

Bu çalışmada, literatürde pek az çalışılan bir konaklama tesisi türüne ve benzer şekilde ulusal literatürde pek az kullanılan bir yöntemeye yer verilmeye çalışılmıştır. Böylece, diğer konaklama işletmelerinin durumu, nadir kullanılan bir hizmet kalitesi ölçüm yöntemiyle ele alınarak bu alandaki neticelere de küçük bir ışık tutulması arzu edilmiştir.

Bu çalışmada, tamamlayıcı bir konaklama işletmesi türü olarak, üniversite sosyal tesislerine ait konaklama üniteleri incelenmiştir. Araştırmanın yapıldığı tesislerin en önemli farklılık sebepleri; bir devlet üniversitesine ait olmaları, dolayısıyla kamu kurumu niteliğinde olmaları, turistik destinasyon sayılamayacak bir ilde bulunmaları, turistik nitelikte ve profesyonel yapıda olmamalarıdır.

Bu çalışmada hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan yöntemin de çalışmayı farklı kılan bir diğer özellik olduğu söylenebilir. Hizmet kalitesinin ölçümünde önem-performans analizi yönteminden faydalanılmıştır. Bu yöntem; daha önce de belirtildiği gibi, özellikle ulusal literatürde, ikamelerine nazaran çok az kullanılmış bir yöntemdir. Önem-performans analizinde; tüketicilerin, hizmetleri kendileri için önem sırasına göre sıralamaları istenmektedir. Böylece sunulan hizmetlerin önem hiyerarşisi ortaya çıkmaktadır. Bunun ardından her hizmetin performansı (sağladığı memnuniyet) tüketici tarafından derecelendirilmektedir. Bu bulguların bir fonksiyonu olarak da önem-performans matrisi oluşturulmaktadır. Önem-performans matrisinin sunduğu bilgiler; bir taraftan hizmet kalitesi dolayısıyla misafir memnuniyetinin ölçümüne imkan sunarken, diğer taraftan işletmecilerin ürün yelpazelerini yeniden değerlendirebilmeleri için çok önemli sonuçlar ortaya koymaktadır.

Hizmet kavramı ve hizmetin özellikleri

Bir başkası için üretilen, üretildiği anda tüketilen, mülkiyeti olmayan, stoklanamayan, soyut fayda ve

kolaylık olarak tanımlanabilecek hizmet kavramı, genel olarak ürün kavramından daha farklı özelliklere sahiptir. Bu özellikler aslında hizmete has nitelikleri işaret etmekte, literatürde de hizmetin özellikleri olarak ele alınarak açıklanmakta ve hizmetin üründen farkını vurgulamaktadır. Hizmeti üründen ayıran özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamak ve açıklamak mümkündür (Parasuraman vd., 1985:42; Yvette vd., 2001:15-23; Laws, 2004:16; Henderson, 2009:88; Jha, 2010:106-107; Krishna vd., 2010:2; Law ve Yip, 2010:83; Ramachandra vd., 2010:5-8);

- *Soyutluk:* Hizmet kavramının fiziksel ürünlerde olduğu gibi somut bir yönü bulunmamaktadır. Hizmet, yapısı itibarıyla; görülemez, dokunulamaz, duyulamaz ve koklanamaz bir haldedir, bu nitelikler hizmet kavramının soyutluğunu işaret etmektedir.
- *Eşzamanlı üretim ve tüketim (ayrılmazlık):* Hizmetler genellikle üretildiği anda tüketilirler. Diğer bir ifadeyle hizmetin üretimi ile tüketimi arasında kayda değer bir zaman farkı yoktur. Örneğin; bir oteldeki önbüro memurunun tesis hakkında misafirlere sunmuş olduğu bilgiler, misafir tarafından, üretildiği anda elde edilmektedir. Misafir bilgiye, doğrudan, sunulduğu anda sahip olmaktadır.
- *Dağıtım kanalının tersine işlemesi;* Hizmetlerde eş zamanlı üretim ve tüketim ilkesi söz konusu olduğundan ve genel olarak hizmetlerin tüketicieye gönderilmesi mümkün olmadığından, tüketicinin hizmeti almak için hizmetin üretildiği yere ulaşması gerekmektedir. Bu durum, dağıtım kanalının tersine işlemesi olarak adlandırılmaktadır. Örneğin tatile gidecek bir kişinin tatil yapacağı destinasyona gitmesi gerekir, destinasyondaki hizmet ve olanakların turiste gelmesi imkansızdır.
- *Hizmetin ve ürünün bileşik halde olması:* Özellikle turizm sektöründe sunulan hizmetlerin, beraberinde verilen ürünlerden ayrıştırılması olanaklı değildir. Örneğin, restoranda sunulan yemek bir ürünken, bunun misafir masasına getirilerek servis esaslarına göre sunulması hizmet olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Yiyeceğin servis edilmesi halinde, hizmeti ve ürünü birbirinden ayırmak imkansızdır.
- *Heterojenlik:* Hizmet insanların performansının bir sonucudur ve performansta meydana gelen ufak değişimlerden bile büyük oranda etkilenmektedir. Bu yönüyle; sunulan hizmetin niteliği hem bireyden bireye hem de aynı bireyin farklı zaman dilimlerindeki performansına göre değişiklikler gösterebilmektedir.

- *Standardizasyon ve kalite kontrolün zorluğu:* Hizmetler heterojen yapıda oldukları ve sunucuların performanslarından büyük oranda etkilendikleri için, hem belirli standartların oluşturulması hem ortaya çıkarılan sonuca dair kalite düzeyinin tespit edilmesi ve korunması güçtür.

- *Kolay taklit edilebilirlik:* Hizmetlerin standardize edilmesindeki zorluklar, diğer taraftan kolay kopyalanabilmelerine kapı aralamaktadır.

- *Stoklanamazlık:* Hizmetlerin ileride kullanılmak ya da biriktirmek amacıyla stoklanabilmesi mümkün değildir. Örneğin: Bir oteldeki odaların her gün için dolu olması gerekir. Kiralanmamış her oda, 24 saatten içinde zarar ettiren bir kaleme dönüşmüş olur. Bir oda ancak zaman durdurulabilirse stoklanabilir. Benzer şekilde; bir otelin SPA merkezinde sunulan masaj hizmetinin depolanarak sonradan kullanılması olanaksızdır.

- *Sahipsizlik:* Hizmetlerin herhangi bir mülkiyete tabi olması mümkün değildir. Örneğin: otelden konaklama hizmetinin alınması halinde odanın mülkiyeti misafire geçmemekte veya uçak bileti alan bir yolcu, koltuğun mülkiyetine sahip olmamaktadır.

Hizmet kalitesinin ölçülmesi

Tek başına kalite kavramı; sunulan bir ürün veya hizmetin, tüketicilerin ihtiyaçlarını uygun bir şekilde karşılayabilme kabiliyeti olarak tanımlanabilir (Lin ve Su, 2003:716). Hizmet kalitesi kavramı ise; evrensel anlamda tam olarak anlaşılammış ve genellikle, tüketicilerin, üreticiler ile etkileşimleri sonucunda ortaya çıkan izlenimleri olarak açıklanmıştır (Fogarty vd., 2000:428). Bir başka tanımda ise; hizmet kalitesi, tüketicilerin sunulan hizmetin tamamının mükemmellik düzeyine dair değerlendirmeleri (Zeithaml, 1988:3) şeklinde açıklanmıştır. Özellikle son yıllarda hizmet sektörünün ekonomi içerisindeki payının büyümesiyle birlikte, hizmet kalitesi olgusuna yönelik, akademik ve sektörel alanda artan bir ilginin olduğunu gözlemlemek mümkündür. Hizmet kalitesi, artan bir ilgiyle incelenen bir kavram olmasına rağmen, bu kavramın tanımı ve ölçümü üzerine çeşitli tartışmalar bulunmakta, konunun her iki boyutu üzerine yapılan akademik çalışmalarda da bir konsensüsün oluşmadığı görülmektedir (Akkiraju ve Skekhar, 2009:135).

Hizmet kalitesi ile; tüketici memnuniyeti, tüketici sadakati, işletme karlılığı ve işletmenin pazardaki payı arasında önemli bir etkileşim bulunmaktadır. İşletmelerin başlıca amaçlarından biri de karlılıklarını ve pazar paylarını arttırmaktır. Bu açıdan hizmet kalitesi bütün bu amaçların başarıyla gerçekleştirilmesinde anahtar bir role sahiptir (Law ve Yip, 2010:87). Başarılı

bir yönetimin gerçekleştirilebilmesi için; tüketici memnuniyeti sistematik ve düzenli bir biçimde ölçülmeli, memnuniyet ve memnuniyetsizlik kaynakları net bir şekilde tanımlanmalı, elde edilen sonuçlar rekabet edebilmek için zamanında değerlendirilmelidir (Matzler ve Pechlaner, 2001:27). Eğer güçlü ve zayıf yönlerin ortaya çıkarılarak, operasyonel ve stratejik anlamda kalitenin yükseltilmesi isteniyorsa, kalitenin tanımlanması ve ölçülmesi hayati bir öneme sahip olmaktadır. Fakat hizmetlere ilişkin kalitenin tanımlanması da ölçülmesi de kolay bir iş değildir (Fernandez ve Bedia, 2005:10).

Hizmet üreticileri açısından, tüketicilerin hizmete ilişkin beklentilerini tam olarak anlamak ve hizmet kalitesini buna uygun bir şekilde tanımlamak ve sunmak büyük bir önem taşımaktadır (Zhi-Gang ve Xiao, 2011:1181). Bugünün, yüksek rekabet şartlarındaki iş çevresinde; hizmet işletmeleri düne ait standartlar ile başarılı olmaya devam edemeyeceklerdir. Algılanan hizmet kalitesi, tüketicinin beklentilerinden kaynaklanmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak; tüketicinin hizmete ilişkin beklentilerinin belirlenmesi ve bu beklentilerin hizmet sunum sistemine entegre edilmesi gerekmektedir (Lee vd., 2004:68). Bugünün piyasa koşullarında sürdürülebilir rekabet üstünlüğü için, tüketicinin beklentilerinin önceden bilinmesi ve hizmete ilişkin algılarının olumlu düzeyde tutulması önemli bir role sahiptir.

Hizmet kalitesi, farklı deneyimlerden gelmekte olan farklı tüketiciler için birbirinden farklı anlamlar ifade edebilmektedir. Bu yapıyı itibariyle hizmet kavramının tanımlanması da belirli bir hizmete ilişkin kalitenin sağlıklı bir şekilde ölçülebilmesi de bazı zorluklar ortaya çıkarır (Chen, 2008:165). Ürünlerin kalitesini değerlendirmede kullanılan bilgiler, hizmetlerin kalitesini değerlendirme açısından yetersiz kalmaktadır. Hizmetlerin detaylarıyla birlikte ele alınmış olan; soyutluk, heterojenlik ve ayrılmazlık şeklindeki üç temel özelliği, hizmet kalitesini değerlendirebilmek için dikkatlice incelenmelidir (Parasuraman vd., 1985:42).

Hizmet kalitesini etkileyen faktörlerden bir tanesi de "hizmet çevresi"dir (service environment). Hizmet çevresi, hizmet sunumunun gerçekleştiği alandaki her türlü fiziksel ve dekorasyonel ekipmandan oluşmaktadır ve hizmet çevresi hem çalışanları hem tüketicileri etkileyen önemli bir faktördür (Gannage, 2009:24). Bu açıdan konaklama işletmeciliği sektörü; sürekli olarak, tesisin fiziksel olanakları, ambiyansı, görünüşü gibi misafir memnuniyetinde önemli etkileri olan bu nesnel faktörlerin arzu edilebilir halde olmasına yönelik bir baskıyla karşılaşmaktadır. Tesislerin yıldızlanmasında görev alan, gerek devlet kurumları gerek özel kuruluşlar, konaklama işletmelerini genellikle bu nesnel kriterler üzerinden derecelendirmektedir. Bu

dereceler (yıldızlar) birer nicel ölçüt olarak tesisin fiyat aralığının ve bazen de vergi mükellefiyet durumunun tanımlayıcısı olmaktadır. Bu durum; misafirlerin beklentileri ile konaklama işletmesinin sunduğu hizmetlere dair, misafir tarafından algılanan hizmet kalitesi ile beklenti arasında önemli bir boşluk oluşturmaktadır (Akkiraju ve Skekhar, 2009:135).

Hizmet kalitesinin tanımını yapmaya çalışan araştırmacıların tanımları genel olarak; beklenti, algı ve memnuniyet kavramlarından oluşmaktadır (Chand ve Puri, 2009:135). Örneğin Levy'ye (1993:13) göre; hizmet kalitesi, beklenti ve algının bir karşılaştırması sonucunda ortaya çıkan memnuniyet ile ilişkili bir kavram olarak tanımlanabilir. Diğer taraftan, hizmet kalitesi ile ilgili birçok araştırmanın temel mantığının şekillenmesinde etkileri görülebilen beklentinin onaylanmaması teorisine göre tüketiciler hizmet kalitesini; beklentileri ve algıladıkları gerçek hizmete dair performansın arasındaki farka göre tespit etmektedirler. Hizmet performansı beklentiye aştığında ortaya çıkan durum pozitif onaylanmama, aşmadığında ise negatif onaylanmama olarak anılmaktadır (Oliver, 1980:1981, Cadotte vd., 1987; akt:Johns vd., 2004:83). Tüketici; kişisel ihtiyaçları, ağızdan ağza anlatılanlar ve geçmiş hizmet deneyimleri vesilesiyle, hizmete yönelik bazı beklentilere sahiptir. Bu beklentiler hizmet ile karşı karşıya geldiğinde; tüketicinin bu hizmetten algısı ile beklentileri arasında oluşan fark, hizmet kalitesinin durumunu ortaya çıkarmaktadır (Parasuraman vd., 1985:47). Parasuraman ve arkadaşlarına (1985:43) göre; araştırmacılar ve hizmet işletmelerinin yöneticileri; hizmet kalitesinin, tüketicilerin beklentileri ve hizmete ilişkin performansın bir karşılaştırmasını içerdiği konusunda hemfikirdirler.

Daha yukarıda da açıkladığı üzere, hizmet kalitesi kavramının tanımı ve bu kavramın ölçümüne dair bir konsensüsün oluşmamış olması, hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili olarak çok çeşitli yöntemlerin üretilmesinde etkili olmuştur. Hizmet sektörünün alt sektörlerinden biri olan konaklama işletmeciliği sektöründe de kullanılan birbirinden farklı çok sayıda hizmet kalitesi ölçüm yöntemi bulunmaktadır (Mount, 2004:62). Bu ölçüm yöntemleri içerisinde Servqual ve Servperf yöntemlerinin sıkça kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmanın konusu itibariyle, bu yöntemler hakkında da aşağıda kısaca bilgi verilmiştir.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985, 1988, 1991) tarafından hazırlanan ve zaman içerisinde geliştirilen Servqual yöntemi, turizm sektöründe hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili çalışmalar arasında en fazla kullanılan yöntemdir (Fernandez ve Bedia, 2005:10). Servqual; Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından geliştirilen bir yöntemdir. Yöntemin temelinde tüketicinin hizmet alımı öncesinde hizmet ile ilgili

beklentileri ile hizmet esnasında ve sonrasında hizmete ilişkin olarak oluşan algıları kıyaslanmaktadır. Bu kıyaslanma sonucunda oluşan algı; beklentiden küçük ise memnuniyetsizliğin, beklentiye eşit veya beklentiyi aşıyorsa memnuniyetin ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Servqual yöntemiyle hizmet kalitesinin ölçümü için geliştirilen Servqual ölçeğinde tüketicilerin beklenti ve algıları iki ayrı bölüm halinde 22 maddeden ve beş boyuttan (fiziksel varlıklar, güvenilirlik, karşılık verebilmek, güven, empati) oluşan sorular ile ölçülmeye çalışılmaktadır (Parasuraman vd., 1985:47; Parasuraman vd., 1988:17; Parasuraman vd., 1991:421; Parasuraman vd., 1993:146).

Servqual yöntemine zaman içerisinde çeşitli eleştiriler getirilmiştir. Bu eleştirilerden bir tanesi de Cronin ve Taylor (1992) tarafından ortaya konulmuştur. Cronin ve Taylor (1992, 1994), Servqual ölçeğinin, hem konseptinde hem uygulamasında karşılaşılan bazı nitelikleri nedeniyle yetersiz olduğunu, Servqual yönteminde uygulanan "bekleti-algı" ilişkisine odaklanan yaklaşımın, hizmet kalitesinin ölçümüne uygun bir yaklaşım olmadığını ve ölçeğin beklenti kısmının aslında halihazırda sunulan hizmetin kalitesi açısından önemli bir fonksiyon oluşturmadığını ifade ederek ölçekten beklenti sorularını çıkarmışlar, hizmet kalitesini sadece algı soruları ile ölçmenin yeterli olduğunu dile getirerek Servperf modelini oraya koymuşlardır. Açıklamalardan da anlaşılacağı gibi; Servperf modeli aslında, Servqual modelinden beklenti sorularının çıkarılmış halinden başka bir şey değildir. (Cronin ve Taylor; 1992:55-64; Cronin ve Taylor, 1994:125).

Hizmet kalitesi ile ilgili çalışmalar incelenirken, çalışmalarının önemli bir kısmında hizmet kalitesinin, tüketici memnuniyeti ile ilişkili bir kavram olarak ele alındığı, hatta "kaliteli hizmet" halinin "tüketici memnuniyeti"ne eşitlendiği görülmüştür. Her ne kadar literatürde bu değerlendirmeyi kabul etmeyen çalışmalar olsa da, ulaşılan çalışmaların genelinde, hizmet kalitesinin, tüketici memnuniyetine eşitlenerek ele alındığı ve bu değerlendirmenin yaygın bir kabul gördüğü anlaşılmıştır.

Hizmet kalitesinin ölçümünde alternatif bir yöntem olarak Önem-Performans Analizi (Importance-Performance Analysis)

Kaliteli bir hizmet sunumuyla tüketicilerin memnun edilebilmesi için, onların gerçek ihtiyaç ve beklentileri sağlıklı bir biçimde tespit edilmelidir. Her sektörde uzun vadeli başarının yakalanabilmesi için tüketicilerin gerçekte neleri arzu edip neleri arzu etmedikleri net bir şekilde anlaşılmalıdır. Bu çaba, hizmet sunucusunun ana görevlerinden biridir (Hema ve Samuel, 2011:52). Tüketicilerin gerçekte ne istediği ve bu isteğinin önem

hiyerarşisi, aslında önem-performans analizinin özünü teşkil etmektedir.

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler yukarıda anılan bu görevi icra edebilmek için literatürde geçen çeşitli değerlendirme metotlarından istifade etmektedirler. Bu metotlardan bir tanesi de Martilla ve James (1977) tarafından geliştirilen "önem-performans analizi"dir. Martilla ve James (1977) tüketici memnuniyetini arttırmak için hangi özelliklere önem verilmesi gerektiğini tespit etmek, sahip olunan ürün-hizmetlerin güçlü-zayıf yönlerini belirlemek ve etkin pazarlama stratejileri ortaya koyabilmek amacıyla önem-performans analizini (ÖPA) geliştirmişlerdir. ÖPA metodu ilk olarak otomotiv sektöründe uygulanmıştır (Warnick, 1983:58; Albayrak ve Caber, 2011:628; Bartlett, 1992:38; Chan, 2005:21). Ancak ÖPA zaman içerisinde; seyahat ve turizm sektörü (Evans ve Chon,1989; Go ve Zhang, 1997), eğitim hizmetleri (Alberty ve Mihalik, 1989; Ortinau, Bush, Bush ve Twible, 1989), sağlık hizmetleri (Dolinsky ve Caputo, 1991; Hawes ve Rao, 1985), eğlence ve rekreasyon hizmetleri (Hollenhorst, Olson, ve Fortney, 1992), genel olarak hizmet kalitesi ölçümü (Ennew, Reed ve Binks, 1993) ve bankacılık hizmetleri (Joseph vd., 2005) gibi alanlarda da uygulanan bir yöntem haline gelmiştir.

ÖPA, yukarıda da örneklediği üzere turizm sektörüne ilişkin çalışmalarda da yıllardan beri kullanılan bir analiz türü olmuştur (Oh, 2001:617; Qu ve Sit, 2007:54, Griffin ve Edwards, 2012:33). Türkçe literatürde de, yakın tarihte destinasyon yönetimi (Albayrak ve Caber, 2011), turist rehberleri (Tetik, 2012), üçüncü yaş turizmi (Cengiz ve Kantarcı, 2013) gibi alanlardaki araştırmalarda ÖPA metodunun kullanıldığı görülmektedir. Fakat ÖPA'nın 1977 yılından bu yana uygulanan bir yöntem olmasına rağmen, Türkçe literatürde bu yöntemin uygulandığı çok az çalışmaya, turizm ile ilgili literatürde ise yalnız üç adet çalışmaya ulaşılabilmektedir. Bu açıdan ÖPA'nın genel olarak Türkçe literatür, özel olarak ise turizm ile ilgili literatür açısından çok az işlenmiş bir konu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

ÖPA, turizm sektöründe bir stratejik plan çalışmasına rehberlik edebilecek yapıda olup, eldeki fırsatların tanımlanması için kullanmaya son derece müsait bir analiz yöntemidir. ÖPA genel olarak, pazarlama stratejisinin geliştirilmesinde yöneticilere büyük katkıları olan bir analiz türüdür. Bununla birlikte, ÖPA sonucunda, işletme açısından odaklanılması gereken faktörler kolaylıkla tespit edilebilmektedir (Cvelbar ve Dwyer, 2012:491-492).

Martilla ve James'e (1977:77) göre, araştırmalar artık tüketici memnuniyetinin; hem tüketicinin beklentilerinin hem de sunulan performansa ilişkin algılarının bir fonksiyonu olduğunu ortaya koymuştur.

Bu açıdan IPA yöntemi, memnuniyet kavramını; bir hizmetin veya ürünün tüketici açısından önemi ve bu hizmet/ürün için ortaya konulan performans olgularının bir fonksiyonu olarak ele almaktadır (Martilla ve James, 1977:77; Frauman ve Banks, 2011:130). Bu yönü itibariyle; ÖPA yönteminin mantığı belli bir oranda Servqual yönteminin mantığına benzemektedir. ÖPA'da da kalite; tüketicinin karşılaştığı ürün/hizmetlere atfettiği önemin ve algıladığı performansın bir fonksiyonu olarak ele alınmaktadır. Ancak ÖPA'nın Servqual yönteminden farkı; analiz esnasında tüketicinin beklentilerine yer verilmemesidir. Çünkü genellikle tüketicinin beklentisinin yüksek olduğu varsayılmaktadır (Qu ve Sit, 2007:53).

Önem performans analizinin ilgi çekici yönlerinden biri de elde edilen sonuçların kolay ve anlaşılır grafiklere dönüştürülebilmesidir (Martilla ve James, 1977:77). Bu açıdan ÖPA, kolay anlaşılır, kullanıcı dostu, pratik bir yöntemdir (Chan, 2005:25). ÖPA temelde iki soruya cevap aramaktadır, bunlar;

1. Bu özellik tüketiciler açısından ne kadar önemlidir?

2. Bu özelliğe ilişkin performansımız (oluşturduğumuz memnuniyet) ne kadar yüksektir? (Martilla ve James, 1977:77).

Açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, ÖPA yönteminde tüketicilerin; işletmede sunulan ürün/hizmetlerin önem düzeyini belirtmeleri ve bu ürün/hizmetler için ortaya konulan performansı değerlendirmeleri istenmektedir. ÖPA yöntemi, bu sistematik sayesinde hem önemli ürün/hizmetleri çeşitli kümeler halinde belirleyebilmekte hem de her bir ürün/hizmetin performansını tüketici gözünden değerlendirmesini gün ışığına çıkarabilmektedir.

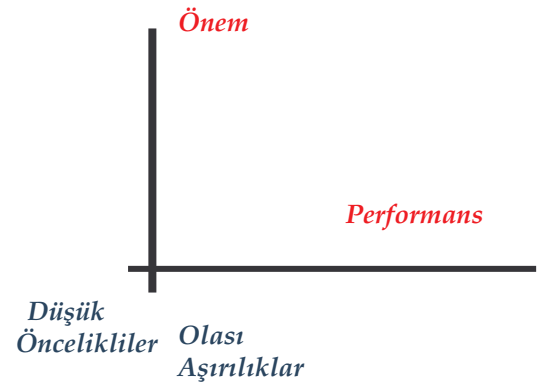
ÖPA analizi sonucunda elde edilen bulgular, ÖPA matrisi adı verilen bir matrisle sunulmaktadır. ÖPA matrisi dört ayrı küme oluşturmaktadır. Bu kümelerin isimleri ve fonksiyonları şu şekildedir;

I. *Korunması gerekenler*: Tüketiciler tarafından hem önemli bulunan hem de performansı başarılı değerlendirilen hizmetlerin oluşturduğu kümedir.

II. *Yoğunlaşılması gerekenler*: Tüketicilerin önemseydiği fakat ortaya konulan performansın düşük seviyede kaldığı hizmetlerin oluşturduğu kümedir.

III. *Düşük öncelikliler*: Tüketiciler tarafından düşük önem düzeyinde bulunan ve performansının da düşük olduğu değerlendirilen hizmetlerin oluşturduğu kümedir.

IV. *Olası aşırılıklar*: Tüketiciler tarafından düşük önem düzeyinde bulunan ancak yüksek performans sergilenen hizmetlerin oluşturduğu kümedir (Martilla ve James, 1977:78; Albayrak ve Caber, 2011:629; Da Silva, 2010:21).



Şekil 1: ÖPA Matrisi

	Düşük performans	Yüksek performans
Yüksek önem	Yoğunlaşılması gerekenler	Korunması gerekenler
Düşük önem	Düşük öncelikliler	Olası aşırılıklar

Tablo 1: ÖPA Matrisi Özeti (Azzopardi ve Nash, 2013:224).

Şekil 1'de sunulan ÖPA matrisinin daha kolay anlaşılabilmesi için Tablo 1'den istifade edilebilir.

Martilla ve James, (1977:79) önem performans analizinin gerçekleştirilmesinde aşağıdaki konulara dikkat edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir;

- Önem-performans analizinde hangi özelliklerin değerlendirmeye sunulacağı kritik bir öneme sahiptir. Tüketicilerin gözden kaçırmış olabileceği önemli faktörlerin değerlendirmeye sunulması önem-performans analizini daha faydalı hale getirmektedir.
- Hizmetlere/ürünlere yönelik her bir faktörün önem ve performansının ayrı başlıklar halinde ölçülmesi, karışıklıkları ve cevaplayıcıyı yönlendirme olasılığını azaltır.
- Analiz sonucunda oluşturulacak matriste x ve y eksenlerinin pozisyonlarını belirlemek, araştırmadaki bakış açısına göre değişik yöntemler içerebilir. Nihayetinde bu analizin amacı; kesin değerlere ulaşmaktan ziyade önem ve performans seviyelerini belirleyebilmektir.
- Önem-performans matrisinde medyan değerlerinin mi yoksa aritmetik ortalama değerlerinin mi kullanılacağına araştırmacının amacına göre karar verilmelidir, eğer iki değer açısından bir fark söz konusu değilse, daha fazla

bilgi içeriyor olduğu için aritmetik ortalama tercih edilmelidir.

- Oluşturulan matristeki her bir özellik göreceli önemine göre dikkate alınmaktadır. Ancak burada önem-performans değerleri arasındaki farkın en yüksek olduğu faktörlere bilhassa dikkat edilmelidir. Çünkü bu değerler tüketici memnuniyetsizliğinin başlıca sebepleri olabilirler. Sadakati oluşmuş ve oluşmamış tüketicilerin yanıtları dikkatle incelenmelidir.

Alberty ve Mihalik (1989) önem-performans analizinin uygulamasında aşağıdaki aşamalardan geçilmesi gerektiğini belirtmiştir:

1. *Değerlendirilecek özelliklerin bir listesinin oluşturulması*; Bunun içi alan ile ilgili literatüre başvurmak ile birlikte, alandaki yöneticilerin, uzmanların ve tüketicilerin değerlendirmelerine başvurmak da önemlidir.

2. *Ölçeğin geliştirilmesi*; Ölçekle ilgili daha önce yapılan çalışmaların bir kısmında beşli likert bir kısmında ise yedili likert sisteminin uygulandığı görülmüştür. Yöntem her nasıl olursa olsun, faktörlerin hem önemi hem de performansı değerlendirmeye sunulmalıdır.

3. *Araştırmanın uygulanması*; Bu aşamada çalışmayı tanıtan bir açıklama metninin sunulması, katılımcıların işini kolaylaştırabilir. Uygulamada mail, telefon, yüz yüze görüşme gibi yöntemlerin tamamı kullanılabilir.

4. *Verilerin analiz edilmesi*; Analiz aşamasında genellikle merkezi eğilim ölçülerinden hareket edilmektedir. Aritmetik ortalama değerlerinin tercih edilmesinde fayda vardır. Bunun dışında, Crompton ve Duray'a (1985) göre korelasyon katsayılarına odaklanan farklı yöntemler de uygulanabilir.

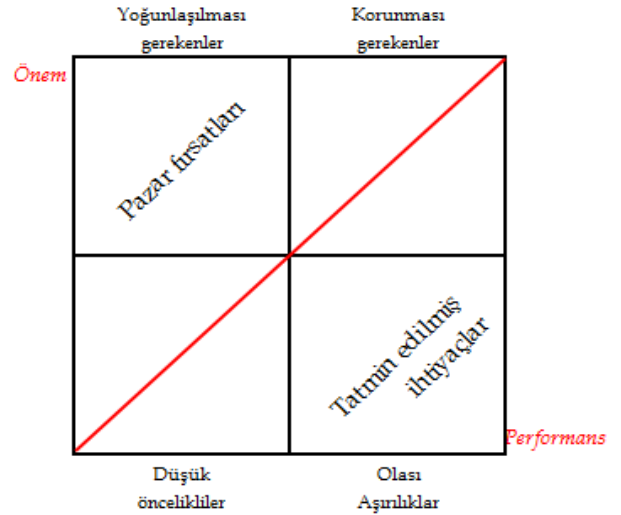
5. *Matrisin oluşturulması*; Önem-performans analizinin sonuçları bir matrisle ortaya konulmaktadır. Matrisin dikey ekseninde önem yatay eksen ise performans seviyeleri ortaya konulmaktadır.

6. *Tavsiyelerin sunulması ya da değişikliklerin uygulanması*; Bu aşamada artık elde edilen sonuçlara göre tavsiyeler geliştirilebilir, değişiklik önerileri sunulabilir (akt:Bartlett, 1992;38-44).

Önem-Performans analizi matrisinde farklı uygulamalar

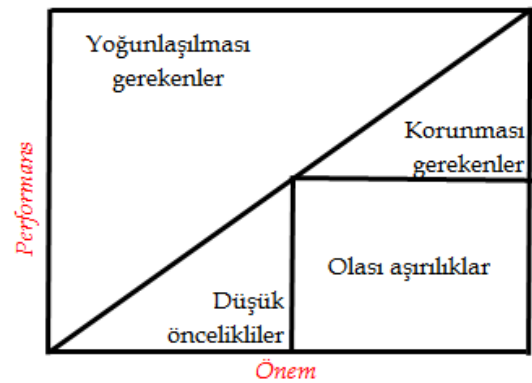
ÖPA matrisinin değerlendirilmesinde bazı çalışmalarda 45 derecelik bir diyagonalin kullanıldığı görülmektedir. Şekil 2'de bir örneği sunulan ÖPA matrisinde, ilgili diyagonal tüketiciler için önem ve performansın eşit olduğu noktaların birleşimini ifade

etmektedir. Bu diyagonalin üst kısmında yer alan her bir niteliğin önem düzeyi, performans düzeyinin üzerinde bir değere sahiptir. Yani bu niteliklerde tüketicinin tam bir tatmini söz konusu değildir ve bu nitelikler "pazar fırsatları" olarak ele alınabilirler. Diyagonalin altında yer alan niteliklerin ise performans düzeyleri önem düzeylerini aşmaktadır ve "tatmin edilen ihtiyaçlar"ı işaret etmektedir (Hawes ve Rao, 1985:20; Levenburg ve Magal, 2004-05:33; Leong, 2008:43; Ziegler vd., 2012:694-695).



Şekil 2: 45 Derecelik Dayagonalı ÖPA Matrisi (Azzopardi ve Nash, 2013;224).

ÖPA matrisinde diyagonal kullanımının farklı bir örneğini de Abola ve arkadaşlarının (2007), çalışmasında görmek mümkündür. Abola ve arkadaşları (2007:116), ÖPA matrisini yine bir diyagonal ile çaprazlamasına bölerek dört farklı kümeyi Şekil 3'de görülebileceği üzere daha değişik bir biçimde ele almışlardır. Bu çalışmada "yoğunlaşılması gerekenler" bölümünü diyagonalin sol üst tarafı oluşturmaktadır. Bu alanda yer alan her bir olgunun önem düzeyi performans düzeyinden daha yüksektir. Yani, bu alandaki her bir öge tüketiciler için önem arz etmektedir ve tüketiciler mevcut performansı yetersiz bulmaktadır



Şekil 3: Üç Bölmeli Diyagonal Yöntemin Kullanıldığı ÖPA Matrisi (Abola vd., 2007:116).

Önem-Performans analizine getirilen eleştiriler

Literatürde, ÖPA yönteminin mevcut yapısına yönelik çeşitli eleştirilerin varlığını görmek mümkündür. Oh (2001), çalışmalarda kullanılan önem ve performans kavramlarının muğlak olduğunu, bu kavramların içeriklerinin net bir şekilde tanımlanması gerektiğini belirtmiştir (Oh, 2001:621). Önem-performans matrisinin dört parçaya sağlıklı bir biçimde bölünmemesi de önemli eleştiri konuları arasında yer almaktadır (Aaker ve Day, 1980; akt; Warnick, 1983:60; Rice, 2001:30). ÖPA ile ilgili olarak eşitlenen bir başka husus da analiz esnasında kullanılan değerlerin önem ve performans alguları arasında olabilecek muhtemel neden-sonuç ilişkileridir. Bu tür ilişkiler, bu faktörlerin değerlendirmesinde hatalı bilgiler ortaya çıkarabilmektedir. Bir başka eleştiri konusu da ÖPA matrisinde belirlenecek olan kılavuz çizgilerinin pozisyonları hakkındadır. Bu konuda Martilla ve James (1977) her ne kadar opsiyonel bir durum olduğunu belirtmiş olsa da literatürde çeşitli tartışmalara denk gelmek mümkündür. Ancak tüm bu eleştirilere rağmen ÖPA; zaman-maliyet avantajı sunması ve ortaya kabul edilebilir neticeler koyabilmesi açısından, turizm sektöründe birçok yöneticinin işine yarayan bir değerlendirme yöntemi olarak kabul görmektedir. ÖPA, yorumlanması kolay ve doğru şekilde uygulandığında etkin yönetim stratejileri geliştirilmesine olanak sağlayan bir analiz yöntemidir (Griffin ve Edwards, 2012:35-36).

ARAŞTIRMA

Araştırmanın amacı ve önemi

Literatürde yapılacak kısa bir inceleme ile hizmet kalitesinin ölçümü üzerine sayısız çalışmaya ulaşmak mümkündür. Benzer bir şekilde konaklama işletmelerindeki hizmet kalitesini farklı yöntemlerle ölçen çok sayıda çalışmaya da ulaşılabilir. Fakat ÖPA yönteminin kullanıldığı çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Bu bulgu, ÖPA yönteminin yerli literatürde bilinirliğinin çok düşük olduğunu düşündürmüştür. Bu araştırmanın hazırlanmasında en önemli sebeplerden bir tanesi, özgün özelliklerine rağmen çok az bilinen bir yöntem olan ÖPA'nın denenerek bu alanda yapılan çalışmalara farklı bir örnek sunabilmektedir.

Konaklama işletmeleri üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, bu çalışmaların çok önemli bir kısmının; dört ve beş yıldızlı oteller, tatil köyleri gibi işletmelerin üzerinde gerçekleştirildiği görülmüştür. Bu durum, konaklama işletmeleri ile ilgili literatürün; daha çok büyük konaklama işletmelerini temsil ettiği, bunların dışında kalan konaklama işletmelerini ise bir anlamda ihmal ettiği şeklinde yorumlanabilir. Bu çalışmada, üniversite sosyal tesislerinin konaklama üniteleri incelenmiştir. Yapılan literatür taramasında

üniversite sosyal tesislerinde hizmet kalitesi üzerine hiçbir bilimsel çalışmaya ulaşılamamıştır. Üniversite sosyal tesisleri; kamu işletmeleri niteliğinde olmaları, profesyonel kriterlerde olmamaları, yapıları ve misyonlarının farklılıkları nedeniyle profesyonel konaklama işletmelerinden daha değişik bir durumdadırlar. Tüm bu özgün nitelikler, bu çalışmada üniversite sosyal tesislerine odaklanmanın temel nedeni olmuştur.

Bu çalışmanın amacı; araştırmanın yapıldığı üniversite sosyal tesislerinde sunulan hizmetlerin, önem-performans analizi yöntemiyle analiz edilerek, hizmet kaliteleri hakkında mevcut durumun ortaya çıkarılmasıdır. Çalışmadan elde edilecek bulgular, sunulan hizmetlerin, misafirler açısından önem hiyerarşisini ortaya koyacak ve hizmetlerin önem düzeylerine göre performanslarının belirlenmesine yardımcı olacaktır. Bu şekilde; hizmet yelpazesinin ve sunum yönteminin yeniden değerlendirilebilmesi imkânı oluşacaktır.

Literatürde üniversite sosyal tesislerinin hizmet kalitesini ölçen herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu açıdan bu çalışmanın özgün bir yönü olduğu düşünülmektedir. Ayrıca çok az bilinen ve uygulanan bir yöntem olan ÖPA yönteminin seçilmiş olmasının da alan ile ilgili literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Çalışmanın bu iki özelliği önemini işaret etmektedir.

Araştırmanın yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ve bu araştırma yöntemlerine uygun analiz biçimlerinden istifa edilmeye çalışılmıştır. Veri toplamada ise anket tekniğinden faydalanılmıştır. Üniversite sosyal tesislerinde en az bir gece konaklayan misafirlere, tesisden ayrılırken çıkış işlemleri esnasında anketi yanıtlamaları teklif edilmiş, bu şekilde uygulamaya katılım gönüllülük esasına dayandırılmıştır.

Evren ve örneklem

Araştırma, iki ayrı ildeki iki farklı üniversiteye ait dört ayrı sosyal tesiste gerçekleştirilmek istenmiş, ancak ikinci üniversiteye ait tesislerde uygulama imkanı elde edilememiştir. Bu nedenle çalışma, bir devlet üniversitesine ait, aynı ildeki iki ayrı sosyal tesiste, 2013 Aralık-2014 Şubat tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Sosyal tesislerden her ikisinin de konaklama ünitesi mevcuttur. Her bir tesisin 40'ar adet odası bulunmaktadır. Tesislerden bir tanesi il merkezinde, diğeri ise doğal çekiciliklere sahip bir ilçede bulunmaktadır. Çalışmada 200'ün üzerinde anket sahaya sürülmüş, üç aya yakın uygulama süresinin sonunda, veri analizine uygun 181 adet anket elde edilmiştir.

Çalışmanın yapısı itibarıyla, odaklanılan kitlenin evrenini kesin olarak belirleyebilmek mümkün değildir. Çünkü; çalışmanın yürütüldüğü ile gelebilecek ve üniversite sosyal tesislerinde konaklayabilecek tüm bireyler, çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Evrene dair sayının bilinmemesi ve çalışmanın genele dair bulgulara erişmek amacıyla hazırlanmamış olmasından dolayı, elde edilen bulguların ancak ulaşılan örnekleme temsil edebileceği, evrene genellenemeyeceği gözden kaçırılmamalıdır.

Veri toplama aracı

Literatürde yapılan incelemelerde, çalışmanın amacına uygun ve ÖPA yöntemine göre hazırlanmış bir ölçeğe ulaşılamamıştır. Bu nedenle, çalışmada kullanılan ölçek, araştırmacılar tarafından yapılan pilot uygulama ile geliştirilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeğin geliştirilmesi esnasında, literatür taraması yoluna başvurulmuş, genel olarak hizmet kalitesinin ölçümü, özel olarak da konaklama tesislerinde sunulan hizmet kalitesinin ölçümü üzerine çalışmalar yapmış olan çeşitli araştırmacıların (Lee, 1992; Oh, 1997; Sun, 1997; Çobanoğlu, 2001; Matzler ve Petchlaner, 2001; Poliakova, 2003; Luk ve Layton, 2004; Akbaba, 2006; Carev, 2008; Evans, 2008; Kekeç, 2008; Backer, 2009; Korda ve Milfelner, 2009; Law ve Yip, 2010; Özveren, 2010; Blesic vd., 2011; Çobanoğlu vd., 2011; Aksoy, 2013; Grobelna ve Marciszewska, 2013; ACSI, 2013) eserlerinden istifade edilerek bir soru havuzu oluşturulmuştur.

Elde edilen soru havuzu, uygulama alanına uygun olmayan içerikten arındırılarak pilot uygulamaya geçilmiştir. İlk oluşturulan soru havuzunda biriken 94 soru içerisinden, ÖPA mantığına ve uygulama alanına uygun olmayan soruların; araştırmacı ve pilot uygulamanın yapıldığı tesislerin yöneticilerinin değerlendirmeleri ile çıkarılması sonucunda, soru sayısı 27'ye düşmüştür. Çalışmada ÖPA mantığında bir uygulama yapılacağı için aynı sorular iki ayrı ankete bölünerek iki defa sorulmuştur. Katılımcılar, ilk sayfada hizmetlerin önemlerine yönelik değerlendirmelerini yapmış, bu sayfa bittikten sonra ise aynı hizmetlerden ne kadar memnun kaldıklarını performans değerlendirmesi yaparak belirtmişlerdir.

Birinci ankette (önem ölçeği) 27 soru ile tesiste sunulan çeşitli hizmetlere katılımcının ne kadar önem verdiği, beşli likert sistemi (1: hiç önemli değil, 5: çok önemli) ile değerlendirmeye sunulmuştur. İkinci ankette (performans ölçeği) ise aynı önermeler tekrar edilerek misafirin bu hizmetlere yönelik tesiste sunulan performansı yine beşli likert sistemi (1: hiç memnun kalmadım, 5:çok memnun kalmadım) ile değerlendirmesi talep edilmiştir. Katılımcıların ilk

olarak (performans ölçeğini görmeden önce) önem ölçeğini yanıtlaması, sonrasında ise performans ölçeğini yanıtlaması sağlanmıştır. Buradaki amaç; öneme ilişkin değerlendirmelerin, performansa ilişkin değerlendirmeleri etkilememesini sağlamaktır.

Bu şekilde ölçeklerde yer alan soru sayısı 54'e yükselmiştir. Yukarıda belirtilen ölçeklere bir de demografik veriler formu eklenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanan bu formda da 16 soruya yer verilmiştir. Böylece her bir katılımcının 70 soruya yanıt vermesi istenmiştir. Soruların alanlarına göre dağılımlarına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Değerlendirme Alanları	Önem Ölçen Soru Sayısı	Performans Ölçen Soru Sayısı
Önbüro hizmetleri	5	5
Yiyecek&içecek hizmetleri	5	5
Kat hizmetleri	5	5
Personelin nitelikleri	6	6
Tesisin genel nitelikleri	6	6
Demografik sorular	16	
TOPLAM	70	

Tablo 2: Uygulamada Sorulan Soruların Hizmet Alanlarına Göre Dağılımı

Pilot uygulama, bir üniversiteye ait sosyal tesiste 30 bireyden elde edilen anketler vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama sonucunda analize uygun durumda olan 30 anket SPSS 17.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin iç tutarlılığını belirlemek için güvenilirlik analizi (Cronbach's alpha) yöntemi kullanılmıştır. Uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin genel güvenilirlik katsayısı ,840 olarak tespit edilmiştir. Güvenilirlik analizi sonrasında yapılan madde analizinde, ölçeğin güvenilirlik seviyesini önemli oranda olumsuz etkileyen hiçbir maddeye denk gelinmediği için, ölçekten soru çıkarma yoluna gidilmemiştir. Güvenilirlik analizinin ardından, ölçek açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmak istenmiştir. Bunun için öncelikle KMO Bartlett's test uygulanarak ölçeğin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir. Yapılan test sonucunda; ölçeğin faktör analizine uygun olduğu (KMO: ,841, Bartlett's test: 2323,121, p:,000, p<0,05) belirlenmiştir. Bu işlemin ardından ölçek varimax rotasyonlu açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda açıklanan varyans yüzdesi 80,919 bulgulanmış ancak ölçeği oluşturan bazı maddelerin anlamlı bir bütün oluşturulamayacak şekilde farklı boyutlar altında yer aldığı görülmüştür. Bu duruma sebebiyet veren

maddeler (7 madde) ölçekten çıkarıldıktan sonra faktör analizi beş faktör kısıtı konarak yenilenmiştir. Bu şekilde yenilenen analiz vasıtasıyla elde edilen sonucun açıklanan varyans yüzdesi 75,087 olarak bulgulanmış ve tüm maddelerin arzu edilen faktörler altında birleştiği gözlemlenmiştir. Bu faktör analizi sonucunda ölçekte kalan maddeler yeniden güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Cronbach's Alpha katsayısı ,809 olarak bulgulanmıştır. Ölçeğin geneline ilişkin faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ayrı ayrı uygulanan güvenilirlik analizi sonuçları aşağıdaki Tablo 3'de sunulmuştur.

Tablo 3: Pilot Uygulama Sonucunda Geliştirilen Ölçeğe Dair Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Döndürülmüş Öğeler Matrisi (Varimax)							
Boyut İsimleri	Maddeler	Boyutlar					Cronb. Alpha
		1	2	3	4	5	
Yiyecek-içecek hizmetleri	Serviste kullanılan tabak, çatal, kaşık, masa örtüsü vb. temiz olması.	,852					0,849
	Yiyecek-içecek üretiminde hijyen kurallarına uyulması.	,848					
	Yiyeceklerin lezzetli olması.	,798					
	Yiyecek-içecek fiyat ve kalitelerinin uygun orantıda olması.	,709					
	Yiyecek çeşitlerinin yeterli sayıda olması.	,616					
Tesisin genel nitelikleri	Tesisin genel fiziksel görünümünün çekici olması.		,821				0,88
	Tesisin atmosferinin (ambiyansının) etkileyici olması.		,805				
	Tesis içerisindeki alanların mimari olarak çekici olması.		,781				
	Tesisin peyzaj düzenlemesinin güzel olması.		,678				
	Tesisteki eşyaların modern görümlü olması.		,655				
Kat hizmetleri	Odaların istirahataya uygun sessizliği sağlayabilecek yalıtımda olması.			,901			0,809
	Odaların yeterli genişlikte olması.			,871			
	Odanın genel olarak konforlu olması.			,584			
Personel nitelik.	Personelin hızlı hizmet verebilmesi.				,817		,736
	Personelin kişisel anlamda bakımlı olması.				,757		
	Personelin ilgili olması.				,724		
	Personelin				,606		

	alanında eğitilmiş olması.					
Önbüro hizm.	Rezervasyon işlemlerinin kolaylıkla yapılabilmesi.					,919
	Önbüroda verilen giriş-çıkış hizmetlerinin kaliteli olması.					,738
	Önbüro alanının temiz ve estetik olması.					,542
Açıklanan varyans yüzdesi						75,087
Ölçek geneli güvenilirlik katsayısı (C. Alpha)						,809

Yapılan pilot uygulama sonucunda geliştirilen ölçeğin faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3'te sunulmuştur. Buraya kadar yapılan analizler ile son şeklini alan ölçek, 2013 Aralık ayında asıl uygulama için sahaya sürülmüş, elde edilen bulgular aşağıdaki bölümlerde paylaşılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler, SPSS 17.0 paket programı ile analiz edilip tablolaştırılmıştır.

Bulgular

Demografik bulgular

Tabo 4: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde
Cinsiyetiniz?		
Kadın	61	33,7
Erkek	120	66,3
Toplam	181	100
Medeni durumunuz?		
Evli	109	60,2
Bekar	62	34,3
Diğer	10	5,5
Toplam	181	100
Yaşınız?		
18-25	22	12,2
26-35	70	38,7
36-45	58	32
46 ve üstü	31	17,1
Toplam	181	100
Aylık ortalama geliriniz?		
1,000 TL'den az	10	5,5
1,001-2,000 TL	23	12,7
2,001-3,000 TL	66	36,5
3,001-4,000 TL	29	16
4,001-5,000 TL	20	11
5,001 ve üstü	33	18,2
Toplam	181	100

Eğitim durumunuz?			
İlköğretim	8	4,4	
Lise	12	6,6	
Üniversite (2yıllık)	24	13,3	
Üniversite (4yıllık)	68	37,6	
Yüksek lisans	46	25,4	
Doktora	23	12,7	
Total	181	100	
Tesisimizde daha önce kalmış mıydınız?			
Evet	81	44,8	
Hayır	100	55,2	
Toplam	181	100	
Daha önce benzer bir sosyal tesiste kalmış mıydınız?			
Evet	150	82,9	
Hayır	31	17,1	
Toplam	181	100	
Daha önce beş yıldızlı bir otelde kalmış mıydınız?			
Evet	164	90,6	
Hayır	17	9,4	
Toplam	181	100	
Tesisimizde bu seferki ziyaretinizde kaç gece kaldınız?			
1 gece	60	33,1	
2-3 gece	65	35,9	
3 gecedenden fazla	56	30,9	
Toplam	181	100	
Konaklamış olduğunuz oda tipi?			
Standart oda	150	82,9	
Suit	27	14,9	
Kral dairesi	4	2,2	
Toplam	181	100	
Bu kente geliş amacınız?			
İş	125	69,1	
Tatil	17	9,4	
Yakınları ziyaret	15	8,3	
Diğer	24	13,3	
Toplam	181	100	
Tesisimizde bu seferki konaklama bedeliniz kim tarafından karşılandı?			
Kendiniz	93	51,4	
Çalıştığınız kurum	68	37,6	
Aileniz	3	1,7	
Yakınlarınız	4	2,2	
Diğer	13	7,2	
Toplam	181	100	
Tatil veya iş amaçlı olarak yılda ortalama kaç gece konaklama tesislerinde kalırsınız?			

10 gecedenden az	36	19,9
10-20 gece	62	34,3
21-30 gece	22	12,2
31-40 gece	16	8,8
41-50 gece	10	5,5
50 gecedenden fazla	35	19,3
Toplam	181	100
Tesisimizde tekrar konaklamayı düşünüyor musunuz?		
Evet	174	96,1
Hayır	7	3,9
Toplam	181	100
Tesisimizi başkalarına tavsiye eder misiniz?		
Evet	174	96,1
Hayır	7	3,9
Toplam	181	100

Tablo 4'te de görüldüğü üzere, çalışmanın yürütüldüğü sosyal tesislerde konaklayan misafirlerin %66'sı erkek, %60'ı evli, %70'i 26-45 yaş aralığında olan bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların %36'lık bir oran ile en büyük kısmının aylık geliri 2,001-3000 TL aralığında olup %75'i lisans veya lisansüstü derecelere sahip bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların %44'ü çalışmanın yapıldığı bu tesislerde daha önce de kaldıklarını, %83'ü benzer tesislerde daha önce de kaldığını, %91'i daha önce beş yıldızlı otellerde de kaldıklarını, %69'u bu seferki ziyaretlerinde bu tesislerde 3 gecedenden daha az kaldıklarını, %83'ü de standart odalarda kaldıklarını belirtmişlerdir. Bireylerin %69'unun kente iş amacıyla geldikleri, %51'inin konaklama bedellerinin kendileri tarafından karşılandığı, %34'ünün tatil veya iş amaçlı olarak yılda 10 ila 20 gün arasında konaklama işletmelerinden hizmet aldıkları görülmüştür. Son olarak katılımcılara tesislerde tekrar kalmayı düşünüp düşünmedikleri ve tesisleri başkalarına tavsiye edip etmeyecekleri sorulmuş, katılımcıların %96'lık bir kısmının bu sorulara olumlu yanıt verdikleri belirlenmiştir.

Ölçeklere ilişkin bulgular

Uygulamadan elde edilen veriler, ilk olarak güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Cronbach's Alpha katsayısı ,891 olarak belirlenmiştir. Ardında ölçeğin faktör analizine uygunluğu test edilmiş ve ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu (KMO: ,839, Bartlett's test: 2114,410, p: ,000, p<0,05) anlaşılmıştır. Bu işlemden sonra ölçeği oluşturan maddeler Varimax rotasyonlu açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizinin sonuçları Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5: Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Döndürülmüş Öğeler Matrisi (Varimax)						
Boyut İsimleri	Maddeler	Boyutlar				Cronb. Aplha
		1	2	3	4	
Tesis geneli nitelikler	Tesisteki eşyaların modern görünümlü olmasından.	,887				,917
	Tesis içerisindeki alanların mimari olarak çekici olmasından.	,872				
	Tesisin peyzaj düzenlemesinin güzel olmasından.	,863				
	Odanın genel olarak konforlu olmasından.	,799				
	Odaların istirahata uygun sessizliği sağlayabilecek yalıtımda olmasından.	,760				
	Tesisin atmosferinin (ambiyansının) etkileyici olmasından.	,712				
	Odaların yeterli genişlikte olmasından.	,684				
	Tesisin genel fiziksel görünümünün çekici olmasından.	,625				
Personel nitelikleri	Personelin kişisel anlamda bakımlı olmasından.		,832			,858
	Personelin alanında eğitilmiş olmasından.		,793			
	Personelin hızlı hizmet verebilmesinden.		,772			
	Personelin ilgili olmasından.		,763			
Yiyecek-İçecek hizmetleri	Yiyecek-İçecek fiyat ve kalitelerinin uygun orantıda olmasından.			,806		,806
	Yiyeceklerin lezzetli olmasından.			,768		
	Yiyecek çeşitlerinin yeterli sayıda olmasından.			,731		
	Yiyecek-İçecek üretiminde hijyen kurallarına uyulmasından.			,674		
	Serviste kullanılan tabak, çatal, kaşık, masa örtüsü vb. temiz olmasından.			,494		
Önbüro hizmetleri	Önbüroda verilen giriş-çıkış hizmetlerinin kaliteli olmasından.				,885	,798
	Rezervasyon işlemlerinin kolaylıkla yapılabilmesinden.				,798	
	Önbüro alanının temiz ve estetik olmasından.				,749	
Açıklanan varyans yüzdesi					67,506	
Ölçek geneli güvenilirlik katsayısı (C. Alpha)					0,891	

Tablo 5'de görüldüğü üzere, ölçek pilot uygulamada elde edilen yapıya çok benzer bir yapı göstermiştir. Ancak pilot uygulamada beş boyutta toplanan maddeler bu uygulamada dört boyutta toplanmış, kat hizmetleri ve tesis genelini ifade eden boyutlar tek bir boyutta birleşmiştir. Bu durumun, her iki boyutta da sorulan soruların benzer konulara odaklanmasından ve katılımcıların kat hizmetlerine dair konuları da tesisin geneline ait bir olgu olarak algılamalarından kaynaklandığı düşünülmüş, bu sebepten, ilgili boyut "tesis geneli" olarak adlandırılmıştır. Ölçekten hiçbir maddenin

çkarılmasına gerek görülmemiştir. Bu haliyle ölçeğin açıklanan varyans yüzdesi 67,506'dır. Ölçeğin boyutlar bazında güvenilirlikleri ise ,798 ve ,901 arasında değişiklik göstermektedir.

Tablo 6: ÖPA boyutlarına ilişkin önem ve performans ortalamaları

Boyutların Önem Ortalamaları				Boyutların Performans Ortalamaları			
Tesis Genel Nitelikler	Personel Nitelikleri	Yiyecek İçecek Hizmetleri	Önbüro Hizmetleri	Tesis Genel Nitelikler	Personel Nitelikleri	Yiyecek İçecek Hizmetleri	Önbüro Hizmetleri
4,44	4,63	4,74	4,56	3,55	4,30	4,33	4,45

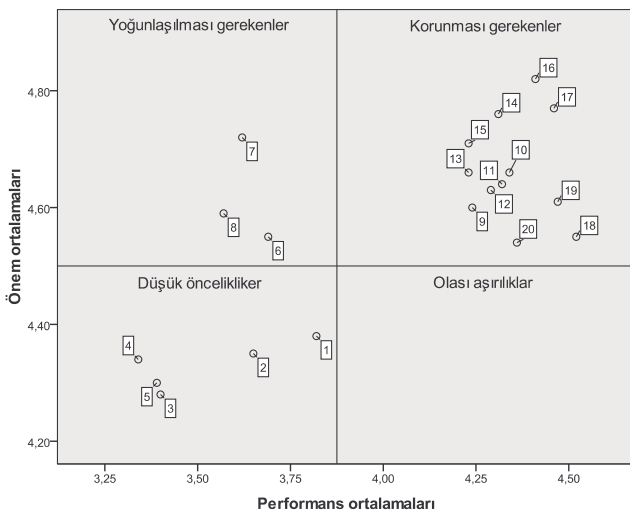
Tablo 6'da sunulan performans ortalamalarından, misafirlerin tüm hizmet boyutlarından memnun kaldıkları (1:hiç memnun kalmadım, 5:çok memnun kaldım), en yüksek memnuniyetin önbüro hizmetlerinde olduğu, tesis geneline dair hizmetlerin memnuniyet düzeyinin ise diğer hizmetlerden daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Ancak, ÖPA'nın tüm boyutlarının "önem" ortalamaları "performans" ortalamalarından daha yüksektir. Bu durum, misafirlerin, hizmetlere verdikleri önemin, sunulan performanstan daha yüksek olduğunu, performansın önem seviyesinin altında kaldığını ortaya koymaktadır. Bu aradaki farklılıkların istatistiksel anlamda önemli olup olmadığı daha ileride analiz edilmiş, bulgular Tablo 8'de sunulmuştur.

Misafirlerin en yüksek önemi (4,74) yiyecek-İçecek hizmetlerine, ikinci sırada (4,63) personelin niteliklerine, üçüncü sırada (4,56) önbüro hizmetlerine, son sırada ise (4,44) tesis geneli niteliklere verdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 7: ÖPA boyutlarını oluşturan ifadelerle ilişkin önem ve performans ortalamaları

Boyut	Md.	İfadeler	Önem Ortalaması	Performans Ortalaması
Tesis genel nitelikler	1	Tesisin genel fiziksel görünümünün çekici olması.	4,38	3,82
	2	Tesisin atmosferinin (ambiyansının) etkileyici olması.	4,35	3,65
	3	Tesisin peyzaj düzenlemesinin güzel olması.	4,28	3,40
	4	Tesisteki eşyaların modern görünümlü olması.	4,34	3,34
	5	Tesis içerisindeki alanların mimari olarak çekici olması.	4,30	3,39
	6	Odaların yeterli genişlikte olması.	4,55	3,69
	7	Odaların istirahata uygun sessizliği sağlayabilecek yalıtımda olması.	4,72	3,62
	8	Odanın genel olarak konforlu olması.	4,59	3,57
Personel nitelikleri	9	Personelin alanında eğitilmiş olması.	4,60	4,24
	10	Personelin kişisel anlamda	4,66	4,34

		bakımlı olması.		
	11	Personelin hızlı hizmet verebilmesi.	4,64	4,32
	12	Personelin ilgili olması.	4,63	4,29
Yiyecek İçecek hizmetleri	13	Yiyecek çeşitlerinin yeterli sayıda olması.	4,66	4,23
	14	Yiyeceklerin lezzetli olması.	4,76	4,31
	15	Yiyecek-içecek fiyat ve kalitelerinin uygun orantıda olması.	4,71	4,23
	16	Yiyecek-içecek üretiminde hijyen kurallarına uyulması.	4,82	4,41
	17	Serviste kullanılan tabak, çatal, kaşık, masa örtüsü vb. temiz olması.	4,77	4,46
Önbüro hizmetleri	18	Rezervasyon işlemlerinin kolaylıkla yapılabilmesi.	4,55	4,52
	19	Önbüroda verilen giriş-çıkış hizmetlerinin kaliteli olması.	4,61	4,47
	20	Önbüro alanının temiz ve estetik olması.	4,54	4,36



Şekil 4: ÖPA boyutlarını oluşturan ifadelerle ilişkin ÖPA matrisi

Yukarıdaki Şekil 4'de sunulan ÖPA matrisi, ÖPA ölçeğini oluşturan her bir maddenin önem ve performans ortalamasından hareketle SPSS 17.0 paket programı kullanılarak oluşturulmuştur. ÖPA matrisinde görülen maddeler, kümelerine göre aşağıdaki gibidir.

- **Korunması gerekenler kümesi:** Bu kümede yer alan maddeler; personele ilişkin nitelikler, yiyecek-içecek hizmetleri ve önbüro hizmetleri ile ilgilidir (ölçekteki 9-20 arası ifadeler).

- **Yoğunlaşılması gerekenler kümesi:** Bu kümede yer alan maddeler; odaların genişliği, istirahatı sağlayacak yalıtıma sahip olmaları ve konforu ile ilgilidir (ölçekteki 6-8 arası ifadeler).

- **Düşük öncelikliler kümesi:** Bu kümede yer alan maddeler; tesisinin genel fiziksel görünümünün çekiciliği, ambiyansın etkileyiciliği, peyzaj düzenlemesinin güzelliği, tesisteki eşyaların modern

görünümlü olması, tesis içerisindeki alanların mimari olarak çekici olması ile ilgilidir (ölçekteki 1-5 arası ifadeler).

- **Olası aşırıklar kümesi:** Bu kümede hiçbir hizmet yer almamaktadır.

Katılımcıların, sosyal tesislerden almış oldukları hizmetlerin önem ve performansına yönelik tutumlarının daha detaylı olarak incelenebilmesi için; t testleri, ANOVA gibi analiz yöntemlerine ihtiyaç duyulmuştur. Bu analizlere geçilmeden önce uygun test yöntemine karar verilebilmesi için verilerin normal dağılımı test edilmiştir. Yapılan Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda verilerin normal dağılım gösterdiği ($p:0,054$, $p > 0,05$) bulgulanmıştır. Bu nedenle, ilerleyen analizlerde parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Misafirlerin hizmetlere vermiş oldukları önem ile bu hizmetlerin performansları arasında farklılıklar olduğu bulgulanmıştır. Her bir hizmet için önem ortalamaları hizmetlerin performans ortalamalarından yüksek bulgulanmış, değerler Tablo 6'de sunulmuştur. Bu aşamada ise, aradaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı analiz edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: Boyutların Önem ve Performans Ortalamaları Arasındaki Farkların Anlamlılığı

Boyut	Önem ortalaması ⁴	Performans ortalaması	Ortalama farkı	t	Anl.
Genel nitelikleri	35,5029	28,4335	7,0694	13,396	0,000
Personel nitelikleri	18,5278	17,1889	1,3389	7,568	0,000
Yiyecek & İçecek hizmetleri	23,7232	21,6271	2,0961	9,820	0,000
Önbüro hizmetleri	13,6961	13,3536	0,3425	2,482	0,014

Boyutların önem ve performans ortalamaları arasındaki farkların anlamlılığını test etmek için Eşli Gözlem t testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, tüm

⁴ Tablo 7'de sunulan, önem ortalamaları ve performans ortalamaları, ortalamaların boyutu oluşturan soru sayısına bölünmemiş halidir. Yorumların ortalaması üzerinden değil de anlamlılık üzerinden yapılması gerektiği için, bölme işlemi yapılmamıştır. Tablo 6'daki ortalamalar ise ortalamaların yorumunu gerektirdiği için, boyutlardaki madde sayılarına bölünerek sunulmuştur.

boyutların önem ve performans ortalamaları arasındaki farkların anlamlı ($p_1:0,000$; $p_2:0,000$; $p_3:0,000$; $p_4:0,014$; $p_{1,2,3,4}<0,05$) oldukları tespit edilmiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi; misafirlerin her iki tesisten aldıkları hizmetlerin tamamına ilişkin performans ortalamaları memnun olduklarını göstermektedir. Ancak misafirlerin memnuniyetleri (performans değerlendirmeleri), önem düzeylerinin altında kalmıştır. Ulaşılan bu netice ile ilgili yorumlar, bu çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında, ÖPA matrisine dair neticeler ile birlikte değerlendirilmiştir.

Katılımcıların, hizmetlerin önemine ve performansına ilişkin değerlendirmelerinin demografik özelliklerine göre istatistiksel anlamda önemli farklılıklar gösterip göstermediklerini belirlemek için, her bir boyut önem ve performans ortalamaları bazında analiz edilmiştir. Analizler için Bağımsız Örneklem t testi ve ANOVA testinden faydalanılmıştır.

Tablo 9: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Özet Analiz Sonuçları

Demografik özellik	Önem	Performans
Cinsiyete göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Medeni duruma göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Yaşa göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Aylık ortalama gelire göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Eğitim durumuna göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Tesiste daha önce kalma durumuna göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Benzer bir sosyal tesiste daha önce kalma durumuna göre	Fark anlamsız	Anlamlı *
Daha önce beş yıldızlı bir otelde kalma durumuna göre	Fark anlamsız	Anlamlı *
Sosyal tesiste kalma süresine göre	Anlamlı *	Anlamlı *
Konaklanılan oda tipine göre	Anlamlı *	Fark anlamsız
Kente geliş amacına göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Konaklama bedelinin kim tarafından ödendiğine göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Tatil veya iş amaçlı yıllık ortalama konaklama süresine göre	Anlamlı *	Fark anlamsız
Tesiste tekrar konaklamayı düşünüp düşünmeme durumuna göre	Fark anlamsız	Fark anlamsız
Tesisi başkalarına tavsiye etme durumuna göre	Fark anlamsız	Anlamlı *

Katılımcıların önem ve performans ortalamaları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkileri inceleyen analiz sonuçları, özet halde Tablo 9'da sunulmuştur. İstatistiksel açıdan anlamlı fark göstermeyen değişkenler ile ilgili sonuçların detayları sunulmamış, sadece anlamlı fark gösteren değişkenlere ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo 10 ve Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 10: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Anlamlı Fark Gösteren Boyutlar 1

Bağımsız örneklem t testi						
Demografik forma ait sorular	Boyut	N	Ortalama	F	t	Anl.
<i>Daha önce benzer bir sosyal tesiste kalmış mıydınız? (performans)</i>						
Evet	Personel nitelikleri	149	17,436	8,570	3,980	0,000
Hayır		31	16,000			
<i>Daha önce beş yıldızlı bir otelde kalmış mıydınız? (performans)</i>						
Evet	Önbüro hizmetleri	164	13,421	4,890	2,262	0,034
Hayır		17	12,706			
<i>Tesisimizi başkalarına tavsiye eder misiniz? (performans)</i>						
Evet	Yiyecek & içecek hizmetleri	172	21,738	0,037	2,911	0,004
Hayır		6	18,833			

Yapılan analizler sonucunda, Tablo 10'daki değerlerden de anlaşılacağı üzere; daha önce benzer bir tesiste konaklayan misafirlerin, personel niteliklerine ilişkin performans ortalamalarının istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde fark gösterdiği ($p:0,000$; $p<0,05$) görülmüştür. Elde edilen bulguya göre, daha önce benzer tesislerde konaklayan misafirlerin, araştırmanın yapıldığı tesislerdeki personel niteliklerinden memnuniyetleri, daha önce benzer yapıdaki tesislerde konaklamayan misafirlerinkinden anlamlı ölçüde yüksektir.

Analizler sonucunda, daha önce beş yıldızlı bir otelde kalan misafirlerin önbüro hizmetlerine ilişkin memnuniyetlerinin, beş yıldızlı tesis deneyimi olmayan misafirlerden istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde ($p:0,034$; $p<0,05$) daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Konaklamış oldukları sosyal tesisi başkalarına tavsiye edebileceklerini ifade eden katılımcıların, yiyecek-içecek hizmetlerinin performansından

memnuniyet düzeylerinin, tesisleri tavsiye etmeyeceğini ifade eden misafirlerden istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde ($p: 0,004$; $p<0,05$) daha yüksek olduğu bulgulanmıştır.

Tablo 11: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Anlamlı Fark Gösteren Boyutlar 1 (ANOVA Testi Sonuçları)

Boyutlar	ANOVA testi			
	Ortalama kare	F	Anl.	Ortalama fark (I-J)

<i>Tesisimizde bu seferki ziyaretinizde kaç gece kaldınız?</i>					
Yiyecek&içecek hizmetleri (önem)	Gruplar arası	11,509			1 gece (I)
	Grup için	2,766	4,161	,017	3 gecedenden fazla (J)
Tesis genel nitelikler (performans)	Gruplar arası	212,600			1 gece (I)
	Grup için	36,238	5,867	,003	3 gecedenden fazla (J)

Konaklamış olduğumuz oda tipi?

Yiyecek&içecek hizmetleri (önem)	Gruplar arası	12,444			Standart oda (I)
	Grup için	2,755	4,517	,012	Suit oda (J)

Tatil veya iş amaçlı olarak yılda ortalama kaç gece konaklama tesislerinde kalırsınız?

Personel nitelikleri (önem)	Gruplar arası	7,400			10 gecedenden az (I)
	Grup için	3,007	2,461	,035	50 gecedenden fazla (J)

Yapılan ANOVA testi sonucunda elde edilen bulgular, Tablo 11'de sunulmuştur. Analizlerde, katılımcıların yiyecek-içecek hizmetlerine verdikleri önemin ve tesisin genel niteliklerinden memnuniyetlerinin konaklama sürelerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir şekilde ($p:0,017$, $p:0,003$; $p<0,05$) farklılaştıkları bulgulanmıştır. Farkın kaynağını tespit edebilmek için Post Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; yiyecek-içecek hizmetlerine en fazla önemi tesiste 3 gün ve daha fazla konaklayan katılımcılar verirken en az önemi tek gece konaklayan katılımcılar vermektedir. Analizlerin ortaya koyduğu bir diğer bulgu da tesisin genel niteliklerinden memnuniyet ile ilgilidir. Bulgulara göre, katılımcılar içerisinde tesisin genel niteliklerinden en yüksek memnuniyet bir gece konaklayan misafirlerde iken en

düşük memnuniyet 3 gece ve daha uzun süre konaklayan misafirlerdedir.

Analizlerden elde edilen sonuçlara göre katılımcıların yiyecek-içecek hizmetlerine vermiş oldukları önem, konaklamış oldukları oda tipine göre istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde ($p:0,012$, $p<0,05$) farklılık göstermektedir. Farkın kaynağını tespit edebilmek için Post Hoc testlerinden Tukey testi uygulanmıştır. Test sonucunda; yiyecek-içecek hizmetlerine en fazla önemi standart odada kalan misafirlerin verdiği en az önemi ise süit odalarda kalan misafirlerin verdiği belirlenmiştir. Katılımcıların, tatil veya iş amaçlı olarak, konaklama tesislerinde yıllık ortalama konaklama sürelerine göre personel niteliklerine verdikleri önemin istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde ($p:0,035$, $p<0,05$) farklılaştığı bulgusu da araştırmanın bir başka sonucudur. Farklılaşmanın kaynağını tespit edebilmek için Post Hoc testlerinden Tukey testi kullanılmış, personelin niteliklerine en fazla önemi, konaklama tesislerinde yıllık ortalamada on ila yirmi gün arasında konaklayan katılımcıların, en az önemli ise yıllık ortalamada elli günden fazla konaklayan katılımcıların verdikleri belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili olarak hem ulusal hem uluslararası literatürde sayısız çalışmaya ulaşabilmek mümkündür. Daha önce de ifade edildiği gibi, bu çalışmaların önemli bir kısmında bazı yöntemlerin daha sık kullanıldığı ve bazı alanlara yönelik uygulamaların daha fazla yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada, konaklama işletmelerinin az incelenen türlerinden biri olan, kamu işletmesi niteliğinde hizmet veren, üniversite sosyal tesislerinin konaklama işletmelerine odaklanılmış ve yine kullanımı diğer hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerine nazaran daha ender olan ÖPA yöntemi tercih edilmiştir. Yapılan çalışmada, ÖPA yönteminden ve üniversite sosyal tesislerinin kendi özgün niteliklerinden kaynaklanan özgün sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar, bu sonuçlarla ilgili yorum ve öneriler aşağıda aktarılmaya çalışılmıştır.

Kitle demografik olarak analiz edildiğinde; evli, yüksek eğitim ve gelir seviyesine sahip, orta yaş grubundaki erkek cinsiyetin örneklemin hakim karakteristik özellikleri olduğu söylenebilir. Katılımcıların yüksek eğitim seviyesi ve gelir düzeyi bilhassa dikkat çekicidir. Bu durumun biraz da üniversite sosyal tesislerini tercih eden öğretim elemanlarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Diğer taraftan her on katılımcıdan; dokuzunun beş yıldızlı tesis deneyimine sahip olduğu, sekizinin daha önce de benzer konaklama tesislerinde kaldığı, dördünün ise uygulamanın yapıldığı tesiste daha önce de konakladığı görülmektedir. Bu durum örneklemin; hem benzer

yapıdaki hem daha yüksek standartlardaki konaklama tesisleri hakkında deneyim sahibi olduğunu ve konakladıkları tesisleri belirli bir oranda tanıdıklarını göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğunun konaklama işletmeleri konusunda deneyimli olması, yüzde 44'ünün de tekrar misafirlerden oluşuyor olması, önem ve performans konularındaki görüşlerini daha ciddi bir boyuta taşımaktadır.

Katılımcıların önemli kısmı kente iş amacıyla gelmiş olup, standart odaları tercih etmiş, dört günden daha az süre konaklamışlardır. Konaklama süresinin kısalığı da bir taraftan iş amaçlı seyahatin işareti olarak değerlendirilebilir. Çalışmanın yapıldığı ilin önemli bir turistik destinasyon olmaması ve araştırmanın kış döneminde yapılmış olması, örneklem bu yapısal özellikleri üzerine etkili olduğu düşünülmektedir. Son olarak katılımcıların %96'lık bir oran ile çok büyük çoğunluğu; uygulamanın yapılmış olduğu tesiste tekrar kalabileceklerini ve bu tesisleri başkalarına tavsiye edebileceklerini belirtmişlerdir. Elde edilen bu sonuç, genel olarak yüksek bir memnuniyetin sağlandığını göstermektedir. Tesisin profesyonel bir turizm işletmesi statüsünde olmaması ve bir kamu işletmesi niteliğinde olması göz önüne alındığında, bu derece yüksek bir memnuniyetin yakalanması son derece dikkat çekicidir. Memnuniyet düzeyinin bu kadar yüksek olmasında; tesislerin fiziksel yapı olarak küçük işletmeler olmasından kaynaklanan samimi bir ortama, misafir ile sıcak ilişkiler kurabilecek koşullara sahip olmalarının da etkisi olduğu düşünülmektedir. Tekrar misafir oranının (repeat guest) %44,8 düzeyinde olmasının da bu memnuniyet düzeyini destekleyen bir bulgu olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların boyutlara ilişkin performans ortalamaları incelendiğinde, tüm hizmet boyutlarından memnun kaldıkları; önbüro hizmetlerinin performans ortalamasının (\bar{X} :4,45; >4,00) diğer boyutlardan daha yüksek, tesis geneline ilişkin hizmetlerin ortalamasının (\bar{X} :3,55) ise diğer boyutların performans ortalamasından düşük olduğu görülmüştür. Katılımcıların yiyecek-içecek hizmetleri (\bar{X} :4,33; >4,00) ve personel niteliklerine (\bar{X} :4,30; >4,00) ilişkin performans ortalamaları oldukça iyi düzeydedir. Mevcut durum genel olarak incelendiğinde katılımcıların, konaklama işletmelerinin önemli fonksiyonlarını üstlenen önbüro ve yiyecek-içecek departmanlarının hizmetlerinden ve hizmet işletmeleri için çok büyük bir öneme sahip olan personel niteliklerinden memnun olduğu görülmekte, bu boyutlarla kıyaslandığında nispeten düşük olan memnuniyetin ise daha çok tesisin; peyzaj, mimari yapı, ambiyans gibi teknik ve fiziksel niteliklerinden kaynaklandığı görülmektedir. Kamu işletmelerinin özellikle finansal koşulları göz önüne alındığında, fiziksel yetersizliklerin normal karşılanabileceği

düşünülmektedir. Ancak tesislerin tüm fiziksel eksikliklerine rağmen fonksiyonlarını başarılı bir şekilde icra ettikleri görülmektedir. Bu kısımda gözlemlenen bir başka sonuç da her bir boyut için katılımcıların önem ortalamalarının performans ortalamalarından daha yüksek olmasıdır. Önem ve performans ortalamaları arasındaki farkın istatistiksel anlamda anlamlı olup olmadığı incelenmiş ve farkların her boyut için anlamlı olduğu belirlenmiştir.

ÖPA yönteminin ruhu itibarıyla katılımcılar anketleri uygularken, hizmetlerin performanslarına dair değerlendirmelerini yapmadan önce, hizmetlerin kendileri açısından önem düzeylerini değerlendirmişlerdir. Performans değerlendirmelerini ise bu değerlendirmeden sonra görmüş ve yanıtlamışlardır. Buradaki amaç önem ortalamalarının performans ortalamalarını etkilememesini sağlamak, sonuçları objektifliğe biraz daha yaklaştırmaktır. Böyle bir uygulamada misafirlerin hizmetlerin önemine vermiş oldukları ortalamaların, haklı olarak yüksek hizmet beklentisinden kaynaklandığı söylenebilir. Misafirlerin zaten yüksek hizmet beklentisi içerisinde olmalarının normal bir durum olduğunu Qu ve Sit de (2007:53) çalışmalarında belirtmektedirler. Öte yandan, katılımcıların önemli bir kısmının beş yıldızlı tesis deneyimi olduğu, yılda en az 20 gün konaklama işletmelerinden faydalandıkları, yüksek gelir ve eğitim düzeyinde oldukları dikkate alındığında, beklentilerinin de yüksek olması tabii bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sonuç ile ilgili daha detaylı bir değerlendirmenin yapılabilmesi için ÖPA matrisi sonuçlarının da incelenmesi gerekmektedir.

Araştırmanın temel analizi olan ÖPA analizi sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların verdikleri yanıtların; personele ilişkin nitelikler, yiyecek-içecek hizmetleri ve önbüro hizmetlerini, korunması gerekenler kümesine yerleştirdiği görülmektedir. Bu kümede yer alan hizmetler, misafir tarafından hem çok önemli bulunmuş hem de performansları başarılı olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle bu hizmetlerin ve performansın daha da geliştirilemiyorsa bile mevcut hali ile korunması önerilebilir.

ÖPA matrisinde, katılımcıların verdikleri yanıtların; odaların genişliğini, istirahatı sağlayacakyalıtıma sahip olmalarını ve konforunu, yoğunlaşılması gerekenler kümesine yerleştirdiği görülmektedir. Bu kümede yer alan odalara ilişkin durumlar, katılımcılar tarafından önemli olarak bulunmakta fakat performansları düşük olarak görülmektedir. Tesislerin, misafirlerin önem verdikleri bu konulara dair performans iyileştirmesine giderek memnuniyeti arttıracak tedbirler almaları gerekmektedir. ÖPA matrisinde ortaya çıkan bu sonuç, önemli bir duruma işaret ederek işletmecileri ikaz etmektedir.

Katılımcıların verdikleri yanıtlar; tesisinin genel fiziksel görünümünün çekiciliği, ambiyansının etkileyciliği, peyzaj düzenlemesinin güzelliği, tesisdeki eşyaların modern görünümlü olması, tesis içerisindeki alanların mimari olarak çekici olması ile ilgili nitelikleri, düşük öncelikliler kümesine yerleştirmiştir. Bu kümede yer alan nitelikler misafirler açısından düşük önemdedir ve misafirin performans hususundaki değerlendirmeleri de yüksek değildir. Bu kümedeki niteliklerin mevcut hali ile korunması, yatırım yapılacaksa da çok yüksek maliyetli yatırımlar yapılmaması gerekir. Bu kümedeki niteliklere ilişkin yatırımlara, daha dikkatli bir fayda-maliyet analizi ile eğilmek doğru olacaktır.

ÖPA analizi sonucunda, olası aşırılıklar kümesinde hizmetin yer almadığı görülmüştür. Bu sonuç dikkat çekicidir. Çünkü bu kümede yer alan hizmetler, misafir tarafından önemsenmeyen fakat yüksek performansa sahip hizmetlerdir. Diğer bir ifadeyle bu kümede yer alan hizmetlerin noksanlığı önemli bir eksiklik ortaya çıkarmayacak haldeyken, bu hizmetlere yatırım yapılmıştır. Bu durum fayda-maliyet analizi açısından çok rasyonel bir karar değildir. Dolayısıyla bu kümede hiçbir hizmetin yer almıyor olması, oldukça iyi bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Yukarıda, önem ve performans ortalamaları arasında, performans ortalamaları aleyhine istatistiksel açıdan anlamlı farklılıkların olduğu, ancak bu farklılıklar ile ilgili daha detaylı değerlendirmenin ÖPA analizi sonucunda yapılabileceği ifade edilmişti. Yukarıda içeriği ÖPA matrisinden hareketle açıklanan ÖPA analizi sonuçlarına bakılarak, her ne kadar önem ve performans ortalamaları arasında farklar olsa da işletmelerin oldukça başarılı bir durumda olduklarını söylemek mümkündür. Çünkü; konaklama işletmeciliğinin en önemli fonksiyonları arasında yer alan önbüro hizmetleri, yiyecek-içecek hizmetleri ve personel nitelikleri korunması gereken, başarılı hizmetler kümesinde yer almış, işletmelerin hiçbir hizmeti olası aşırılıklar kümesine dahil olmamış, daha çok fiziksel yapı ile memnuniyet ortalaması pek de yüksek olmayan niteliklerin bu halde kalmasının sakıncalı olmayacağı, hatta yüksek maliyetli yatırımlara iyice düşünülerek karar verilmesi gerektiği anlaşılmış, yalnız odalara dair bazı niteliklere daha fazla önem verilmesi gerektiğine işaret edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuçlar, önem ve performans düzeyleri arasında oluşan farkın önemli bir duruma işaret etmediğini düşündürmektedir.

Hizmetlerin önem ve performans ortalamalarının katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklar oluşturup oluşturmadığına dair analizler yapılarak aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Daha önce benzer bir sosyal tesiste konaklayan katılımcıların personel niteliklerine dair performans

ortalamalarının, daha önce bu şekilde tesislerde konaklama tecrübesi olmayan misafirlerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç, benzer tesislerde konaklama deneyimi olan misafirlerin, uygulamanın yapıldığı tesislerdeki personel niteliklerini, diğer tesisler ile karşılaştırarak standart üstü bulduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç personel niteliklerinin daha yukarıda bulguların başarısı ile de örtüşmektedir. Bu sonuca benzer bir başka bulgu da beş yıldızlı otel deneyimi olan katılımcılar ile ilgilidir. Analiz sonuçlarına göre; beş yıldızlı otel deneyimi olan misafirlerin önbüro hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri, bu deneyime sahip olmayan misafirlerden daha yüksektir. Bu sonuç başarılı bir uygulamanın göstergesi olarak ele alınabilir. Bilhassa beş yıldız standartlarındaki tesislerde hizmet deneyimi olan katılımcıların, tesislerin standartlarını profesyonel ve lüks tesisler ile kıyaslama imkanı bulunmaktadır. Katılımcıların tecrübelerini kıyaslamada kullandıkları var sayılırsa, tesislerin önbüro hizmetlerine ilişkin performans ortalamasının yüksek olması, işletmeler açısından başarılı bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Beş yıldızlı otel deneyimine sahip olmayan misafirlerin ortalamasının düşük olması da beklentilerinin olması gerekenden yüksek olmasına ve tecrübe noksanlığına dayandırılabilir.

Katılımcıların, tesislerde sunulan yiyecek-içecek hizmetlerinin performansından memnuniyet düzeyi, tesisleri başkalarına tavsiye edeceğini ifade eden misafirlerde, tesisleri tavsiye etmeyi düşünmeyen misafirlerden daha yüksek bulgulanmıştır. Elde edilen sonuç kendi içerisinde mantıklı bir durumdadır. Tesisleri tavsiye etmeyi düşünmeyen misafirlerin herhangi bir hizmet hakkındaki memnuniyet düzeyinin tesisleri tavsiye etmeyi düşünen misafirlerden yüksek olması, pek olası bir tablo değildir.

Yapılan analizlerde tesislerde sunulan yiyecek-içecek hizmetlerine ilişkin en fazla önemi, tesiste 3 gün daha fazla konaklayanların, en az önemi ise tek gece konaklayanların verdikleri bulgulanmıştır. Misafirlerin konaklama süresi uzadıkça, tüm hizmetlere gösterdikleri dikkatin, özellikle de yiyecek-içecek hizmetlerine gösterdikleri önemin artması doğaldır. Özellikle tek gecelik konaklama yapanların sadece oda ve kahvaltı satın adlıkları varsayıldığında, konaklama süresinin uzaması ile yiyecek-içecek hizmetlerine verilen önemin artması arasındaki ilişkinin mantıklı bir bulgu olduğu söylenebilir. Yiyecek-içecek hizmetlerinin, konaklama işletmelerinde konaklama hizmetinden sonra sunulan ikinci önemli hizmet olduğu dikkate alınrsa sonucun ne kadar tabii olduğu daha iyi anlaşılacaktır.

Yiyecek-içecek hizmetlerinin önemine ilişkin anlamlı bir farklılık da konaklanan oda tipinde

bulgulanmıştır. Sonuçlara göre; standart odada kalan katılımcılar, yiyecek-ıçecek hizmetlerine süit odada kalan misafirlerden daha fazla önem vermektedirler. Üniversite sosyal tesislerinde, süit odalarda daha çok VIP sayılabilecek misafirlerin konaklatıldığı ve bu misafirlerin kahvaltı dışındaki öğünlerde daha çok tesis dışında olduğu göz önüne alınırsa, sonucun anlamlı olduğu değerlendirilebilir.

Araştırmada elde edilen dikkat çekici bir sonuç da tesisin genel nitelikleri ile ilgilidir. Elde edilen sonuçlara göre; tek gece konaklayan misafirlerin tesisin genel niteliklerinden memnuniyet ortalamaları, 3 geceden fazla konaklayan misafirlerden daha yüksektir. Konaklama süresinin uzaması, misafirlerin tesisin diğer hizmetlerine daha fazla dikkat etmesine imkan sağlamaktadır. Uzun süre konaklayan misafirler daha çok konuya dikkat etmekle birlikte, daha fazla hizmeti deneme imkanı bulabilmektedir. Bu durum misafirlerin tesisin yeterli olmayan koşullarını da görmesine neden olmaktadır. Öte yandan tesis genel nitelikleri boyutunu oluşturan; mimari çekicilik, peyzaj düzenlemesi, modern görünümlü eşyalar gibi olguların memnuniyet ortalamalarının genelden daha düşük olması ve bu niteliklerin ÖPA matrisinde "düşük öncelikliler" kümesinde yer almış olması, ortaya çıkan durumun çok olumsuz değerlendirilmemesi gerektiğini düşündürmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre; tesislerdeki personel niteliklerine en fazla önemi, yıllık ortalama 10-20 gün konaklama tesislerinde kalan misafirlerin en düşük önemi ise yıllık ortalama 50 günden fazla kalan misafirlerin verdiği görülmektedir. Burada misafirleri az deneyimli ve çok deneyimliler şeklinde ikiye bölmek mümkündür. Çok deneyimli misafirlerin personel niteliklerine daha az önem vermesinin, tecrübeleri sonucunda belirli bir standarda erişen beklentilerinden kaynaklandığı, az deneyimli misafirlerin ise tecrübe yetersizliği ile yüksek beklentiler içerisinde olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sonuçlar genel olarak yorumlanacak olursa şunları söylemek mümkündür: Araştırmanın yapıldığı tesisler kamu işletmesi niteliğinde ve profesyonel sayılamayacak konseptte olmalarına rağmen oldukça yüksek hizmet kalitesi ortaya koymaktadırlar. Misafirler özellikle; önbüro, yiyecek-ıçecek hizmetlerinden ve personelin niteliğinden memnundur, buna rağmen tesisin fiziksel imkanları aynı performans düzeyine erişememektedir. ÖPA matrisinde "yoğunlaşılması gerekenler" kümesinde yer alan, odalara ilişkin bazı yetersizliklerin, tesislerin hizmet kalitesini daha yukarıya çekilebilmesi için ihmal edilmemesi gerektiği düşünülmekte, katılımcılar da bu konuda tesislere bir işaret vermektedirler. Ancak misafirler için bu durumun

pek de önemli olmadığı ÖPA analizinde ortaya çıkmıştır. Üstelik tekrar misafir oranının %44,8 düzeyine olması, misafirlerin %96'sının tesislere tekrar gelebileceğini ve tesisleri başkalarına da tavsiye edebileceklerini ifade etmesi, hizmet kalitesinin yüksekliğini destekleyen neticelerdir.

Gelecek araştırmacılara öneriler

Bu çalışma, ulaşılan örneklemin nicel ve nitel özellikleri bakımından, üniversite sosyal tesislerinin konaklama işletmelerinde hizmet kalitesini, genel olarak temsil edebilecek sonuçlar ortaya koyma misyonunu üstlenmemiş, daha kapsamlı bir çalışma yapabileme arzusuyla yola çıkılmasına rağmen, çalışma elde olmayan sebeplerle bir devlet üniversitesinin iki ayrı sosyal tesisleriyle kısıtlı kalmıştır. Bu açıdan çalışmada elde eden bulgular, yalnız uygulamanın örneklemini temsil edebilecek niteliktedir.

Daha önce de ifade edildiği gibi, konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi üzerine literatür kabaca incelendiği zaman bile, literatürdeki çalışmaların önemli bir kısmının büyük konaklama işletmelerini incelediği, bunların dışında kalan öteki işletmelerin ise yeterince incelenmediği kolayca görülebilecektir. Bu çalışmanın uygulama alanı olarak üniversite sosyal tesislerinin seçilmesinin bir nedeni de budur.

Ulusal ve uluslar arası literatürde hizmet kalitesini ölçmeye yönelik çok sayıda yöntem olmasına rağmen ÖPA'nın tercih edilmiş olmasının birinci nedeni, bu yöntemin işletmelere sundukları hizmetlerin önem düzeylerini, misafir gözünden görebilme ve bu hizmetleri yeniden konumlandırabilme imkanı sunması, ikinci nedeni ise; nitelikli bir yöntem olmasına rağmen çok fazla bilinirliği olmayan bir yöntem olmasıdır.

Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi üzerine çalışma yapmayı düşünen gelecek araştırmacıların, özellikle büyük konaklama tesislerinin dışında kalan işletmeleri incelemeye almaları, az bilinen fakat nitelikli bir yöntem olan ÖPA yönteminden istifade etmeleri, birden fazla farklı ilde farklı işletmelere yılın farklı zaman dilimlerinde ulaşabilmeleri hem literatürdeki bu eksikliğe önemli bir katkı sunacak hem de mevcut bulguların tutarlılığının gözden geçilerek bu tür işletmelerin yapısı hakkında genellemelerin yapılabilmesine yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- ABOLA, Javier, VARELA, Jesus, MANZANO, Vicente (2007). "Importance Values for Importance-Performance Analysis: A Formula for Spreading Out Values Derived from Preference Rankings", *Journal of Business Research*, Vol: 60, pp.115-121.
- ACSI. (2013) "Update on Customer Satisfaction with Transportation, Accommodation and Food Services Report", The American Customer Satisfaction Index (ACSI) 2013, California, U. S. A.

- AKBABA, Atilla (2006). "Measuring Service Quality in The Hotel Industry: A Study in a Business Hotel in Turkey", *Hospitality Management*, No:25, pp. 170-192.
- AKKIRAJU, Anusha ve SKEKHAR, B. Raja (2009). "Evaluation of Hotel Service Quality: A Comparative Study of Two Select Hotels in India", *Review Of Business Research*, Vol: 9, No:4, ss.135-139.
- AKSOY, Devlet (2013). *Uygulama Otellerinde Konaklayan Müşterilerin Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- ALBAYRAK, Tahir ve CABER, Meltem (2011). "Önem-Performans Analizi: Destinasyon Yönetimine Dair Bir Örnek", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt:11, Sayı:4, ss.627-638.
- ALBERTY, Susan ve MIHALIK, Brain (1989). "The Use of Importance-Performance Analysis as an Evaluative Technique in Adult Education". *Evaluation Review*, Vol:13, No:1, pp.33-44.
- AZZOPARDI, Ernest ve NASH, Robert (2013), "A Critical Evaluation of Importance-Performance Analysis", *Tourism Management*, Vol:35, pp.222-233.
- BACKER, J. Emily (2009). *The Proximity Hotel: A Case Study on Guest Satisfaction of Sustainable Luxury Environments*, Master dissertation, The University of North Carolina, North Carolina, U.S.A.
- BARTLETT, Paul Arthur. (1992). *An Importance-Performance Analysis (IPA) of the Design Features of an Outdoor Golf Practice Facility*, Doctorate dissertation, University of Arkansas, Arkansas, U. S. A.
- BLESIC, Ivana, DZIGURSKI-IVKOV, Andjelija, STANKOV, Ugljesa, STAMENKOVIC, Igor, MILAN, Bradic, (2011). "Research of Expected and Perceived Service Quality in Hotel", *Revista de Turism*, No:11, pp.5-13.
- CAREV, Danijel (2008). *Guest Satisfaction and Guest Loyalty Study for Hotel Industry*, Master dissertation, Rochester Institute of Technology, New York, U.S.A.
- CENGİZ, Funda ve KANTARCI, Kemal (2013). "Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi", *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:5, Sayı:2, ss.29-35.
- CHAN, Ping-Cheung Patrick (2005). "Relevant Attributes in Assessment For Design Features of Indoor Games Halls: The Application of Importance-Performance Analysis", Doctorate dissertation, Indiana University, Indiana, U.S.A.
- CHAND, Gian ve PURI, Manohar (2009). *Tourism and Hotel Industry*, Global Media. Delhi, INDIA.
- CHEN, Joseph, S. (2008). *Advances in Hospitality and Lesisure, Volume 4*, Emerald Group Publishing, Bradford, Great Britain.
- CRONIN, Joseph J. ve TAYLOR, Steven A. (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol: 56, No:3, pp.55-68.
- CRONIN, Joseph J. ve TAYLOR, Steven A. (1994). "Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol: 58, No: 1, (Jan), pp. 125-131.
- CVELBAR, Ljubica K. ve DWYER, Larry (2012). "An Importance-Performance Analysis of Sustainability Factors For Long-Term Strategy Planning in Slovenian Hotels", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol: 21, No: 3, pp.487-504.
- ÇOBANOĞLU, Cihan (2001). *Analysis of Business Travelers' Hotel Selection and Satisfaction*, Doctorate dissertation, Oklahoma State University, Oklahoma, U.S.A.
- ÇOBANOĞLU, Cihan, BEREZINA, Katerina, KASAVANA, Michael L., ERDEM, Mehmet (2011). "The Impact of Technology Amenities on Hotel Guest Overall Satisfaction", *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, vol:12, pp.272-288.
- DOLINSKY, Arthur L. ve CAPUTO, Richard K. (1991). "Adding a Competitive Dimension to Importance-Performance Analysis: An Application to Traditional Health Care Systems". *Health Care Marketing Quarterly*, Vol:8, No:(3/4), pp.61-79.
- ENNEW, Christine T., REED, Geoffrey V. ve BINKS, Martin R. (1993). "Importance-Performance Analysis and the Measurement of Service Quality". *European Journal of Marketing*, Vol:27, No:2, pp. 59-70.
- EVANS, M. R. ve CHON, K. (1989). "Formulating And Evaluating Tourism Policy Using Importance-Performance Analysis". *Hospitality Education and Research Journal*, Vol:13, No:3, pp.203-213.
- EVANS, Lavonda D. (2008). *Using Servqual to Determine Veteran Healthcare Service Quality Profile with Recommendations*, Doctorate dissertation, Nova Southeastern University, Florida, U.S.A.
- FERNANDEZ, Ma Concepcion L. ve BEDIA, Ana Ma Serrano (2005). "Applying SERVQUAL to Diagnose Hotel Sector in a Tourist Destination", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol: 6 (1/2), pp.9-24.
- FOGARTY, Gerard J., CATTS, R., FORLIN, Chris (2000). "Identifying Shortcomings in the Measurement of Service Quality", *Journal of Outcome Measurement*, Vol: 4 (1), pp. 425-447.
- FRAUMAN, Eric ve BANKS, Sarah (2011). "Gateway Community Resident Perceptions of Tourism Development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework", *Tourism Management*, Vol:32, pp.128-140.
- GANNAGE, George J. (2009). *Assessing SERVQUAL and the Automotive Service Quality Model: A Comparative Study*, Doctorate dissertation, Northcentral University, Arizona, U.S.A.
- GIRFFIN, Tony ve EDWARDS, Deborah (2012). "Importance-Performance Analysis as a Diagnostic Tool for Urban Destination Managers", *Anatolia - An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol: 23, No: 1, pp. 32-48.
- GO, Frank ve ZHANG, Wei (1997). "Applying Importance-Performance Analysis to Beijing as an International Meeting Destination". *Journal of Travel Research*, Vol:35, pp.42-49.
- GROBELNA, Aleksandra, MARCISZEWSKA, Barbara (2013). "Measurement of Service Quality in the Hotel Sector: The Case of Northern Poland", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, Vol: 22, pp. 313-332.
- HAWES, Jon M., RAO, C. P. (1985). "Using Importance-Performance Analysis to Develop Health Care Marketing Strategies", *Journal of Health Care Marketing*, Vol:5, No:4, pp.19-25.
- HEMA, Nalini, M. ve SAMUEL, S. (2011). "Importance-Performance Analysis to Determine Service Quality of a Restaurant Service - an Empirical Study", *Advances in Management*, Vol:4, (2), pp.52-57.
- HENDERSON, Gerardo (2009). "Growth Strategies for Hotels", *Global Media, Delhi, INDIA*.
- HOLLENHORST, Steve, OLSON, David ve FORTNEY, Ronal (1992). "Use of Importance-Performance Analysis to Evaluate State Park Cabins: The Case of The West Virginia State Park System", *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol:10, No:1, pp.1-11.
- JHA, S. M. (2010). *Hotel Marketing*, Global Media, Mumbai, INDIA.
- JOHNS, Nick, AVCI, Turgay, KARATEPE, Osman M. (2004). "Measuring Service Quality of Travel Agents: Evidence from Northern Cyprus", *The Service Industries Journal*, Vol:24, No:3, pp.82-100.
- JOSEPH, Mathew, ALLBRIGHT, David, STONE, George, SEKHON, Yasmin ve TINSON, Julie (2005). "Importance-Performance Analysis of UK and US Bank Customer Perceptions of Service Delivery Technologies", *International Journal of Financial Services Management*, Vol:1, No:1, pp.66-88.
- KEKEÇ, Dilge (2008). *Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama*, Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- KORDA, Aleksandra P., MILFELNER, Borut (2009). "The Importance of Perceived Value in Evaluating Hotel Guest Satisfaction: The Case of Slovenia", *Acta Turistica*, Vol:21, No:1, pp.1-22.
- KRISHNA, D. S., GOPALA-RAGHAVAN, G. V. S., REDDY, P.N. (2010). *Services Management*, Global Media. Mumbai, INDIA.
- LAW, Rop, YIP, Rudy (2010). "A Study of Satisfaction Level of Hong Kong Tourists with Hot Springs: Hotels and Resorts in Guangdong, China", *FIU Hospitality Review*, Vol:28, No:1, pp.83-107.
- LAWS, Eric (2004). *Improving Tourism and Hospitality Services*, CABI Publishing, Cambridge, U.S.A.
- LEE, Chih-Lin (1992). *A Study of Japanese Guests Satisfaction with Hotel Attributes and Performance in Taiwan*, Master dissertation, University of Nevada, Las Vegas, U.S.A.
- LEE, Yong-Ki., LEE, Youngjae-Lee, LEE, Kyung-Ah., PARK, Dae-Hwan., MOON, Hyungnam (2004). "Exploring the Role of Service Value in the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction", *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol: 5, No:1, pp.67-86.

- LEONG, Choon-Chiang (2008). "An Importance-Performance Analysis to Evaluate Airline Service Quality: The Case Study of a Budget Airline in Asia", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol: 8, No: 3, pp. 39-59.
- LEVENBURG, Nancy M. ve MAGAL, Simha R. (2004-05). "Applying Importance-Performance Analysis to Evaluate E-Business Strategies among Small Firms", *e-Service Journal*, Vol: 3, No: 3, pp. 29-48.
- LEVY, Howard M., (1993). *A Comparative Study of Management's Perception of Front Desk Service Quality at Casino and Non-Casino Hotels*, Master dissertation, University of Nevada, U.S.A.
- LIN, Yichen ve SU, Hwann-Yann (2003). "Strategic Analysis of Customer Relationship Management—A Field Study on Hotel Enterprises", *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol:14, No:6, pp.715-731.
- LUK, Sheriff T. K. ve LAYTON, Roger (2004). "Managing both Outcome and Process Quality is Critical to Quality of Hotel Service", *Total Quality Management*, Vol:15, No:3, pp.259-278.
- MARTILLA, John A. ve JAMES, John C. (1977). "Importance-Performance Analysis", *Journal of Marketing*, Vol: 41, No: 1, pp. 77-79.
- MATZLER, Kurt, PETCHLANER, Herald (2001). "Guest Satisfaction Barometer and Benchmarking: Experiences from Austria", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol: 2, No:3-4, pp: 25-47.
- MOUNT, Daniel J. (2004). "General Manager Perceptions of Guest Satisfaction Measurement Systems in the Hotel Industry", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Vol: 5, No: 1, pp.61-72.
- OH, Haemoon (1997). *Structural Assessment of the Customer Satisfaction and Service Quality Models with Lodging Services: EDM, Servqual and Serperf*, Doctorate dissertation, The Pennsylvania State University, Pennsylvania, U.S.A.
- OH, Haemoon (2001). "Revisiting Importance-Performance Analysis", *Tourism Management*, Vol:22, pp.617-627.
- ORTINAU, David J., BUSH, Alan J., BUSH, Robert P., ve TWIBLE, Jacquelyn L. (1989). "The Use of Importance-Performance Analysis for Improving the Quality of Marketing Education: Interpreting Faculty-Course Evaluations", *Journal of Marketing Education*, Vol:9, No:(3-4), pp.78-86.
- ÖZVEREN, Y. Sertaç (2010). "Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi İlişkileri: Mersin İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, Mersin.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, Valerie A., BERRY, Leonard L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol:49, pp.41-50.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, Valerie A., BERRY, Leonard L. (1988). "Servqual: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol:64, No:1, pp.12-40.
- PARASURAMAN, A., BERRY, Leonard L., ZEITHAML, Valerie A. (1991). "Refinement and Reassessment of the Servqual Scale", *Journal of Retailing*, Vol:67, No:4, pp.420-450.
- PARASURAMAN, A., BERRY, Leonard L., ZEITHAML, Valerie A. (1993). "More on Improving Service Quality Measurement", *Journal of Retailing*, Vol:69, No:1, pp.140-147.
- POLIAKOVA, Tatiana (2003). *Hotel Satisfaction and Booking Channels: the Bayesian Rule and Regression Analysis*, Master dissertation, Southern Utah University, Utah, U.S.A.
- QU, Hailin ve SIT, Chau Yung (2007). "Hotel Service Quality in Hong Kong: An Importance and Performance Analysis", *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, Vol: 8, No:3, pp.49-72.
- RAMACHANDRA, K., CHANDRASHEKARA, B., SHIVAKUMAR, S. (2010). *Services Management (Including Skill Development)*, Global Media, Mumbai, INDIA.
- RICE, Kelvin R. (2001). *The Analysis Of Importance and Performance Perceptions Toward Job Satisfaction of University Housing Professionals*, Doctoral dissertation, Clemson University, South Carolina, U.S.A.
- DA SILVA, Tiago F. (2010). *Risk Identification And Project Approval: An Importanceperformance Analysis Of Taxonomy-Based Risks In Information Technology Projects*, Master dissertaton, Southern Illinois University Carbondale, U. S. A.
- SUN, Huiting (1997). *An Investigation of Humanizing Elements as a Factor of Visitor Satisfaction Found in two Atrium Type Casino Resort Hotel*, Master dissertation, University of Nevada, Las Vegas, U.S.A.
- TETİK, Nuray (2012). "Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterliliklerinin Önem-Performans Analizi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Sayı:9, No:3, ss.6-24.
- WARNICK, Rodney, B. (1983). *Marketing Factors in the Evaluation of Exercise/Fitness Programs: An Examination of Core and Fringe Participation by Importance-Performance Analysis*, Doctorate dissertation, The Pennsylvania State University, Pennsylvania, U. S.A.
- YVETTE, Reisinger, JAY, K., CONNIE, M., BEVERLEY, S. (2001). "Unique Characteristics of Tourism, Hospitality, and Leisure Services", *Service Quality Management in Hospitality, Tourism & Leisure*, pp.15-49.
- ZEITHAML, Valerie A. (1988). "Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence". *Journal of Marketing*, Vol:52, pp.2-22.
- ZHI-GANG, Yao, ve XIAO, Dong-Ding. (2011). "Measuring Passenger's Perceptions of Taxi Service Quality with Weighted SERVPERF", *Applied Mechanics and Materials*, Vol:97-98, pp.1181-1184.
- ZIEGLER, Jackie, DEARDEN, Philip, ROLLINS, Rick (2012). "But Are Tourists Satisfied? Importance-Performance Analysis of the Whale Shark Tourism Industry On Isla Holbox, Mexico", *Tourism Management*, Vol:33, pp.692-701.