



**T.C. İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ**

**DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ
WORKING PAPER SERIES**

Tartışma Metinleri

WPS NO/ 94 / 2017-05

**KONAKLAMA İŞLETMELERİNDEKİ HİZMET KALİTESİNİN SERVQUAL
YÖNTEMİ İLE ÖLÇÜLMESİ**

Deniz MANAV*

*denizmanav91@gmail.com İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi.

ÖZET

Hizmet sektörleri içerisinde önemli bir paya sahip olan konaklama işletmelerinin gelişimine ve sektördeki durumuna bakıldığında, işletmelerin kaliteli hizmet sunma anlayışı ile hareket etmelerinin önemi açıkça görülmektedir. Konaklama işletmelerinde kaliteli hizmet sunabilmek ancak müşteri beklentileri doğrultusunda hizmet vermekle mümkün olabilmektedir. Bu hususta işletmeler için en önemli unsur müşteri beklentilerinin iyi analiz edilmesidir. Bu çalışma, hizmet işletmelerinde kalite ölçülmesinde kullanılan modellerden biri olan ve fark modeli olarak ta bilinen Servqual modelini ele almış ve müşterilerin hizmeti satın almadan önceki beklentileri ile hizmetten faydalandıktan sonraki deneyimlerini kıyaslayarak hizmet kalitesinin saptanmasını incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, Servqual' in literatürdeki uygulamalarından ve bir takım eleştirilerinden de yola çıkarak, konaklama işletmelerinde uygulanabilirliği ortaya konulmuş ve işletmeler açısından büyük avantajlar sağlayacağına vurgular yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalite Ölçümü, SERVQUAL

Abstract

When considered the development of accommodation establishments which have a significant share in the service sector and their situation in the sector, the importance of moving in the establishments with the understanding of providing quality service is seen obviously. Be able to provide quality service in the accommodation establishments is only possible with provide service in line customer expectations. In this respect the most important factor for establishments is good analyze of customer expectations. This study has discussed the Servqual method which known also difference model and which is one of the models that used in service establishments and it examined determination of the service quality analogically between customer expectation before purchase the service and the perceived service quality after benefit from the service. As a result of the study, based upon criticism and applications of the Servqual in the literature, its applicability has been provided in the accommodation establishments and it can provide great advantages in terms of establishments has been emphasized.

Keywords: Service, Quality of Service, Service Quality Measurement SERVQUAL.

Giriş

Günümüzde bilgi teknolojilerinin gelişimi ve insanların gelir düzeylerindeki artışa bağlı olarak yaşam standartlarının yükselmesi ile birlikte önemli gelişmeler gösteren hizmet sektörünün önemli bir halkası olan konaklama işletmeleri, müşteri odaklı işletmeler olup, günümüzde daha çok müşteri istek ve beklentilerine uygun hizmetler veren işletmeler durumundadırlar. Müşterilerinin beklentilerini bilerek, bu beklentileri karşılayan ve hatta beklentileri aşan ürün ve hizmetler sağlayan konaklama işletmeleri, ancak böylelikle sektör içerisindeki yerlerini koruyabilmektedirler.

Yapılan bir çok araştırma; ekonomistlerin bacasız sanayi olarak nitelendirdikleri ve dünyadaki bir çok ülkenin lokomotif sektörü durumundaki turizm sektöründe yer alan konaklama işletmeleri için hizmet kalitesinin önemini açıkça ortaya koymuş ve bu alanda çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Hizmet işletmelerinde sunulan kalitenin iyileştirilebilmesi ve geliştirilebilmesi için öncelikle mevcut hizmet kalitesinin bilinmesinin gerekliliği dolayısıyla, yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak hizmet kalitesinin ölçülmesi ile ilgili olup, pek çok kalite ölçüm modelleri ortaya koyulmuştur. Bu ölçüm modelleri sayesinde işletmeler mevcut hizmet kalitelerini öğrenerek, bu doğrultuda çeşitli strateji ve uygulamalar geliştirerek hizmet kalitelerini iyileştirebilme veya geliştirebilme imkânlarına sahip olabilmektedirler. Böylelikle yoğun rekabet ortamında rakiplerin karşısında güçlü kalabilen işletmeler, aynı zamanda kârlılıklarını daha da arttırabilme fırsatını yakalayabilmektedirler.

Bu çalışmanın problemi, Sultanahmet bölgesi otelciliğinde önemli bir konumda yer alan ve özel belgeli otel kategorisinde olan “Ottoman Hotel Imperial” otelindeki mevcut hizmet kalitesinin; otel müşterilerinin söz konusu hizmeti almadan önceki beklentileri ile hizmetten yararlandıktan sonraki algılarının karşılaştırılmasının esas alındığı kalite ölçüm yöntemlerinden Servqual yöntemi yardımıyla ölçülerek, olasılıklarını araştırmaktır. Dolayısıyla işletmenin, mevcut hizmet kalitesi hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamak ve eksikliklerini görmelerine yardımcı olarak, bu eksiklikleri giderebilmelerine katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

1. Kalite ve Hizmet Kalitesi Kavramları

Kalite, kolaylıkla birbirinden ayırt edilemeyen, oldukça karmaşık ve anlaşılması güç bir kavramdır (Parasuraman vd., 1985, s. 41).

Kalite kavramı kullanım amacına göre farklı anlamları ifade edebilmektedir. Tüketici açısından kalite pahalı, lüks, az bulunan, üstün nitelikte, dayanıklı gibi anlamlarda kullanılabilirken, işletmelere göre ise standartlara uygunluk ile özdeş olan bir kavramdır. Ayrıca bununla birlikte kalite kavramı, işletmeler tarafından tercih edilen önemli stratejik rekabet aracı iken, tüketiciler için marka veya ürün tercihlerini belirleyen temel unsurlardan biri olmaktadır (Can, 2016, s. 65).

Kalitenin ortak tanımı arandığında, bu konuda tek bir genel yaklaşıma rastlamak oldukça zordur. Bunun sebebi literatürde kalite kavramı konusunda pek çok değişik tanımlamaların bulunmasıdır. Kalite konusunda bu kadar çok tanımın yapılıp, ortak bir tanım üzerinde anlaşılmasının sebebi olarak ise, kalitenin çok boyutlu olması ve farklı şekillerde algılanması gösterilebilmektedir.

Hizmet sektöründe kalite; müşterinin ihtiyaç ve beklentilerine uygunluk, sürekli başarı, sunulan hizmetin eksiksiz ve hatasız gerçekleştirilmesi, ölçülebilen ve değerlendirilebilen müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı bir unsur olarak kabul edilmektedir (Yücel, 2013, s. 84).

Grönroos (1984) hizmet kalitesini, "müşterilerin aldığı hizmete yönelik algılarının, beklentileriyle karşılaştırıldıktan sonra yaptıkları değerlendirme sürecinin çıktısı" olarak ifade etmektedir. Bir başka tanımda Odabaşı (2004), hizmet kalitesinin, bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilmesi veya beklentilerinin üzerine geçebilme yeteneği olduğunu ifade etmektedir.

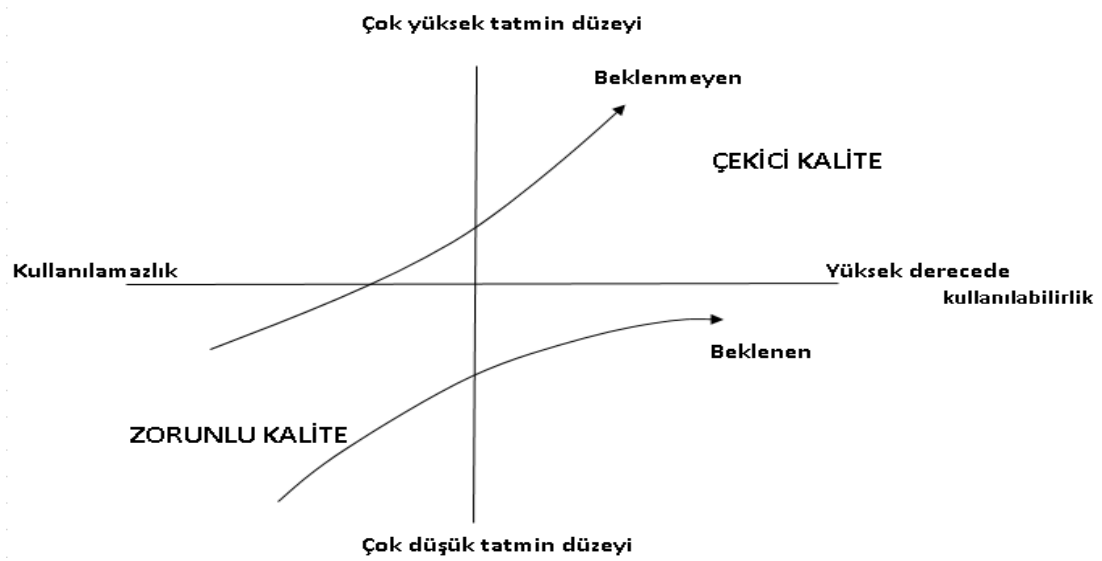
Günümüz rekabet ortamında kaliteli hizmet sunumu, işletmelerin başarısı ve hayatta kalabilmeleri için önemli bir strateji olarak kabul edilmektedir. Bir işletmenin rekabet avantajı kazanacağı en geçerli yol, rakiplerinden daha kaliteli hizmet üretmek ya da başka bir ifade ile, tüketici beklentilerine cevap verebilmektir. Hizmet kalitesinin bu denli önemli olmasının bir sonucu olarak, hizmet kalitesi kavramı bir çok bilim adamı tarafından tartışılan ve üzerinde çalışılan bir konu haline gelmiştir (Bezirgan, 2015, s. 145).

Oral (2001) hizmet kalitesini, zorunlu kalite ve çekici kalite olarak iki farklı boyutta ele almaktadır. Zorunlu kalite müşteri beklentilerini karşılayan kısmı oluşturmakta iken, çekici kalite de müşteri beklentilerini aşan kısmı oluşturmaktadır. Zorunlu kalitenin

gerçekleştirilmemiş olması, müşteri de tatminsizliğe ve olumsuzluğa yol açmaktadır. Ancak çekici kalite de müşteri tatminsizliği olmamakla birlikte, tatmin düzeyinin üzerine çıkma durumu da söz konusu olmamaktadır.

Oral' ın (2001) ele almış olduğu boyutlar Dr. Noritaki Kano tarafından 1984 yılında geliştirilmiş Kano modelinin bileşenleri olup, Şekil 1' de bu hizmet kalitesinin iki temel bileşeni ve müşteri tatmin düzeyleri arasındaki ilişki açıkça gösterilmiştir.

Şekil 1. Kalitenin iki temel bileşeni ve müşteri tatmin düzeyleri arasındaki ilişki



Kaynak. Saime Oral, Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri, 4. Baskı, Kanyılmaz Matbaası, İzmir, 2001.

Kano modeli, işletmelerin müşteri beklentilerini karşılayabilme derecesi ile tüketici tatmini arasındaki ilişkiyi anlatmakta olup, Şekil 4' de de görüldüğü gibi koordinat sisteminde yer alan yatay eksen müşteri ihtiyaçlarının (hiç karşılanmamış olmasından tümüyle karşılanmış olmasına kadar yayılan değerler) karşılanma derecesini, dikey eksen ise müşterilerin ihtiyaçlarının karşılanma derecesine ilişkin (hiç tatmin olmamasından çok tatmin olmasına kadar yayılan değerler) subjektif yanıtlarını yansıtmaktadır (Değer, 2012, s. 54).

Bunun yanında modeldeki 'zorunlu kalite', müşteriler tarafından alınan hizmetlerin zaten sahip olması gereken özelliklerine ilişkin beklenen kalite olgusu olup, 'çekici kalite' ise

olması gereken ve beklenen kalitenin üzerinde bir kalite anlayışıdır ve müşteriler tarafından beklenmeyen bir olgu olup, zorunlu kalitenin ötesine geçen kalitedir.

Bununla birlikte Oral' a göre (2001), farklı olarak otel işletmelerindeki hizmetin yapısından dolayı, hizmet kalitesinin sağlanmasının daha zor olduğunu ve bunun içinde müşterinin hizmet sunumu sırasındaki değerlendirmelerini oluşturan süreç boyutu ile müşterinin hizmeti aldıktan sonra oluşan değerlendirmelerini oluşturan çıktı boyutu olarak iki boyut daha oluşmaktadır (Oral, 2001, s. 3)

2. Hizmet Kalitesi Ölçümü

Rekabet ortamının çok yoğun olduğu hizmet sektörü içerisindeki işletmelerde, sunulan hizmetlerin kalitesi kuşkusuz oldukça önemli bir unsurdur. Ancak hizmetlerin soyutların, heterojenlik, eş zamanlılık gibi özelliklerinden dolayı mallarla kıyaslandığında çok ayrı bir konumda olduğunu ve bu sebeple de tüketicilerin gözündeki kaliteyi algılamada farklılıklar olduğundan kalite değerlendirmeleri ve ölçülmesi konusunda güçlüklerle karşılaşılması olası olmaktadır.

Günümüzde önemi gittikçe artan hizmet işletmeleri, varlıklarını devam ettirebilmek, karlılıklarını arttırabilmek ve rakiplerinden bir adım öne geçebilmek adına, yüksek müşteri memnuniyeti sağlayarak hizmet kalitelerini arttırabilmeleri veya geliştirebilmeleri dolayısıyla mevcut hizmet kalitelerinin ölçülebilmesi gerekmekte ve bu kalite ölçümleri büyük önem arz etmektedir.

Hizmet kalitesini iyileştirmek isteyen bir işletme öncelikle mevcut kalite düzeyini belirlemek durumundadır. Daha sonra, hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için neler yapılması ve ne tür önlemlerin alınması gerektiğine karar verilir. Alınan kararlar uygulandıktan belirli bir süre sonra ulaşılan kalite düzeyi tekrar ölçülür. Dolayısıyla, geçerli ve güvenilir bir ölçüm işletme için yaşamsal önem taşımaktadır (Keskin, 2013, s. 47).

Hizmet kalitesi ölçümünün, sunulan hizmetin kalitesinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinin ilk aşamasını oluşturduğunu savunan Yücel (2013), mevcut kalite düzeyi ile ilgili doğru ve eksiksiz bilgilere sahip bir işletmenin, sunulan hizmetler için yapılması gerekenler konusunda daha etkili ve doğru adımlar atabileceğini belirtmektedir.

“Ölçemezsen, geliştiremezsin” ilkesi de, hizmet kalitesi ölçümünün gerekliliğini ve önemini tüm güçlük ve karmaşıklıklara rağmen açıkça ortaya koymaktadır (Akbaba, 2007, s. 317).

Hizmet işletmelerinde sunulan hizmetlerin kalitelerinin ölçülmesinin tüm önemine karşılık literatürde bir çok araştırmacı tarafından hizmet kalitesi ölçümü üzerine çalışmalar yapılmış ve pek çok görüş ortaya atılarak, çeşitli ölçekler geliştirilmiştir. Bu ölçekler sayesinde hizmet üreten işletmeler, sundukları hizmetlerinin, müşterilerinin algısında nasıl değerlendirildiğini ölçebilmektedirler.

3. Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Yöntemi

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde bir çok yöntem kullanılmakla birlikte, en yaygın kullanılan yöntem Parasuraman, V.A. Zeithaml ve Leonard L. Berry tarafından geliştirilen ve fark modeli olarak ta bilinen Servqual modelidir. İlk olarak 1985 yılında geliştirilen ve daha sonra 1988, 1991 ve 1994 yıllarında üzerinde çalışılıp düzeltilerek tekrar şekillendirilen bu model, müşterilerin hizmeti satın almadan önceki beklentileri ile hizmetten yararlandıktan sonraki algılamaları arasındaki farkı ele alarak hizmet kalitesini ölçmeye çalışmaktadır.

Servqual modelinde, hizmet kalitesi yerine ‘algılanan hizmet kalitesi’ ifadesi kullanılmakta ve algılanan hizmet kalitesi de, müşterilerin hizmeti almadan önceki beklentileri (beklenen hizmet) ile yararlandıkları gerçek hizmet deneyimini kıyaslamalarının bir sonucu olup, müşterilerin beklentileri ile algıladıkları performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir. Beklentiler ise müşterilerin hizmete yönelik istek veya arzularını ifade etmektedir (Saat, 1999, s. 108).

‘Algılanan hizmet kalitesi = Algılanan hizmet – Beklenen hizmet’ şeklinde hesaplanan algılanan hizmet kalitesi (Servqual skoru) sonucunda üç durum ortaya çıkmaktadır (Filiz & Kolukısaoglu, 2013, s. 255):

1. Beklenen hizmet > Algılanan hizmet ise; algılanan kalite tatmin edici olmayıp, kabul edilemez bir düzeydedir.
2. Beklenen hizmet = Algılanan hizmet ise; algılanan kalite kabul edilebilir düzeydedir.

3. Beklenen hizmet < Algılanan hizmet ise; algılanan kalite tatmin edici olmaktan daha yüksek olmakla birlikte, ideal kalite düzeyini oluşturmaktadır.

Parasuraman ve arkadaşlarının ilk olarak şekillendirdikleri 1985 yılındaki orijinal çalışmalarında, hizmet kalitesini ulaşılabilirlik (access), iletişim (communication), yeterlilik (competence), nezaket (courtesy), inanılabilirlik (credibility), güvenilirlik (reliability), heveslilik (responsiveness), emniyet (security), anlama/anlayış (understanding) ve somutluk (tangibles) olarak 10 boyutta ele almışlardır. Daha sonraki çalışmalarında ise iletişim, yeterlilik, nezaket, inanılabilirlik ve emniyet kavramları arasında yüksek bir ilişki olduğunu belirleyerek güven (assurance) adı altında tek bir boyuta indirgemişlerdir. Benzer şekilde ulaşılabilirlik ve iletişim arasında da yüksek bir ilişkinin varlığını benimsemişler ve bunları da duygu ortaklığı/müşteriyi anlama (Empathy) olarak tek bir boyutla ele almışlardır. Bu çalışmaların sonucunda hizmet kalitesinin 5 boyutu belirlenmiştir (Aydın, 2005, s. 1112).

Son çalışmalar neticesinde şekillenen Servqual' in beş boyutu (üç orijinal boyut ve 2 birleştirilmiş boyut) Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından kısaca tanımlanarak araştırmalarından yer edinmiştir.

Somutluk (Tangibility). Fiziksel olanaklar, araç, gereç ve ekipmanlar ile personelin görünüşüdür (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, s. 23).

Güvenilirlik (Reliability). Söz verilen bir hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneğidir (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, s. 23).

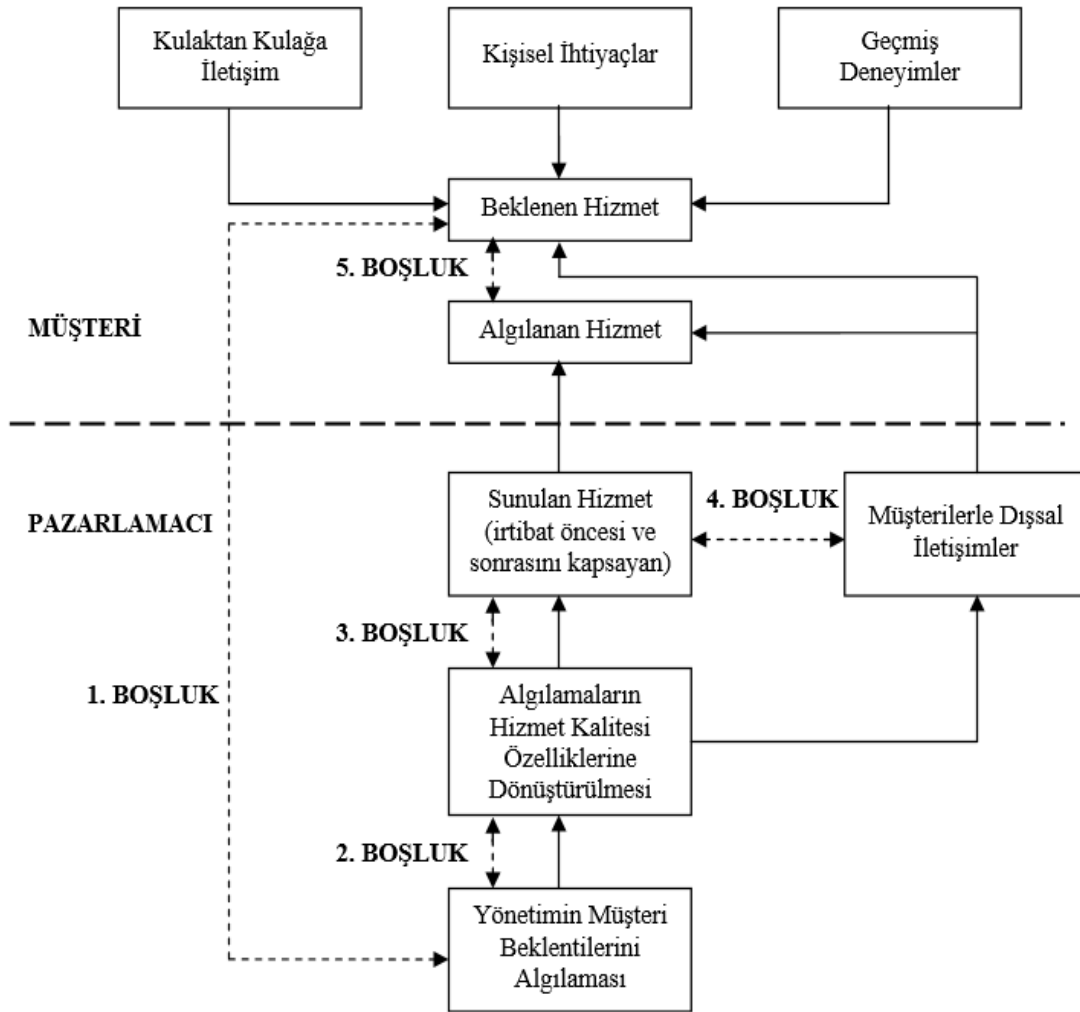
Heveslilik (Responsiveness). Müşterilere yardım etmeye, hızlı ve iyi hizmet vermeye istekli olmaktır (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, s. 23).

Güven (Assurance). Çalışanların nezaket ve bilgisi ile müşterilerine güven duygusu uyandırabilmeleri yeteneğidir (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, s. 23).

Müşteriyi Anlama (Empathy). İşletmelerin kendilerini müşterilerinin yerine koyarak bireyselleştirilmiş dikkat ve ilgi göstermektir (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, s. 23).

Servqual ölçeği, boşluk modelini kendine temel almaktadır (Yıldız & Erdil, 2013, s. 90). Parasuraman, V. A. Zeithaml ve Leonard L. Berry (1985) geliştirdikleri Servqual modelinde, hizmet kalitesi problemlerinin varlığını gösteren beş fark/boşluk olduğunu ileri sürmüşlerdir ve bu farkların müşteri beklentileri ile algılamaları arasındaki farklar olup, farkların yönünün ve büyüklüğünün hizmet kalitesini tanımladığını belirtmişlerdir (Kılıç ve Eleren, 2010, s. 127).

Şekil 2. Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, The Journal of Marketing, Vol. 49, No. 4, 1985, s. 44.

Fark 1. Müşterin beklentileri ile hizmet sunan işletmelerin bu beklentileri algılamaları arasındaki farkı ifade etmektedir (Sevimli, 2006, s. 24).

Fark 2. İşletmelerin müşteri beklentilerini algılamaları ile hizmet kalitesi standartları arasındaki farktır (Eleren, Bektaş & Görmüş, 2007, s. 79).

Fark 3. Hizmetlerin belirlenen nitelikleri ile müşteriye sunulan hizmet arasındaki farktır (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990, s. 91).

Fark 4. İşletmelerde sunulan gerçek hizmet performansı ile işletmelerin çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla sunmayı vadettiği hizmet performansı arasındaki farktır (Uyguç, 1998, s. 31).

Fark 5. Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki fark olup ilk dört fark'a dayalı olarak ortaya çıkmaktadır. Formülasyonu aşağıdaki gibidir (Pena, Da Silva, Tronchin & Melleiro, 2013, s. 1229):

$$\text{Fark 5} = f(\text{Fark 1}, \text{Fark 2}, \text{Fark 3}, \text{Fark 4})$$

4. Servqual Yöntemine İlişkin Eleştiriler

Servqual ölçeği yoğun olarak hizmet kalitesi ölçümünde kullanılmasının yanısıra, hem kurumsal açıdan hem de ölçeğin uygulama alanları bakımından eleştirilere maruz kalmıştır. Kurumsal açıdan yapılan eleştiriler hizmet kalitesi teoreminin, beklentilerin onaylanmaması kuramına dayandırılması noktasında toplanırken, uygulama alanı için yapılan eleştiriler ise, farklı sektörler için algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin değişebileceğini, bir hizmet sektörü için anlamlı görünen bir faktörün diğer bir sektör için anlam taşıyamayacağını belirtilmiş olmasıdır (Hemedoğlu, 2012, s. 29).

Carmen (1990), Parasuraman, Zeithaml ve Berry' nin geliştirmiş olduğu ölçeklerindeki hizmet kalitesi boyutlarının, tüm hizmet sektörlerinde uygulanabilecek kadar genel olmadığını ve beş boyuta daha farklı boyutların eklenmesinin gerektiğini savunmuştur. Carmen bazı hizmet işletmelerine ilişkin bilgileri kullanarak, tüm durumlar için yalnızca heveslilik, maddi değerler ve güvenilirlik boyutlarının görüldüğünü, ancak diğer iki boyutun faktör yapısında

farklılıklar olduğunu belirtmekte ve bu farklılıkların faktörleri geçersiz kılacak kadar büyük ölçülerde olmayıp, yalnızca ölçeğin kullanımı sırasında dikkat edilmesini gerektirecek bir yapıya sahip olduğunu söylemektedir (Saat, 1999, s. 115).

Babakus ve Boller (1992) yaptıkları değerlendirmede, Servqual ölçeğinin algılamalar kısmının ardındaki farklı skorların herhangi bir ek bilgi sağlamadığını belirtmişlerdir. Zira Babakus ve Boller' e göre, hizmet kalitesini ölçmek üzere müşterilerden belli bir hizmetle ilgili 'arzulanan (beklenen) düzey' ve 'mevcut (algılanan) düzey' i belirtmeleri istendiğinde, bir takım psikolojik baskılar, beklenen ve algılanan arasındaki farkın şüpheli hale gelmesine neden olmaktadır. Buna bir örnek olarak; müşterilerin 'arzulanan nedir' ve 'arzulananın ne kadarı burada vardır' türünden bir soruya farklı zamanda farklı yanıt vermeleri ve önceden verilen yanıtı göre oluşan farkın, sonradan verilen yanıtı göre oluşan farktan farklı ve genelde daha az olmasıdır. Esasen müşterilerin 'arzuladıkları düzey' devamlı olarak 'mevcut düzeyi' aşma eğiliminde olduğundan, bu psikolojik baskının bir sonucu olarak ortaya çıkan 'fark', ölçümü yapana herhangi bir bilgi sağlamamaktadır (Değermen, 2005, s. 78).

Taes (1993), Servqual modelinde hizmet kalitesinin algı ve beklenti farkı olarak ele alınıp hesaplanması konusunda tereddütlerini ortaya koyarak, ideal koşullar altında uygun ideal noktanın en yüksek kaliteyi sağlayan en iyi performans düzeyi olduğunu belirtmiş ve hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik 'Normlandırılmış Kalite Modeli' ni önermiştir (Çiftçi, 2006, s. 60).

Cronin ve Taylor' da (1992) Servqual ölçeğini eleştirerek, hizmet kalitesi ölçümünde tüketicilerin beklentilerinin ölçülmesine gerek olmadığını savunmuşlar ve tüketici beklentilerini dışarıda bırakarak yalnızca performansa odaklanarak Servperf ölçeğini geliştirmişlerdir.

Cronin ve Taylor ile Taes' in eleştirilerine karşı Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1994), hizmet kalitesi olarak tanımlanan müşteri algılamaları ve beklentileri arasındaki farkın kavramsallaştırılmasında ve Servqual analizinin bu farkı ölçümlemesinde metodolojik ve analitik açıdan yapılan itirazların geçersiz olduğunu belirtmişler ve yaptıkları ampirik bir çalışma sonucunda müşteri davranışlarının hizmet kalitesi tarafından önemli ölçüde etkilendiğini gösteren bir model geliştirmişlerdir (Saat, 1999, s. 116).

5. Konaklama İşletmelerinde Servqual Uygulamaları

Hizmet sektörü içerisindeki işletmelerde kalite ölçümü üzerine geliştirilen ölçüm yöntemlerinden en önemli sayılabilecek ve en çok tercih edilen Servqual yöntemi; pek çok hizmet işletmelerinde kullanıldığı gibi konaklama işletmelerinde de yaygın olarak tercih edilip kullanılmaktadır. Literatürde bu alanda yapılmış çok fazla örnek çalışma yer almakta ve bu bölümde de konaklama işletmelerinde hizmet kalitesini ölçmeye yönelik olarak yapılmış çeşitli araştırmalardan bazılarında yer verilip, bu araştırmaların bulgularından bahsedilmiştir.

Fernandez ve Bedia (2005), Servqual yöntemini İspanya’ da bazı oteller üzerinde yaptıkları araştırmada kullanmışlardır. Yaptıkları araştırmalarının amacı; Servqual yönteminin otelcilik sektörü için uygun bir ölçme yöntemi olmadığını ortaya çıkarmaktır. Ancak çalışmanın sonucunda anlaşılmıştır ki, Servqual yöntemi otelcilik sektörü için güvenilir ve geçerli bir ölçüm aracıdır.

Douglas ve Connor (2003) tarafından yürütülen araştırmada ise, Kuzey İrlanda’ daki üç yıldızlı otellerde çalışan yönetici ve hizmet personelinin, müşterilerin hizmetten beklentilerine ilişkin algıları karşılaştırılmış ve müşteri beklentilerinin neler olduğu araştırılmıştır. Servqual yönteminin kullanıldığı araştırmanın sonucuna göre; yöneticiler açısından müşterilerin hizmetten beklentilerine ilişkin algılamaları arasında fark, hizmetin somut özellikler boyutu dışındaki tüm boyutlarda beklentilerinin altında kalmış, hizmet personeli açısından ise tüm boyutlarda farklılıklar göstermiş ve hizmet personelinin algısı müşteri beklentilerinin altından kalmıştır (Buzcu, 2010, s. 24).

Madar (2014), Romanya’ nın başkenti Bükreş’ te Hilton Worldwide grubu içerisinde yer alan “Athenee Palace Hotel” de hizmet kalitesini ölçmek amacıyla Servqual yöntemini kullanmıştır. Araştırmada, işletme personelinin önemi vurgulanarak, hizmet sektöründeki bir otel işletmesinin başarısının büyük ölçüde çalışanların kalitesine bağlı olduğu savunulmuş ve elde edilen Servqual analizi sonucu personel eğitimine yapılan yatırımın işletmeye olumlu sonuçlar ve fayda getirdiği ortaya konulmuştur.

Ertürk (2011), Türkiye’ deki otel işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması yaparak, otel müşterilerine yönelik beklenen kalite ve algılanan kaliteye yönelik algılamalarını Servqual yöntemini kullanarak incelemiştir. Araştırma; Türkiye’ de en fazla geceleme yapılan dört destinasyon olan Antalya, Muğla, İstanbul ve Aydın’ daki

otel işletmelerinde konaklayan 462 yabancı turist üzerinde gerçekleştirilerek, turistlerin deneyimleri öncesi beledikleri hizmet kalitesi ile deneyimleri sonrası algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki farklılık ele alınmıştır. Araştırma sonunda, turistlerin hizmet kalitesi beklenti ve algılarında çeşitli değişkenler açısından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Kekeç (2008), otelcilik sektöründe hizmet kalitesi ölçümü üzerine yapmış olduğu çalışmasında, aynı şekilde diğer araştırmacılar gibi Servqual yöntemini kullanmıştır. Araştırmacının bu çalışmasının amacı, otelcilik hizmetlerinden yararlanan müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesini belirlemek ve rekabet ortamında otel işletmelerinin başarı elde edebilmeleri amacıyla hizmet kalitesini sağlamak ve geliştirmek yönünde müşteriye odak noktasına koyan adımlar atmalarına yardımcı olmuştur. Bu araştırma; Mersin ilindeki bir otel işletmesinde gerçekleştirilmiş ve yapılan araştırma sonucunda işletmenin hizmet performansının, müşteri beklentilerinin altında kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hizmet kalitesi alanında bir diğer çalışmayı daha literatüre geçiren araştırmacı Yılmaz (2007) ise, Servqual yöntemini; İzmir’deki üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde sunulan hizmet kalitesini, müşteri ve yöneticiler açısından analiz edebilmek için araştırmasında kullanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; araştırmaya konu olan otellerde kalite yönetimine yönelik olarak yürütülen çalışmaların yetersiz olduğu belirlenmiş ve otel yöneticilerinin, müşteri beklentileri konusunda yanlış algılamalara sahip olmasından dolayı, müşterilerin hizmet kalitesine ilişkin beklentilerinin karşılanamadığı ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, otellerdeki hizmetlerin genel kalitesine ilişkin yönetici ve müşteri algılamaları arasında da anlamlı farklar olduğu anlaşılmıştır.

Öztürk ve Seyhan’ın (2005), Servqual yöntemini kullanarak hizmet kalitesi alanında yaptıkları çalışmalarında ise amaç, aynı şekilde müşterilerin hizmeti almadan önceki beklentileri ile yararlandıkları gerçek hizmet deneyimini kıyaslamamanın bir sonucu oluşan hizmet kalitesini Servqual yöntemiyle ölçerek, işletmelerdeki aksaklıkları belirlemek, müşteri memnuniyeti çerçevesinde sunulan hizmetin eksik yönlerini saptamaktır. Araştırma; Antalya’da yer alan beş yıldızlı otel işletmelerinde ve birinci sınıf tatil köylerinde konaklayan farklı uyruklardaki müşteriler üzerinde yapılmış ve yapılan Servqual analizleri sonucu elde edilen bulgular, Türkiye’deki otel işletmelerinin hizmet kalitesi yönünden eksikliklerini ortaya koymuştur.

Sonuç ve Değerlendirme

Konaklama işletmelerinde kalite müşteri algıları üzerine odaklandığından, öncelikle müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygun hizmet sunan işletmeler yüksek müşteri tatmini sağlayabilmekte ve kalitelerinden söz edebilmektedir.

Bu çalışma, konaklama işletmeleri açısından kaliteli hizmet sunmanın önemini vurgulamakta ve kalitenin genel olarak müşteri beklentileri ile algıları arasındaki farka dayandığını ve dolayısıyla da müşteri beklentilerinin belirlenmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu hususta, müşterilerin hizmeti satın almadan önceki beklentileri ile hizmetten yararlandıktan sonraki algılamaları arasındaki farkı ele alan ve hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan en yaygın yöntem olan Servqual yöntemi ele alınmış, Servqual yönteminin literatürdeki tüm eleştirilerine rağmen, konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümü konusunda bir çok araştırmacı tarafından yaygın olarak tercih edilmesine yer verilerek, yöntemin konaklama işletmelerinde uygulanabileceği ve işletmelere yararlı olabileceği sonucuna varılmıştır.

Literatürdeki araştırmalara bakıldığında, Servqual yöntemini kullanan işletmelerin; müşteri istek ve ihtiyaçlarını belirleyip, sundukları hizmetlerinin bu istek ve ihtiyaçlarını ne kadar karşıladığını ve dolayısıyla da müşterilerinin algısındaki mevcut kalite düzeyleri ile ilgili bilgi sahibi olabileceği görülmektedir. Mevcut hizmet kaliteleri hakkında doğru bilgilere sahip işletmeler, kalitelerini iyileştirebilme ve ya geliştirebilme imkânlarını elde edip, bu doğrultuda çalışmalarını yürütebilmektedirler.

Rekâbetin son derece yoğun olduğu konaklama işletmelerinde hizmet kalitesinin önemi düşünüldüğünde, Servqual yönteminin işletmelere büyük avantajlar sağlayacağı hiç şüphesiz ortadadır ve bu çalışmada da buna vurgu yapılmaktadır.

Kaynakça

Akbaba, A. (2007), “Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Yaklaşımlar”, Editörler: Şevkinaz Gümüsoğlu ve diğerleri, “Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar”, Detay Yayıncılık, Ankara.

Aydın, K. (2005), “Hizmet İşletmelerinde Servqual Yöntemi ile Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Kocaeli’ndeki Seyahat İşletmelerinden Efe Tur Uygulaması”, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Sayı. 50.

Bezirgan, M. (2015), “Algılanan Hizmet Kalitesi İle Memnuniyet Arasında Aidiyetin Aracı Etkisi: Sosyal Tesislere Yönelik Bir Araştırma”, International Review of Economics and Management, 3 (2).

Buzcu, Z. (2010), “Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Ölçümü ve Karşılaştırması: Adana Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Can, P. (2016), “Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Ölçülmesi: Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma”, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (1).

Carmen, J. M. (1990), “Consumer Perceptions of Service Quality: An Assesment of the Servqual Dimensions”, Journal of Retailing, Vol. 66, No. 1.

Çiftçi, A. G. (2006), “Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Değer, Ç. (2012), “Kano Modeli ile Bütünleştirilmiş Servqual Analizinin Kalite Fonksiyon Yayılımına Uygulanarak Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi ve Bir Sağlık Kuruluşunda Uygulanması”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Değermen, A. (2005), “Hizmet Kalitesi Ölçümünde Kullanılan Servqual Modelinin Zayıf Olduğu İleri Sürülen Teorik ve Uygulama Yönlerine Yönelik Olarak Yapılan Değerlendirmeler”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, Seri: 48

Eleren, A., Bektaş, Ç. & Görmüş, A. Ş. (2007), “Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama”, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 44 (517).

Ertürk, M. (2011), “Türkiye’ deki Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Fernandez, M. C. L. & Bedia, A. M. S. (2005), “Applying Servqual to Diagnose Hotel Sector in a Tourist Destination”, Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, Vol. 6, No. ½.

Filiz, Z., Kolukısaoğlu, S. (2013), Servqual Yöntemi ve Bir Hizmet İşletmesinde Uygulaması, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, EYİ Özel Sayısı.

Grönroos, C. (1984), “A Service Quality Model and Its Marketing Implications”, European Journal of Marketing, Vol. 18, No. 4.

Hemedoğlu, E. (2012), “Metro Hizmetlerinde Hizmet Kalitesini Ölçme: Algılanan Hizmet Kalitesi ve Beklenen Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Karşılaştırma”, İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, Sayı. 72.

Kekeç, D. (2008), “Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kılıç, B. & Eleren, A. (2010), Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(3).

Keskin, M. (2013), “Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Madar, A. (2014), “Hotel Services Quality Assessment Using Servqual Method. Case Study: Athénée Palace Hotel”, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Vol. 7, No. 56.

Odabaşı, Y. (2004), “Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi”, Sistem Yayıncılık, 4. Baskı, İstanbul.

Oral, S. (2001), “Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri”, Kanyılmaz Matbaası, 4. Baskı, İzmir.

Öztürk, Y. & Seyhan, K. (2005), “Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi”, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 16 (2).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, The Journal of Marketing, Vol. 64, No. 4.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, 64(1).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990), “Delivering Service Quality: Balancing Customer Perceptions and Expectations”, SNew York: Free Press.

Pena, M. M., Santos Da Silva, E.M., Tronchin, D. M. R. & Melleiro, M. M. (2013), “The Use of The Quality Model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in Health Services”, Rev Esc Enferm USP, Vol. 47, No. 5: 1227-32, DOI: 10.1590/S0080-62342013000050030.

Saat, M. (1999), “Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1 (3).

Sevimli, S. (2006), “Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uyguç, N. (1998), “Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım”, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.

Yıldız, O. & Erdil, S. (2013), “Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçümlenmesi”, Öneri Dergisi, 10 (39).

Yılmaz, İ. (2007), “Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi: İzmir Örneği”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yücel, M. (2013), “Toplam Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi ile Ölçümü: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 44 (12).