

DEVRE TATİL SİSTEMİNDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ: KÜTAHYA İLİNDE KONAKLAYAN MÜŞTERİLER ÖRNEĞİ

[*]Sebahattin KARAMAN

[**]Uğur CEYLAN

ÖZ

Devre tatil sistemi dünyada ve Türkiye’de son yıllarda oldukça önem kazanmaya başlayan bir yapıdır. Konaklama işletmelerinin oda satışlarını tüm sezonlara yaymak ve sürekli gelecek müşteriler edinmek için son yıllarda büyük devre tatil şirketleriyle anlaşmalar yapmaktalar. Bu çalışmada Kütahya ilinde devre tatil sistemi kapsamında konaklayan müşterilerin aldıkları hizmet kalitesi araştırılmıştır. Müşterilerin devre tatil sistemindeki hizmet kalitesini deneyimlerine bağlı olarak değerlendirmeleri istenmiştir. Algılanan hizmet kalitesinde müşterilerin personel ve işletmeyi değerlendirmeleri istenmiş ve bu unsurların memnuniyetleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. İleriki yıllarda yatırımları devam eden devreli sistem işletmelerine ve yapılacak olan diğer akademik araştırmalar için yol göstermesi beklenmektedir. Araştırmada 305 müşteriye anket uygulaması yapılmış ve SPSS for Windows istatistik programı ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Devre Tatil, Algılanan Hizmet Kalitesi, Turizm, Kütahya

* Yardımcı Doçent Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

** Öğretim Görevlisi., Dumlupınar Üniversitesi, Emet Meslek Yüksekokulu

Perceived Service Quality in Timeshare Vacation System: Example of Customers Accommodate in Kütahya

ABSTRACT

Timeshare vacation is an important structure that getting important around the World and in Turkey. Accommodation enterprises are making agreements with big Timeshare vacation companies to spread the room sales to all season and to obtain new customers that come constantly in recent years. In this study, the service quality that is received by the customers accommodate in Kütahya are analyzed. The customers were asked to evaluate the service quality in the timeshare vacation depending on their experience. They were requested to evaluate the personnel and organization in their perceived service quality and the effects of these elements on their pleasure were analyzed. It is expected that the present study will show way to timeshare vacation system organizations still under construction and to the other academic studies to be carried out. In the study, 305 customers were given a questionnaire and the findings were analyzed with SPSS for Windows Statistical Program.

Key Words: Timeshare, Perceived Service Quality, Tourism, Kütahya

1. GİRİŞ

Devre tatil sistemi ülkemizde 2000’li yıllardan itibaren hızlanmaya başlayan önemli bir sektör olmaya başlamıştır. Son yıllarda Türkiye’nin bir çok bölgesinde devre tatil ve devre mülk üzerine yapılar hızlı bir şekilde yapılmaya başlamıştır. Özellikler Ege bölgesindeki termal kaynakların da çokluğuna bağlı olarak devre tatil sistemi tüketiciler tarafından talep görmektedir.

Devre tatil sisteminin tüketiciler tarafından cazip hale gelme sebebi hem ekonomik olması hem de ikinci bir konut sahibi olarak birçok işle (elektrik, bakım-onarım vb.) uğraşılmamasıdır. Tatil değişim programlarıyla da birlikte tüketiciler tatillerini her sene sisteme bağlı çeşitli konaklama işletmelerinde ve çeşitli ülkelerde değerlendirmektedirler.

Kütahya ilinde şu anda bu sistemi uygulayan tek otel olmasına rağmen birkaç noktada yeni yatırımlar devam etmektedir. Zamanla şartları sağlayacak olan

diğer otellerinde sisteme girmesi kaçınılmazdır. Özellikle oda satışlarını tüm sezonlara yaymak isteyen oteller bu sisteme dâhil olmaktadır.

Hacıfendioğlu ve Koç (2009: 146) hizmet kalitesi açısından fast food sektöründe yaptıkları araştırmada hizmet kalitesinin tüm boyutlarında (deneyim, değer, güvenilirlik, yiyecek kalitesi) müşteri memnuniyetinin sağlanması durumunda müşteri bağlılığının artacağını ortaya koymuşlardır. Hizmet kalitesinin yüksek olması tekrar satın alma kararında etkili olduğunu vurgulamışlardır. Akbar vd.(2010: 113) Malezya’da otel müşterileri üzerinde yapmış oldukları çalışmada algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde dolaylı etkisinin olduğu ancak müşteri sadakati oluşturmada doğrudan etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Artuğer (2006: 109) yapmış olduğu araştırmada devre tatil sistemini satın alan müşterilerin sistem içerisinde düşük hizmet kalitesiyle karşı karşıya kaldıklarını ortaya koymuştur.

2. DEVRE TATİL SİSTEMİ

Türkçe ’deki karşılığı “zaman paylaşımı” olan “time sharing” bir hizmet ya da ürünün farklı zamanlarda kullanılması anlamına gelmektedir. Turizm sektöründe bir konaklama tesisindeki bir ünitenin belirlenen yıllarda ve farklı zamanlarda kullanılmasıdır. 1960’lı yıllarda İtalya’da bir İsviçreli işletme sahibinin fikir olarak ortaya atmasıyla başlamış ve 1967 yılında Fransa Alplerinde ilk devre paylaşım örnekleri görülmüştür (Yetimoğlu,2004: 365). Sistem daha sonra önce Avrupa daha sonra Amerika’da yaygınlaşmaya başlamıştır. Devre tatil sistemindeki gelişmelere paralel olarak tatil değişim programları ortaya çıkmıştır. Bu yeni yapı sayesinde devre tatil sahipleri, sahip oldukları devrenin haftalarını farklı destinasyonlardaki farklı konaklama işletmelerinde kullanma hakkına sahip oldular. Bu sistemin işlemesi için Amerika’da ilk olarak Resort Condominiums International (RCI) ve daha sonra Interval International (II) tatil değişim firmaları kurulmuştur. Bu sürecin devamında Amerika’da devre tatil sisteminin satışlarında ciddi bir artış yaşanmıştır (Artuğer,2006: 2).

Devre tatil sisteminin Türkiye’deki gelişimi 4 bölümde incelenmektedir. 1970 ile 1983 yılları arasında devlet politikalarıyla da desteklenmeye başlanan kooperatifçilik faaliyetlerinden faydalanamayan grupların yapılanmalarıdır. Bu yapılanmaya örnek olarak Soytaş şirketi verilebilir. 1983 ile 1990 yılları arasında Turizm Teşvik Kanunu’nun getirdiği sınırlamalara bağlı olarak devre mülk tapusu verilemediği için devre tatil sisteminin uygulanmaya başlamıştır.1990 ve 2003 yılları arası tatil değişim programı uygulayan RCI ve II (Interval International) gibi kuruluşlara

bağlı olarak kompleks tesislerin yapılması ve hızlı satış politikalarının uygulandığı dönemdir. 2003 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın çıkarmış olduğu Devre Tatil Sözleşmesi ile devre tatil sistemi Türkiye'de daha güvenli ve yaygın bir hal almaya başlamıştır. Halen yabancı ve yerli kuruluşlar tarafından devre tatil sistemi ülkemizde hızlı bir şekilde uygulanmakta ve devre tatil sahibi kişi sayısı artmaktadır (Selvi ve Ertuğer,2006: 122-123).

Devre tatil sisteminin temelini şu üç bölüm oluşturmaktadır: Sabit Hafta, Değişken hafta ve Puan Sistemi. Sabit hafta, devre tatil sahiplerinin her yıl aynı haftaları kullanması esasına dayanmaktadır. Devre tatil sisteminin en yaygın kullanılan şeklidir. Değişken haftada devre tatil müşterisi sabit haftada olduğu gibi belirli haftalara bağlı değildir. Sezon özelliklerine göre değişik haftaları kullanabilmektedir. Bu yılın herhangi bir haftasını ya da bir sezon içerisinde herhangi bir haftayı kapsayabilir. Puan sisteminde devre tatil sistem sahipleri konakları günler ya da hafta sonları için puanlar kazanmakta. Genellikle yüksek sezondaki hafta sonları en yüksek puanları getirmektedir. Tatil değişim programları içerisinde de yüksek sezonlarla değişimleri yapılmaktadır (Hovey,2002: 5).

3. ALGILANAN HİZMET KALİTESİ

Hizmet kalitesi müşteri beklentilerinin karşılanması ya da üzerine çıkılmasıdır. Müşterilerin kaliteyi algılaması önemlidir. Müşterinin kaliteyi algılamasında 3 önemli unsur ortaya çıkar. Bunlar müşteri hizmeti (hizmet deneyimi), müşteri algılamaları (beklenenden daha iyi, beklendiği gibi, beklenenden az) ve tatmin düzeyi (hoşnut, tatmin olmuş, tatmin olmamış) (Odabaşı,2004: 93). Hizmetin kendine has bazı özellikleri bulunmaktadır (Eleren ve Kılıç, 2007: 240) :

- Soyuttur: Hizmet fiziksel boyutu olmayan ve beş duyu organıyla algılanamayan ürünlerdir. Bir performans doğrultusunda ortaya çıkan faaliyetlerdir.
- Heterojenlik: Somut bir üründe standart sağlanabilir ancak hizmet üretiminde zaman ve kişiye göre değişkenlikler ortaya çıkabilir. Hizmeti alan kişinin daha önceki tecrübeleri ve algılamaları hizmetin performansını ve başarısını etkileyebilir.
- Eş zamanlılık: Sunulan hizmetler üretildikleri anda ve yerde tüketilir.
- Depolanmama: Hizmetler üretildikleri zamanda tüketilirler ve bundan dolayı depolanma ya da stoklanma yapılamaz

Parasuraman vd. (1985: 43) tüketiciler açısından servis kalitesinin ölçülmesinin ürün kalitesine göre daha zor olduğunu vurgulamıştır. Algılanan servis kalitesinin beklentiler ve algılamalar arasında derin bir boşluk olduğunu tartışmışlardır. Algılanan hizmet kalitesinin servis çıktıları ile servis sürecinin genel bir değerlendirmesi olduğunu vurgulamışlardır. Schiffman ve Kanuk (2000) aynı şekilde servis kalitesinin ürün kalitesine göre ölçümünün daha zor bir süreç olduğunu belirtmişlerdir. Algılanan hizmet kalitesinin diğer dış etmenlere göre hizmetin soyutluk, heterojenlik, eşzamanlılık ve depolanamam gibi karakteristik özellikleriyle ölçülebileceğini vurgulamışlardır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı Kütahya ilinde devre tatil sistemi kapsamında konaklama yapan müşterilerin aldıkları hizmet karşısındaki memnuniyet derecelerini ölçmektir. Araştırmada müşterilere aldıkları hizmeti değerlendirmelerine yönelik sorular sorulmuştur ve memnuniyet dereceleri ölçülmüştür.

5. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Araştırmada veriler anket tekniğiyle elde edilmiştir. Hazırlanan anket formu 2 bölümden ve 24 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ve devre tatil sahipliklerine yönelik 10 soru sorulmuştur. İkinci bölümde ise 5’li likert ölçeğine göre hazırlanmış olan algılanan hizmet kalitesine yönelik 14 soru sorulmuştur. Demografik özelliklere ilişkin sorular TÜİK verilerinden esinlenilmiştir. Devre tatil sistemine yönelik sorular Artuğer (2006) tarafından hazırlanan yüksek lisans tez çalışmasından, Selvi ve Artuğer (2006) Turizmde Devre Mülk-Devre Tatil kitabından esinlenerek hazırlanmıştır. Müşteri memnuniyetine yönelik sorular Güven (2007) doktora tez çalışmasından esinlenerek hazırlanmıştır.

SPSS 16.0 paket programı kullanılarak yapılan güvenilirlik analizi sonucunda bulunan Cronbach alfa değeri 0,871’dir. Bir ölçeğin güvenilir olabilmesi için hesaplanan alfa değerinin minimum 0,60 olması gerekmekte, 0,70’in üzerindeki değerler ise yüksek bir güvenilirlik olduğunu göstermektedir. Hesaplanan alfa değerinin 1 değerine çok yakın bir değer ulaşmış olması, ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

6. BULGULAR VE YORUM

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Sayı	Yüzde %
Cinsiyet		
Bay	235	77
Bayan	70	23
Toplam	305	100
Yaş		
20-30	16	5,3
31-40	87	28,5
41-50	84	27,5
51 ve üzeri	118	38,7
Toplam	305	100
Medeni Durum		
Evli	295	96,7
Bekar	3	1
Dul/Boşanmış	7	2,3
Toplam	305	100
Eğitim Durumu		
Okuryazar Değil	6	2
İlkokul	13	4,2
Ortaöğretim ve Lise	245	80,1
Yüksekokul/Lisansüstü	41	13,5
Meslek		
Ücretli Bir İşte Çalışıyor	173	56,7
Emekli	47	15,4
Kendi İşini Var	57	18,7
Ev Kadını	19	6,2
İşini Yok, İş Arıyor	9	3
Toplam	305	100
Gelir		
1000-2000	20	6,6
2001-3000	94	30,8
3001-4000	143	46,9
4001 ve üzeri	48	15,7
Toplam	305	100
Sahip Olunan Çocuk Sayısı		
1	92	30,5
2	126	41,3
3 ve üzeri	18	5,9
Çocuk Sahibi Değil	69	22,6
Toplam	305	100
Süre		
3-5 yıl	20	6,6
6-8 yıl	153	50,1
9 yıl ve üzeri	132	43,3
Toplam	305	100
Kullanım Şekli		
Haftalık	219	71,8
15 günlük	86	28,2
Toplam	305	100
Satın Alma Şekli		
Şirket Tanıtım Yoluyla	265	86,9
Bir Önceki Kullanıcıdan	37	12,1
Miras/Hediye Yoluyla	3	1
Toplam	305	100

Tablo 1 incelendiği zaman katılımcıların %77'sinin Bay ve %33'ünün bayan olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %38,7 oranında 51 yaş ve üzeri oldukları, %96,7'lik kısmının evli olduğu, %80,1'inin ortaöğretim ve lise mezunu olduğu, %56,7'sinin ücretli bir işte çalıştığı, %46,9'unun 3001-4000 TL aile içi gelirinin olduğu, %41,3'ünün 2 çocuk sahibi olduğu, %50,1'inin 6-8 yıllık devre tatil sahibi olduğu, %71,8'inin haftalık devreye sahip olduğu ve %86,9'unun devre tatilini şirketlerin tanıtım yoluyla satın aldığı görülmektedir.

Tablo 2: Faktör Analizi Sonuçları

	Component				
	1	2	3	4	5
Soru12	,790				
Soru13	,739				
Soru14	,605				
Soru1		,798			
Soru2		,709			
Soru3		,676			
Soru4		,657			
Soru7			,802		
Soru8			,784		
Soru9			,681		
Soru5				,871	
Soru6	,421			,620	
Soru10					,890
Soru11	,525				,646

Yapılan faktör analizi sonucunda ölçekteki tüm maddelerin 5 faktöre yüklenedikleri, faktör yükü taban değerinin 0,6'm üzerinde olduğu görülmektedir. 6. Ve 11. Maddelerin 2 faktöre yüklenmiştir ve faktör değerleri arasındaki fark 0,10'un altında olduğundan bu maddeler ölçekten çıkarılmamıştır ve en yüksek değer aldığı faktörlere yüklenmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Algılanan Hizmet Kalitesine Yönelik Değerlendirmeleri

ALGILANAN HİZMET KALİTESİ					
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Yanıt Verme					
Tesislerde çalışanlar müşterilere hızlı hizmet sunar	9	11	70	129	86
Oran %	3,0	3,5	23,0	42,3	28,2
Tesislerde çalışanlar müşterilere yardım etmekte gönüllüdür	5	4	34	122	140
Oran %	1,6	1,3	11,2	40,0	45,9
Tesislerde çalışanlar müşterilere karşı naziktir	1	8	3	141	152
Oran %	0,3	2,6	1,0	46,2	49,9
Tesislerde çalışanlar müşterilerin sorunlarını cevaplamada yeterli bilgiye sahiptir	7	3	43	135	117
Oran %	2,3	1,0	14,1	44,3	38,3
Somutluluk					
Devre tatil sistemindeki tesisler konforlu ve temizdir	1	21	42	134	107
Oran %	0,3	6,9	13,8	43,9	35,1
Devre tatil sistemindeki tesisler güvenli ve sessizdir	6	5	17	113	164
Oran %	2,0	1,6	5,6	37,0	53,8
Güvenilirlik					
Tesisler verdiği sözleri yerine getirir	3	22	46	122	112
Oran %	1,0	7,2	15,1	40,0	36,7
Tesislerde çalışanların davranışı müşterilere güven aşılır	5	23	49	160	68
Oran %	1,6	7,5	16,1	52,5	22,3
Tesislerden faydalanan müşterileri kendilerini emniyette hisseder	8	11	28	152	106
Oran %	2,6	3,6	9,2	49,9	34,8
İtimat					
Tesislerde giriş ve çıkış prosedürleri hızlıdır	7	7	41	71	179
Oran %	2,3	2,3	13,4	23,3	58,7
Tesislerde personelin düzgün ve temiz üniformaları vardır	4	12	2	151	136
Oran %	1,3	3,9	0,7	49,5	44,6
Empati					
Tesislerdeki personel müşterilere kişisel dikkat gösterir	4	5	62	115	119
Oran %	1,3	1,6	20,3	37,8	39,0
Tesislerdeki personel bireysel taleplere karşı ilgilidir	2	5	18	179	101
Oran %	0,7	1,6	5,9	58,7	33,1
Tesislerdeki personel müşterilerin zevklerini dikkate alır	9	6	64	102	124
Oran %	3,0	2,0	21,0	33,4	40,6

Tablo 2 incelendiğinde tesislerde devre tatil sistemi kapsamında kalan müşterilerin algılanan hizmet kalitesi noktasındaki genel memnuniyetleri dikkat çekmektedir.

Devre tatil sistemi içerisinde hizmet kalitesinin yüksek çıkması sistemin doğru ve düzenli işlediğinin önemli göstergelerinden birisidir.

Müşterilerin otel personelinin hizmetlerinden beklentileri incelendiğinde; müşteriye hızlı hizmet sunma %42,3 katılıyorum, yardım etmede gönüllü olma %45,9 kesinlikle katılıyorum, müşterilere nazik olma %49,9 kesinlikle katılıyorum, müşteri sorunlarında yeterli bilgiye sahip olma %44,3 katılıyorum cevapları öne çıkmaktadır. Devre tatil sistemi içerisinde çalışan personele yönelik müşterilerin algılamalarının yüksek olması, personelin devre tatil kapsamında kalan müşterileri otel müşterisi gibi ağırladıklarını göstermektedir.

Devre tatil sisteminde konaklayan müşterilerin sistem dâhilindeki tesislerle ilgili olarak tesislerin konforlu ve temiz olması açısından %43,9 katılıyorum, güvenli ve sessiz olması açısından %53,8 kesinlikle katılıyorum cevabı vermişlerdir. Bu noktada devre tatil ünitelerinin Kütahya ilinde otel üniteleri gibi konforlu ve rahat olduğu ortaya çıkmıştır.

Müşterilerin tesisleri güvenilirlik bakımından değerlendirmeleri incelendiğinde; tesisin verdiği sözleri yerine getirmesine %40,0 katılıyorum, tesis çalışanlarının müşterilere güven aşılması %52,5 katılıyorum, müşteriler kendilerini tesis içerisinde emniyette hisseder %49,9 katılıyorum cevaplarını vermişlerdir. Devre tatil ünitelerinde kalan müşteriler otel içerisinde kendilerini güvende ve rahat hissetmektedirler.

Müşterilerin tesislere giriş ve çıkış işlemlerinin hızlı bir şekilde yapıldığı (kesinlikle katılıyorum %58,7) olarak görülmektedir. Tesis personelinin düzgün ve temiz üniformaları ile hizmet sundukları (katılıyorum %49,5) tablo 2’de görülmektedir.

Personelin devre tatil müşterisine kişisel dikkat göstermekte (kesinlikle katılıyorum %39,0), personel müşterilerin bireysel talepleriyle ilgilenmekte (katılıyorum %57,8) ve personel müşterilerin kişisel zevklerine yönelik dikkatli davranmaktadır (kesinlikle katılıyorum %40,6). Otel çalışanlarının devre tatil ünitelerinde kalan müşterileri otel müşteri kadar önemsedikleri görülmektedir.

Yaş Gruplarına Göre Anova Testi Sonuçları:

Gruplar arası farklılıkların kontrolüne yönelik olarak yapılan Anova Testi sonucunda:

- Tesislerde çalışanların müşterilere karşı nazik olması konusunda 20-30 yaş grubu ile 51 yaş ve üzeri grup arasında anlamlı farklılıkların olduğu ortaya çıkmıştır. Veriler incelendiğinde 51 yaş ve üzeri grubun

algılanan hizmet kalitesinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

- Tesislerde çalışanların müşterilerin sorunlarını çözmede yeterli bilgiye sahip olduğu konusunda 20-30 yaş grubu ile diğer gruplar arasında anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. Veriler incelendiğinde 20-30 yaş grubunun hizmet algılamasında diğer gruplara göre daha az memnun olduğu ve beklentilerinin daha yüksek olmasıyla ilgili olduğu görülmüştür.
- Tesislerin güvenli ve sessiz olmasıyla ilgili 20-30 yaş grubu ile diğer gruplar arasında anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. Genç grubun daha çok eğlenceye yönelik aktivite beklentisinin daha yüksek olduğu görülmektedir.
- Tesislerde giriş ve çıkış işlemlerinin hızlı olması konusunda 20-30 yaş grubu ile diğer gruplar arasında anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. 20-30 yaş grubunun tesislere giriş işlemlerinde diğer gruplara göre daha az memnun oldukları ve işlemlerin daha hızlı yapılmasını bekledikleri görülmektedir.
- Tesislerdeki personel bireysel taleplere karşı ilgilidir sorusunda 20-30 yaş grubu ile 41-50 grubu ile 51 ve üzeri grup arasında anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. 20-30 yaş grubunun personel beklentilerindeki beklentilerinin diğer gruplara göre daha az olduğu ortaya çıkmaktadır.

Eğitim Gruplarına Göre Anova Testi Sonuçları:

- Tesislerde çalışanlar müşterilere hızlı hizmet sunar sorusunda ilkökul mezunları ile okuryazar olmayanlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Gelir Durumuna Göre Anova Testi Sonuçları :

- Devre tatil sistemindeki tesisler güvenli ve sessizdir sorusunda 4001 ve üzeri gelire sahip olanlar ile 1000-2000 TL gelire sahip olanlar arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. 4001 TL ve üzeri ücrete sahip olan müşterilerin tesislerden beklentilerinin daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Devre tatil sistemine son yıllarda birçok otel katılmıştır. Özellikle otellerin ölü sezonlarını canlandırmak ve müşteri taleplerini 12 aya yaymak açısından bakıldığı zaman sistem bu sorunlara yanıt vermektedir.

Araştırmanın yapıldığı Emet Termal Resort and Spa. Otel 2012 yılını %76 doluluk ile geçmiş ve bunun içerisindeki %54'lük kısmın devre tatil sisteminde kaldığı düşünülürse oteller için sistem avantaj sağlamaktadır. Kütahya'nın diğer termal bölgelerinde de şu anda devre tatil ve devre mülk sistemi kapsamında tesisler yapılmaktadır.

Artuğer (2006) devre tatil sistemi üzerine Bodrum yöresinde yapmış olduğu çalışmada müşterilerin düşük hizmet kalitesi aldıklarını ortaya koymuştur. Kütahya ilinde yapılan bu çalışmada hizmet kalitesinin yüksek çıkması geçen yıllarda devre tatil sisteminde hizmet kalitesinin yükseldiği ve müşterilerin de beklentilerinde artış olduğunu göstermektedir.

Devre tatil sisteminde konaklama yapan müşteriler genellikle her şey dâhil sisteminden faydalanmamakta ve otel içerisinde ayrı bir tesiste kalmaktadırlar. Ayrı bir tesisi bulunmayan işletmeler otel içerisinde konaklatma yaptırmaktadırlar. Bu noktada algılanan hizmet kalitesi müşteriler açısından önemlidir. Otel müşterisinden farklı olarak hizmet alan müşterilerin algılamaları araştırmamız açısından önemli bir noktadır.

Araştırmaya katılan müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesi tüm unsurlar için yüksek çıkmıştır. Otel içerisinde ayrı bir tesiste kalmalarına rağmen tesislerin konforu ve temizliği açısından (%43,9 katılıyorum) ile sessiz ve güvenli olması açısından (%53,8 kesinlikle katılıyorum) yüksek çıkmıştır. Bu da devre tatil sistemini uygulayan otelin otel müşterisi ile devre tatil müşterisini farklı görmediğini ve aynı hizmet kalitesini sunmaya çalıştığını göstermektedir.

Tesislerde çalışan personelin devre tatil sistemi kapsamında kalan müşterilere otel müşteri gibi aynı dikkatle ve hassasiyetle yaklaştığı araştırmanın diğer önemli bir bulgusudur. Personel müşterilere kişisel dikkat gösterir (%39 kesinlikle katılıyorum), bireysel taleplere karşı ilgililer (%58,7 katılıyorum) ve personel müşterilerin zevklerini dikkate alır (%40,6 kesinlikle katılıyorum).

Araştırmanın ileriki yıllarda tesis sayısının da artmasıyla birlikte tekrarlanması ve hizmetin diğer unsurları açısından ele alınması önemli olacaktır. Aynı şekilde devre tatil sisteminin de ileriki yıllarda yeniden Kütahya açısından değerlendirilmesi gerekmektedir. Yapılan bu çalışmanın ileriki yıllarda yapılacak olan çalışmalar için bir yol göstericeği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbar, S., Som, A.P.M., Wadood, F. Ve Alzaidiyeen, N.J. (2010) Revitalization of Sevice Quality to Gain Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business and Management*. Vol 5 No:6 113-122
- Artuğer, S. (2006), *Turistik Bir Ürün Olarak Devre Mülk ve Devre Tatil Sistemlerinin Turizm Endüstrisi Açısından Değerlendirilmesi (Bodrum Yöresinde Bir Uygulama)*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eleren, A. ve Kılıç, B. (2007). Turizm Sektöründe Serqual Analizi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi* (C.IX, S.1, 2007) 235-263
- Güven, Ö.Z. (2007). *İlişkisel Pazarlama Ekseninde Otel İşletmelerinde Müşteri Bağlılığının Öncel ve Sonuçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Model Geliştirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya
- Hacıfendioğlu, Ş. ve Koç Ü. (2009). Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast Food Sektöründe Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (18) 2009/2 146-167
- Hovey, M. (2002). "Is Timeshare Ownership an Investment Product?" *Journal of Financial Services Marketing* (2002) 7, 141-160
- Odabaşı, Y. (2004). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. Sistem Yayıncılık, 4.Baskı, Nisan 2004, İstanbul.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *J. Mark.* 49(4): 41-50.
- Schiffman LG, Kanuk LZ (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Prentice Hall, New York.
- Selvi, M. S. ve Artuğer, S., (2006), *Turizmde Devre Mülk-Devre Tatil*, Detay Yayıncılık, 1.Baskı, Ankara.
- Yetimoğlu, U. (2004), "Devreli Tatil Sistemleri ve Tüketici Hukuku" *TBB Dergisi*, Sayı 55 ss.364-382