

Otel İşletmelerinde Çalışan Personelin İletişim Yeterlilik Düzeyi: Gaziantep Bölgesinde Bir Araştırma¹

Communication Sufficiency Level of the Hotel Staff: A Research in
Gaziantep Region

Atınç OLCAY

Gaziantep Üniversitesi
Turizm ve Otelcilik Meslek
Yüksekokulu,
Gaziantep, Türkiye
olcay@gantep.edu.tr

İbrahim GİRİTLİOĞLU

Gaziantep Üniversitesi
Turizm ve Otelcilik Meslek
Yüksekokulu,
Gaziantep, Türkiye
ibrahim_giritlioglu@hotmail.com

Esra ÇIKMAZ

Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü,
İşletme Anabilim Dalı,
Gaziantep, Türkiye
esra9824@gmail.com

Özet

Otel işletmelerinde müşterilere sunulan ürün ve hizmetlerde memnuniyetin sağlanması, kar oranlarını artıran uygulamaların başında gelmektedir. Otel işletmelerinde personelin müşterilerle olan karşılıklı iletişiminin yeterlilik düzeyi ise, müşteri memnuniyetinin sağlanmasına neden olan en önemli uygulamalardan birisini oluşturur. Yapılan bu araştırmanın amacı; Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyinin yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip müşteriler tarafından değerlendirilmesi ve müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamalarında sahip olduğu ‘cinsiyet’, ‘yükseköğretim eğitim düzeyi’ ve ‘mesleğe’ göre herhangi bir farklılık gösterip göstermediğinin ortaya konulmasıdır. Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren 7 otelde konaklayan 400 müşteri üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmanın sonucunda, otellerde görev yapan personelin müşterilerle olan iletişim yeterlilik düzeyinin genel olarak iyi olduğu tespit edilirken, müşterilerin personelin iletişim yeterliliklerini algılamasında ‘cinsiyet’ ve ‘yükseköğretim eğitim düzeyinin’ herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Öte yandan müşterilerin sahip olduğu “mesleğin”, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamasına etki eden önemli bir unsur olduğu, yapılan bu çalışmada ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, İletişim, Pazarlama, Gaziantep, Turizm

Abstract

To attain customer satisfaction at the offered product and services to customers are leading activity which increase profit rates in hotel enterprises. The level of

¹ Bu çalışma, “Otel İşletmelerinde Çalışan Personelin Sahip Olduğu İletişim Becerisinin Yükseköğretim Mezunu Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Gaziantep’te Bir Uygulama” başlıklı Yüksek Lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

employees' communication competence with customers is one of the important activity which cause customer satisfaction at hotel prises. The aim of this study was to evaluate hotel employees communication competence by the hotel customers who have gotton higher education and also to identify whether do customers' gender higher education level and occupation any effect of the evaluation of employees level of communication competence. To perform of this aim, the questionnaire form was filled out to 400 hotel customers who stayed at 7 different hotels at Gaziantep region. According to the result, the communication competence level of employees was found as good, while customers gender and higher education level did not have any effect to evaluate employees level of communication competence at the hotel enterprises. However, It was found that customers' occupation was an effect to evaluate employees level of communication competence by the hotel customers²

Key words: Hotel enterprises, Communication, Marketing, Gaziantep, Tourism

1. Giriş

Günümüzde sanayileşmenin hızlı bir şekilde gelişmesi, globalleşme eğilimleri, uluslararası sınırları ortadan kaldırmış ve bu durum da tüm sektörler açısından yıkıcı bir rekabet ortamının oluşmasına olanak sağlamıştır (Farrell, vd, 2001; Brady vd, 2002). Yaşanan bu yıkıcı rekabet, diğer sektörlerle birlikte otelcilik sektörünü de önemli oranda etkilemiştir. Dolayısıyla günümüz otellerinin ayakta kalabilmesi, hizmet sunduğu müşterilere kaliteli ürün ve hizmetleri sunmasıyla söz konusu olabilmektedir (Fowdar, 2007; İkiz ve Masoudi, 2008). Dünya genelinde yaşanan son gelişmeler otel işletmelerini, müşteri memnuniyetini sağlayarak rekabet avantajı elde edebilmek için, müşteriler üzerinde yoğun pazarlama stratejilerini kullanmaya zorlamaktadır. Zira günümüz bilgi çağında müşterileri etkilemek, üretilen ürün ve hizmetleri çeşitli gelişmiş yöntemlerle sunmak ve müşterilerin işletmeye olan sadakatini arttırmak, oteller tarafından uygulanması gereken pazarlama stratejilerinin başında yer almaktadır (Eccless ve Durand, 1997; Akbaba, 2006; Hsieh vd, 2008; Kim vd, 2009).

Otel işletmelerinde üretilen ürün ve hizmetlerin arzu edilen kalitede müşterilere sunulmasında insan faktörü son derece önemlidir (Özkul, 2007). Otel işletmelerinde, gerek ürün ve hizmetlerin üretimi gerekse sunumu aşamasında personelle müşteriler arasında yaşanan iletişimin boyutu, o ürün veya hizmetin müşteri nezdindeki kalite algılamasına etki etmektedir (Olalı ve Korzay, 2004; Cıkımaz, 2013). Ürün ve hizmetlerin kalite algılamasında hizmet sunan personelin iletişim yeterlilik düzeyi, bir müşterinin sunulan hizmetten memnun olmasına önemli derecede etki ederken bu durum, hizmet sunumunda yaşanabilecek olası hizmet hatalarını da bertaraf edebilmektedir. Bu nedenle otel personelinin sahip olduğu iletişim yeterlilik düzeyinin müşteri memnuniyetine ve dolayısıyla otel işletmelerinin kârlılık oranlarına önemli etkisi bulunmaktadır (Sigala, 2003; Heung ve Lam, 2003).

Yapılan bu çalışmanın amacı, Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyinin, otellerde konaklayan müşteriler tarafından değerlendirilmesidir. Bu çalışma kapsamında cevap aranacak sorular ise şunlardır;

*Bu çalışma, "Otel İşletmelerinde Çalışan Personelin Sahip Olduğu İletişim Becerisinin Yükseköğretim Mezunu Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Gaziantep'te Bir Uygulama" başlıklı Yüksek Lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

- Gaziantep bölgesindeki otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyini yükseköğretim mezunu müşteriler nasıl algılamaktadır?
- Gaziantep bölgesindeki otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyini algılamada yükseköğretim mezunu müşterilerin cinsiyeti herhangi bir etkiye sahip midir?
- Gaziantep bölgesindeki otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyini algılamada müşterilerin sahip olduğu yükseköğretim eğitim düzeyi herhangi bir etkiye sahip midir?
- Gaziantep bölgesindeki otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyini algılamada yükseköğretim mezunu müşterilerin sahip olduğu meslek herhangi bir etkiye sahip midir?

2. Literatür Bilgisi

Günümüzde teknolojik ve sosyal gelişmelerle birlikte yaşanan değişim, sosyal bilimlerdeki bir çok kavramda olduğu gibi, iletişim kavramının da farklı içerikte tanımlanmasına neden olmuştur. Yapılan bir tanıma göre iletişim ‘bireyler arasında bilgi alıp vermek amacıyla gerçekleştirilen süreç’ şeklinde tanımlanırken, diğer bir tanım da iletişimi ‘bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci şeklinde açıklamaktadır (Dökmen, 1998: 19). Yine başka bir tanıma göre iletişim; ‘bilginin, fikirlerin, duyguların ve becerilerin simgeler kullanılarak bireylerden bireylere aktarılması’ şeklinde tanımlanmaktadır (Mutlu, 1994: 98). İletişim; duygu, düşünce ve bilgilerin çeşitli araçlarla kaynaktan hedefe iletilme işlemi olup bu işlem, toplumun temelini oluşturan bir sistem, örgütsel yapının düzenini sağlayan bir araç ve sosyal uyumun sağlanabilmesi için gerekli bir unsurdur (Sabuncuoğlu, 1982: 160). İletişim toplum içindeki sosyal kuralları, normları ve ikili ilişkileri belirleyen bir eylem bütünü olmasıyla, günümüz sosyal hayatın işleyiş ve huzurunu etkileyen, çok sayıda sıkıntı ve problemin bertaraf edilmesine neden olan önemli bir kavramdır (Akın, 1998: 32-33; Karabey ve Karcioğlu, 2008: 26-27).

İletişim kavramı, sosyal hayatta olduğu kadar günümüz işletmeleri açısından da son derece önemli bir unsurdur (Callan, 1997; Sigala, 2003). Günümüzde çok sayıda işletme ticari piyasaya girerek, üretmiş olduğu ürün ve hizmetleri müşterilerine sunmaktadır. Bu sunum esnasında işletmelerin, müşterilere sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin içeriği kadar, hedef kitleyle iletişimi ve bu iletişim sürecindeki başarısı, onun iş potansiyelini daha çok artırmasına neden olmaktadır (CıkmaZ, 2013: 33). Buna göre iletişim, günümüz işletmeleri tarafından reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış ve enformasyon gibi çok çeşitli kanallarla gerçekleştirilebilecek önemli bir kavram olup, bu kavramın başarı düzeyi, işletmelerin mal ve hizmetlerini arzu edilen seviyede satışını sağlamaktadır (Avcıkurt, 2010: 6).

İşletmelerin ürün ve hizmet sunumunda, personel arasında iletişimin yeterli düzeyde olması, ürün veya hizmetin daha düşük maliyetlerle arzu edilen şekilde üretilmesine olanak sağlarken, bu süreçte, personel arasında yaşanan iletişimin yetersiz olması ise, üretilen ürün ve hizmetlerde hataların ortaya çıkmasına ve dolayısıyla müşteri memnuniyetsizliğinin yaşanmasına neden olmaktadır (Hall, 1977:266). İşletmelerde iletişim yeterlilik düzeyinin başarılı olması gereken diğer bir durum ise ürün ve hizmet üreten personel ile müşteriler arasındaki iletişim yeterlilik düzeyidir. İşletmelerde görev yapan personel, ürün ve hizmetlerin sunumunda müşteri ile sürekli

iletişim halinde olduğundan, personelin iletişim yeterlilik düzeyi müşterilerin alıp, yararlandığı ürün ve hizmetlerden memnun olmasına etki etmektedir. (Çıkmaz, 2013: 34).

Otel işletmeleri, turistlerin geçici konaklama, yeme-içme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılayan ve hizmet türü olarak kişisel hizmet sunan işletmelerdir (Olalı ve Korzay, 2004:26). Otel işletmelerinde çok sayıda kişisel hizmetin sunulması, bu işletmelerde emek-yoğun kullanımına neden olmaktadır (Riley, 1991:73). Öte yandan bu işletmelerde müşterilere sunulan hizmetlerin çoğu, insanların psikolojik ve sosyolojik gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik olduğundan, otellerden hizmet alan müşterilerin sunulan hizmetlerden memnun olması son derece önemlidir (Barutçugil, 1984:133). Otel işletmelerinde çalışan personelin büyük bir kısmı, müşteriler ile sürekli doğrudan temas halindedir (Ağaoğlu, 1992: 64). Bu nedenle otel personelinin hizmet üretim ve sunumunda müşteriyle olan iletişim yeterlilik düzeyi, hizmetlerin müşterilere daha iyi bir şekilde sunulmasına neden olmakta ve bu da müşterilerin hizmetlerden memnun olmasını sağlamaktadır (Barsky, Frame ve Mcdougal, 2004: 24). Yapılan araştırmalar, otel işletmelerinde sunulan hizmetlerden memnun olan müşterilerin daha fazla ve yüksek fiyattan hizmeti satın alma isteği, işletmeden tekrar satın alma davranışı ve işletmeyi tekrar ziyaret etme davranışları gibi olumlu eğilimlere sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Douglas ve Connor, 2003; Nadiri ve Hussain, 2005; Shi ve Su, 2007).

İlgili yazında otel işletmelerinde iletişim üzerine yapılan araştırmaların genellikle otel yönetiminin personelle olan iletişim düzeyinin personelin veya örgütün iş verimliliğine olan etkisine odaklandığı görülmüş (Brownell, 1992; Beverly vd., 1997; Erol, 2006; Erkuş ve Günlü, 2009); otellerden hizmet alan müşterilerin personelin iletişim yeterliliğini değerlendirme konusunun ise oldukça sınırlı olduğu tespit edilmiştir (bkz: Çıkmaz, 2013).

Brownell (1992) yaptığı araştırmada otel yöneticilerinin iletişim tarzının personelin verimliliği üzerinde etkili olduğu sonucunu tespit ederken, Beverly vd.(1997) ise personel güçlendirme ve yönetsel iletişimin personellerin müşteri memnuniyeti sağlamasında önemli etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Erol (2006) Ankara’da otel yöneticilerinin gözüyle sahip oldukları örgütlerin iletişim düzeyini incelemiştir. Araştırmanın sonucunda otel işletme yöneticileri otellerindeki örgüt içi iletişimi genel olarak olumlu gördükleri sonucunu tespit etmiştir. Erkuş ve Günlü (2009) İzmir’deki otel işletmelerinde iletişim tarzı ve sözsüz iletişimin personelin iş tatminine olan etkisini incelemiştir. Araştırmanın sonucunda otel işletmelerindeki iletişim tarzı ve sözsüz iletişimin personelin iş tatminine önemli düzeyde etkisi olduğu sonucunu tespit etmişlerdir. İlgili yazında bu konu üzerine yapılan önceki araştırmalardan görüldüğü üzere otellerde personelin iletişim yeterliliğinin müşteri gözünden değerlendirme konusunda hala bir eksiklik söz konusudur. Bu eksiklik göz önünde bulundurulduğunda, yapılan bu araştırmanın hem otelcilik hem de pazarlama alanına önemli katkısının olacağı düşünülmektedir.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacını, Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyinin yükseköğretim mezunu müşteriler tarafından değerlendirilmesi ve müşterilerin otel personelinin iletişim

yeterlilik düzeyini algılamasında sahip olduğu ‘cinsiyetin’, ‘yükseköğretim eğitim düzeyinin’ ve ‘icra ettiği mesleğin’ herhangi bir etkiye sahip olup olmadığının ortaya konulması oluşturmaktadır.

3.2. Anket Formunun İçeriği ve Uygulanması

Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunda yer alan sorular yazında daha önce yapılan ve yönetimin personelle olan iletişim yeterlilik düzeyini konu alan araştırmalardan (Sigala, 2003; Bakan ve Büyükbeşe, 2004; Erol, 2006; Yıldız, 2006; Erkuş ve Günlü, 2009;) da yararlanmak suretiyle araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Veri elde etmede kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde, müşterilerin otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyi algılamalarını tespit etmeye yönelik 42 soru sorulmuş ve soruların cevaplanmasında 1-“Kesinlikle Katılmıyorum” ile 5-“Kesinlikle Katılıyorum” arasında değişen bir cevaplama hakkı tanınmıştır. Anket formunun ikinci bölümünde müşterilerin cinsiyet, yaş, yükseköğretim eğitim düzeyi gibi demografik özellikleri tespit etmeye yönelik üç soru sorulmuş ve bu sorularda müşterilerin kendine uygun olan maddeyi seçmesi sağlanmıştır.

Geliştirilen anket formu, hedef kitleye uygulanmadan önce Gaziantep bölgesindeki otellerde konaklama yapan yüz müşteri üzerinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sürecinde hedef kitleden gelen tüm öneriler göz önünde bulundurularak anket formu hedef kitlenin önerileri doğrultusunda yeniden yapılandırılmıştır. Yapılandırılan anket formu, 2013 yılının Nisan ve Mayıs aylarında Gaziantep’te faaliyet gösteren 7 otelde konaklayan 414 müşteri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Anket formları elde edildikten sonra araştırmacılar tarafından kontrol edilmiş ve yapılan kontrol esnasında 9 formun eksik, 5 formun ise müşteriler tarafından hatalı doldurulduğu gözlemlenerek, bu formlar araştırmanın dışında tutulmuştur. Araştırma kapsamına dahil edilen anket sayısı 400 olup, verilerin analizinde SPSS 16.0 istatistik paket programından yararlanılmıştır.

3.3. Evren ve Örneklem

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür. Her araştırmanın kendine özgü bir evreni olup araştırmanın evreni, araştırmanın amacına uygun olarak çeşitli değişken ve özelliklere göre sınıflandırılmaktadır (Karasar, 2004: 109-110). Yapılan bu araştırmanın evrenini Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde Nisan ve Mayıs aylarında konaklama yapan ve yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip yerli müşteriler oluşturmaktadır. Gaziantep il Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre her iki ayda konaklama yapan yerli müşteri sayısı 46000’dir (Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013).

Örneklem evrenden seçilen ve evreni temsil eden daha az sayıda birimin oluşturduğu topluluktur (Sipahi ve diğerleri, 2006:4). Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmaların çoğunda, araştırma verileri örneklem üzerinde yapılarak elde edilen sonuçlar ilgili evrene genellenmektedir (Karasar, 2004: 111).

Bu araştırmanın örneklemini ise Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde konaklayan ve yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip 400 müşteri oluşturmaktadır. Evreni temsil eden örneklem sayısının kaç olması gerektiğine yönelik yapılan bazı araştırmalar, bu büyüklükteki bir evren için kabul edilebilir örneklem sayısının 387 olduğunu belirtmektedir (Altunışık vd, 2004; Altunışık vd, 2007).

Araştırmalar tarafından tespit edilen bu bilgi göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmada elde edilen örneklem sayısının araştırma evrenini temsil etme yeteneğine sahip olduğu söylenebilir.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotezler; bir araştırmada literatür taraması yapıp, araştırma sorusu tanımlandıktan sonra geliştirilen ve araştırmayı sonuca götüren yol gösterici ifadelerdir. Hipotezler, araştırılan konuyla ilgili olarak öne sürülen ve doğruluğu ortaya konulmamış ifadeler olup bu ifadeler, araştırma probleminin cevabına ilişkin bilgilere dayanmaktadır (Yüksel ve Yüksel, 2004: 36). Yapılan bu araştırmada, ortaya konulan ilişkileri test etmek amacıyla geliştirilen ve test edilecek hipotezler ise şunlardır;

H₁: Yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterliliklerini algılama düzeyi genel olarak olumludur.

H₂: Yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik algısı ile sahip olduğu cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₃: Yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik algısı ile sahip olduğu yükseköğretim eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₄: Yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik algısı ile sahip olduğu meslek arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulgular kısmı üç alt başlıkta incelenmektedir. Bulgular bölümünün ilk alt başlığında, araştırmaya katılan müşterilerin demografik özellikleri ortaya konulmuştur. Bulgular bölümünün ikinci alt başlığında, Gaziantep bölgesindeki otellerde görev yapan personelin iletişim yeterliliklerinin müşteriler tarafından algılanma düzeyine yönelik bulgulara yer verilmiştir. Bulgular bölümünün üçüncü alt başlığında ise, yükseköğretim mezunu müşterilerin, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamasında sahip olduğu; cinsiyet, yükseköğretim eğitim düzeyi ve icra ettiği mesleğin, herhangi bir etkiye sahip olup olmadığına yönelik bulgular, 'diğer bulgular' başlığı altında ortaya konulmuştur.

4.1. Müşterilere Yönelik Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan müşterilere yönelik demografik bulgular Tablo.1'de verilmiştir. İlgili tabloya göre müşterilerin %51,2'si erkek, %48,8'i kadındır. Yükseköğretim mezunu müşterilerin, yükseköğretim seviyesinde eğitim düzeyleri incelendiğinde, müşterilerin % 35'inin yüksek lisans ve doktora eğitimine sahip olduğu tespit edilirken, % 32,5'inin lisans, % 32,5'inin ise önlisans eğitimine sahip olduğu görülmektedir. Gaziantep bölgesindeki otellerde konaklayan müşterilerin % 35'inin kamuda görev yapan personel olduğu tespit edilirken, % 25,8'inin kamuda yönetici, % 23,2'sinin ise özel sektör çalışanı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: Msterilerin Demografik zellikleri

| Cinsiyet | n | % |
|------------------------------|------------|--------------|
| Erkek | 205 | 51,2 |
| Kadın | 195 | 48,8 |
| Toplam | 400 | 100,0 |
| Eğitim Durumu | n | % |
| nlisans | 130 | 32,5 |
| Lisans | 130 | 32,5 |
| Yüksek lisans ve Doktora | 140 | 35,0 |
| Toplam | 400 | 100 |
| Mesleki Durum | n | % |
| zelde işveren veya yönetici | 28 | 7,00 |
| zelde alışan | 93 | 23,2 |
| Kamuda yönetici | 103 | 25,8 |
| Kamuda Personel | 140 | 35,0 |
| Diğer | 36 | 9,00 |
| Toplam | 400 | 100 |

4.2. Msterilerin Otel Personelinin İletişim Yeterlilik Algılarına İlişkin Bulgular

Bulgular bölümünün bu alt başlığında, msterilerin otellerde çalışan personelin iletişim yeterlilik algılarına yönelik düşünceleri ortaya konulmuştur. Msterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyine yönelik algılarının tespit edilebilmesi için geliştirilen sorular, analiz edilmeden önce güvenilirlik analizine tabii tutulmuştur. Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda veri toplamak amacıyla geliştirilen lme aracını oluşturan ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla yapılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2005:258). Verilere uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda soruların tamamının Cronbach Alfa değeri 0,94 olarak hesaplanmış ve elde edilen bu değerin, veri elde etmede kullanılan lğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır (bknz: zdamar, 1999; Altunışık vd, 2004; Pallant, 2007;).

Yükseköğretim mezunu msterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeylerine yönelik algılarını gösteren bulgular Tablo 2’de verilmiştir. İlgili tabloya göre, yükseköğretim mezunu msteriler, kendilerine yöneltilen 42 sorunun tamamına "katılıyorum" derecesine yönelik ağırlıklı yanıt verdikleri grlmştur. Dolayısıyla, yükseköğretim mezunu msterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeylerini algılamaları genel olarak olumlu olduğu söylenebilir. Elde edilen bu bulgu göz önünde bulundurulduğunda, bu amacın tespit edilebilmesi için geliştirilen “Yükseköğretim mezunu msterilerin otel personelinin iletişim yeterliliklerini algılama düzeyi genel olarak olumludur” H₁ hipotezi kabul edilmiştir. Öte yandan msterilerin, Gaziantep otellerinde çalışan personelin en yüksek oranda algıladığı iletişim özellikleri ise ‘otel personelinin etkin bir dinleme becerisine sahip olması’ (\bar{x} :4,43) ile ‘personelin iletişim kurarken açık, akıcı ve etkili konuşabilme yeteneğine sahip olması’ (\bar{x} :4,12), bu araştırma kapsamında tespit edilen diğer bulgular olmuştur.

Tablo 2: Müşterilerin Otel Personelinin İletişim Yeterlilik Düzeyine Yönelik Algıları

| İfadeler | Hiç Katılmıyorum | | Katılmıyorum | | Kararsızım | | Katlıyorum | | Tamamen Katlıyorum | | Ortalama | SS (±) |
|---|------------------|-----|--------------|-----|------------|------|------------|------|--------------------|------|----------|--------|
| | N | % | N | % | N | % | N | % | N | % | | |
| 1. Otel personeli etkin bir dinleme becerisine sahiptir | 1 | 0,2 | 2 | 0,4 | 36 | 9 | 170 | 42,5 | 185 | 46,2 | 4,43 | 0,74 |
| 2. Otel personeli iletişim kurarken açık, akıcı ve etkili konuşabilme yeteneğine sahiptir. | - | - | 7 | 1,8 | 42 | 10,5 | 242 | 60,5 | 109 | 27,2 | 4,12 | 0,64 |
| 3. Otel personeli gerekli bilgileri doğru bir şekilde ilgili kişi ya da birimlere iletebilme becerisine sahiptir. | - | - | 7 | 1,8 | 51 | 12,8 | 252 | 63 | 90 | 22,5 | 4,06 | 0,63 |
| 4. Otel personeli verilen talimatları ve istenen bilgileri doğru şekilde algılayıp, uygulamaya koyabilme becerisine sahiptir. | - | - | 4 | 1 | 53 | 13,2 | 259 | 64,8 | 84 | 21 | 4,05 | 0,61 |
| 5. Otel personeli müşterileri tanıyarak onlara isimleriyle hitap edebilme becerisine sahiptir. | 3 | 0,8 | 20 | 5 | 55 | 13,8 | 265 | 66,2 | 57 | 14,2 | 3,87 | 0,72 |
| 6. Otel personeli ifadelerini nazik ve kibar bir şekilde dile getirmektedir. | - | - | 9 | 2,2 | 51 | 12,8 | 278 | 69,5 | 62 | 15,5 | 3,97 | 0,60 |
| 7. Otel personeli konuşma hızını iyi ayarlamaktadır. | 1 | 0,2 | 9 | 2,2 | 60 | 15 | 278 | 69,5 | 52 | 14,5 | 3,92 | 0,62 |
| 8. Otel personeli konuşurken ses tonunu iyi ayarlamaktadır. | 1 | 0,2 | 8 | 2,5 | 57 | 16,5 | 276 | 65,2 | 60 | 15 | 3,93 | 0,62 |
| 9. Otel personeli kelimeleri doğru telaffuz etmekte ve yöresel şive ve ağız kullanmamaya özen göstermektedir. | 3 | 0,8 | 10 | 2,5 | 66 | 16,5 | 261 | 65,2 | 72 | 15 | 3,91 | 0,68 |
| 10. Otel personeli sorunlar karşısında uzlaşmacı bir konuşma üslubuna sahiptir. | - | - | 13 | 3,2 | 79 | 19,8 | 236 | 59 | 72 | 18 | 3,91 | 0,70 |
| 11. Otel personeli uzun ve sıkıcı bir şekilde konuşmamaktadır. | 2 | 0,5 | 14 | 3,5 | 77 | 19,2 | 263 | 65,8 | 44 | 11 | 3,83 | 0,67 |
| 12. Otel personeli konuşurken gereksiz ayrıntılara girmemektedir. | 2 | 0,5 | 10 | 2,5 | 85 | 21,2 | 253 | 63,2 | 50 | 12,5 | 3,84 | 0,65 |
| 13. Otel personelinin konuşma üslubu açık ve anlaşılırdır. | 1 | 0,2 | 9 | 2,2 | 99 | 24,8 | 247 | 61,8 | 44 | 11 | 3,80 | 0,64 |
| 14. Otel personeli konuşmalarında çelişkili ifadeler kullanmamaktadır. | - | - | 13 | 3,2 | 96 | 24 | 241 | 60,2 | 50 | 12,5 | 3,81 | 0,68 |
| 15. Otel personeli etkili ve doğru bir şekilde göz kontağı kurabilme becerisine sahiptir. | 2 | 0,5 | 7 | 1,8 | 99 | 24,8 | 253 | 63,2 | 39 | 9,8 | 3,79 | 0,64 |
| 16. Otel personeli her zaman güler yüze çalışmakta ve tüm ilişkilerinde tebsüm halindedir. | 2 | 0,5 | 12 | 3 | 96 | 24 | 253 | 53,2 | 37 | 9,2 | 3,77 | 0,66 |
| 17. Otel personeli jest ve mimiklerini yerinde ve doğru kullanmaktadır. | 2 | 0,2 | 13 | 3,2 | 120 | 30 | 224 | 56 | 41 | 10,2 | 3,72 | 0,70 |
| 18. Otel personeli el ve kollarını yerinde ve doğru kullanmaktadır. | 2 | 0,2 | 9 | 2,2 | 119 | 29,8 | 230 | 57,5 | 40 | 10 | 3,73 | 0,68 |
| 19. Otel personelinin beden hareketleri abartıdan uzaktır ve yapmacık değildir. | 2 | 0,2 | 17 | 4,2 | 110 | 27,5 | 238 | 59,5 | 33 | 8,2 | 3,70 | 0,69 |
| 20. Otel personeli kendinden emin ve aynı zamanda karşıya güven veren bir beden duruşuna sahiptir. | - | - | 11 | 2,8 | 111 | 27,8 | 245 | 61,2 | 33 | 8,2 | 3,75 | 0,63 |
| 21. Otel personeli gerginliği kontrol etmeyi amaçlayan soğukkanlı bir duruş ve yaklaşıma sahiptir | 3 | 0,8 | 110 | 2,5 | 107 | 26,8 | 242 | 60,5 | 38 | 9,5 | 3,75 | 0,68 |
| 22. Otel personeli sözlü ifadelerini | 1 | 0,2 | 13 | 3,2 | 106 | 26,5 | 244 | 61 | 36 | 9 | 3,75 | 0,66 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-----|----|-----|-----|------|-----|------|----|------|------|------|
| beden diliyle bütünleşirebilme becerisine sahiptir. | | | | | | | | | | | | |
| 23. Otel personeli öfkesini kontrol edebilmekte ve bunu beden diline yansıtmamaktadır | 3 | 0,8 | 14 | 3,5 | 104 | 26 | 245 | 61,2 | 34 | 8,5 | 3,73 | 0,69 |
| 24. Otel personeli çevik bir beden yapısına ve dinamik hareketlere sahiptir. | 1 | 0,2 | 12 | 3 | 114 | 28,5 | 240 | 60 | 33 | 8,2 | 3,73 | 0,65 |
| 25. Otel personeli en uygun iletişim mesafesinde durma becerisine sahiptir | 2 | 0,5 | 13 | 3,2 | 103 | 25,8 | 241 | 60,2 | 41 | 10,2 | 3,76 | 0,68 |
| 26. Otel personeli daima temiz, düzenli ve bakımlı bir dış görünüşe sahiptir. | 2 | 0,5 | 13 | 3 | 124 | 28,8 | 226 | 27,2 | 33 | 10,5 | 3,74 | 0,69 |
| 27. Otel personeli güzel kokmaktadır. | 4 | 1 | 13 | 3,2 | 124 | 31 | 226 | 56,5 | 33 | 8,2 | 3,67 | 0,71 |
| 28. Otel personelinin el, yüz ve vücut temizliği yeterlidir. | 2 | 0,5 | 12 | 3 | 116 | 29 | 233 | 58,2 | 37 | 9,2 | 3,72 | 0,69 |
| 29. Otel personelinin saç ve diş temizliği yeterlidir. | 1 | 0,2 | 14 | 3,5 | 134 | 33,5 | 239 | 57 | 23 | 5,8 | 3,64 | 0,65 |
| 30. Otel personelinin yazılı ifade becerisi yeterli düzeydedir. | 2 | 0,5 | 10 | 2,5 | 123 | 30,8 | 244 | 61 | 21 | 6,5 | 3,67 | 0,63 |
| 31. Otel personeli yazılı mesajların iletiminde titiz davranmaktadır. | 1 | 0,2 | 13 | 3,2 | 120 | 30 | 240 | 60 | 26 | 6,5 | 3,69 | 0,65 |
| 32. Otel personeli görsel iletişim araçlarından (pano, levha, afiş gibi) etkili bir şekilde yararlanma becerisine sahiptir. | 1 | 0,2 | 8 | 2 | 103 | 25,8 | 240 | 60 | 48 | 12 | 3,86 | 1,07 |
| 33. Otel personeli mesajları kısa ve öz bir şekilde yazıya dökme becerisine sahiptir. | 1 | 0,2 | 10 | 2,5 | 104 | 26 | 253 | 63,2 | 32 | 8 | 3,76 | 0,63 |
| 34. Otel personelinin hazırladığı bilgi amaçlı yazılar açık ve anlaşılardır. | 4 | 1 | 11 | 2,8 | 87 | 21,8 | 275 | 66,5 | 23 | 6 | 3,75 | 0,64 |
| 35. Otel personelinin hazırladığı rapor, tutanak gibi dokümanlar; doğru ve anlaşılardır. | 3 | 0,8 | 12 | 3 | 95 | 23,8 | 266 | 66,5 | 24 | 6 | 3,73 | 0,64 |
| 36. Otel personelinin hazırladığı dokümanlarda yazısı okunaklı ve dilbilgisi kurallarına uygundur. | 4 | 1 | 11 | 2,8 | 97 | 24,2 | 263 | 64,2 | 25 | 9 | 3,73 | 0,66 |
| 37. Otel personeli hazırladığı dokümanlarda yazım ve noktalama kurallarına uymaktadır. | 2 | 0,5 | 15 | 3,8 | 89 | 22,2 | 258 | 65,5 | 36 | 9 | 3,77 | 0,67 |
| 38. Otel personeli gerektiği durumlarda hızlı yazı hazırlama becerisine sahiptir. | 1 | 0,2 | 15 | 3,8 | 83 | 20,8 | 263 | 67,2 | 32 | 8 | 3,79 | 0,64 |
| 39. Otel personeli doğru yerde ve zamanda not alma becerisine sahiptir. | 1 | 0,2 | 12 | 3 | 83 | 20,8 | 274 | 68,5 | 30 | 7,5 | 3,79 | 0,62 |
| 40. Otel personelinin sözel iletişim becerisi yeterli düzeydedir. | 1 | 0,2 | 11 | 2,8 | 65 | 16,2 | 290 | 72,5 | 33 | 8,2 | 3,90 | 0,99 |
| 41. Otel personelinin beden dilini kullanma becerisi yeterli düzeydedir. | 1 | 0,2 | 4 | 1 | 78 | 19,5 | 291 | 72,8 | 26 | 6,5 | 3,84 | 0,54 |
| 42. Otel personelinin yazılı iletişim becerisi yeterli düzeydedir. | 3 | 0,8 | 7 | 1,8 | 73 | 18,2 | 285 | 71,2 | 32 | 8 | 3,84 | 0,60 |

4.3. Araştırmaya İlişkin Diğer Bulgular

Bulgular bölümünün bu alt başlığında, yükseköğretim mezunu müşterilerin, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyi algılarında sahip olduğu ‘cinsiyetin’, ‘yükseköğretim düzeyindeki eğitim durumunun’ ve ‘icra ettiği mesleğin’ herhangi bir etkiye sahip olup olmadığı incelenmiştir.

4.3.1. Cinsiyete İlişkin Bulgular

Yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamasında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik verilere uygulanan Bağımsız örneklem t testinin (Independent Samples t-test) sonucu Tablo.3’de verilmiştir. İlgili tabloya göre, yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin

iletişim yeterlilik düzeyini algılamasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür (\bar{x} :3,85; \bar{x} :3,80; $p \geq 0,05$). Diğer bir ifadeyle müşteriler gerek erkek gerekse kadın olsun, her iki müşteri grubunun otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılaması birbirine benzer bir özellik göstermektedir. Elde edilen bu bulgu göz önüne alındığında, bu ilişkinin test edilebilmesi için geliştirilen H_2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 3: Müşterilerin Otel Personelinin İletişim Yeterlilik Algılamasının Cinsiyete Göre Anlamlı Bir Farklılık Olup Olmadığına Yönelik t Testi Sonucu

| Cinsiyet | N | Ortalama | SS (±) | STD.Hata | T | df | P |
|----------|-----|----------|--------|----------|-------|-----|-------|
| Erkek | 205 | 3,85 | 0,38 | 0,02 | 1,360 | 397 | 0,175 |
| Kadın | 195 | 3,80 | 0,36 | 0,02 | | | |

4.3.2. Yükseköğretim Eğitim Düzeyine İlişkin Bulgular

Yükseköğretim mezunu müşterilerin, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyi algıları ile sahip oldukları yükseköğretim eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik verilere uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova) sonuçları Tablo 4’te verilmiştir. İlgili tabloya göre, yükseköğretim mezunu müşterilerin, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamalarıyla sahip oldukları yükseköğretim eğitim seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir (\bar{x} :3,78; \bar{x} :3,83; \bar{x} :3,85; $p \geq 0,05$). Diğer bir ifadeyle müşteriler gerek önlisans, gerek lisans gerekse lisansüstü eğitime sahip olsun, her üç gruba ait müşteri grubunun, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamaları birbirine yakın bir özellik göstermektedir. Elde edilen bu bulgu göz önüne alındığında, bu ilişkinin test edilebilmesi için geliştirilen H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo.4: Müşterilerin Otel Personelinin İletişim Yeterlilik Algısının, Yükseköğretim Eğitim Düzeyine Göre Anlamlı Bir Farklılık Olup Olmadığına Gösteren Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

| Eğitim Durumu | N | Ortalama | SS (±) | Std. Hata | df | F | P |
|--------------------------|-----|----------|--------|-----------|----|-------|-------|
| Önlisans | 130 | 3,85 | 0,35 | 0,03 | 2 | 1,138 | 0,321 |
| Lisans | 130 | 3,83 | 0,36 | 0,03 | | | |
| Yüksek lisans ve Doktora | 140 | 3,78 | 0,40 | 0,03 | | | |

4.3.3. Müşterilerin Sahip Olduğu Mesleğe İlişkin Bulgular

Yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyi algılamaları ile müşterilerin sahip olduğu meslek değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik verilere uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizinin (One Way Anova) sonuçları Tablo 5’de verilmiştir. İlgili tabloya göre, yükseköğretim mezunu müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algıları

ile sahip oldukları meslek değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür (\bar{x} :3,73; \bar{x} :3,81; \bar{x} :3,85; \bar{x} :3,85; \bar{x} :3,89; $P \leq 0,05$).

Tablo.5: Müşterilerin Otel Personelinin İletişim Yeterlilik Algısında Sahip Olunan Mesleğin Herhangi Bir Etkiye Sahip Olup Olmadığını Gösteren Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

| Mesleki Durum | N | Ort. | SS (±) | Std.Hata | df | F | p |
|------------------------------|-----|------|--------|----------|----|-------|-------|
| Özelde İşveren veya Yönetici | 28 | 3,85 | 0,21 | 0,03 | 4 | 2,402 | 0,049 |
| Özelde Çalışan | 93 | 3,73 | 0,44 | 0,04 | | | |
| Kamuda Yönetici | 103 | 3,89 | 0,31 | 0,03 | | | |
| Kamuda Çalışan | 140 | 3,81 | 0,40 | 0,03 | | | |
| Diğer | 36 | 3,85 | 0,30 | 0,05 | | | |

Tespit edilen farklılığın nereden kaynaklandığının ortaya konulmasına yönelik verilere uygulanan ‘Tukey’ testi sonucunda, bu farkın ‘özel sektörde çalışan müşteriler’ (\bar{x} :3,73) ile ‘kamuda yönetici olarak görev yapan müşteriler’ (\bar{x} :3,89) arasında, ‘kamuda yönetici olarak görev yapan müşteriler’ lehine (0,16) ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle kamuda yönetici olarak görev yapan müşteriler, özel sektörde çalışan müşterilere göre, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyinin daha iyi olduğunu düşünmektedir. Elde edilen bu bulgu göz önünde bulundurulduğunda, bu ilişkinin test edilebilmesi için geliştirilen H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo.6: Müşterilerin Otel Personelinin İletişim Yeterlilik Düzeyini Algılamalarında Ortaya Çıkan Farkın Nereden Kaynaklandığını Gösteren Tukey Testi Sonuçları

| | (I) meslek | (J) Meslek | Ortalamalar Farkı (I-J) | Std.Hata | P | %95 Güven Aralığı | |
|-----------|----------------|------------------------------|-------------------------|----------|-------|-------------------|-----------|
| | | | | | | Alt Sınır | Üst Sınır |
| TUKEY HSD | Özelde çalışan | Özelde İşveren veya Yönetici | -0,11 | 0,08 | 0,621 | -0,34 | 0,11 |
| | | Kamuda Yönetici | -0,16* | 0,05 | 0,022 | 0,31 | -0,02 |
| | | Kamuda Çalışan | -0,08 | 0,05 | 0,480 | -0,22 | 0,06 |
| | | Diğer | -0,12 | 0,07 | 0,478 | -0,32 | 0,08 |

5. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada Gaziantep bölgesindeki otellerde konaklayan yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip müşterilerin otellerde çalışan personelin iletişim yeterliliğine yönelik algı düzeyleri tespit edilerek, personelin iletişim yeterlilik algılamasında, müşterilerin sahip olduğu cinsiyetin, yükseköğretim eğitim seviyesinin ve icra edilen mesleğin herhangi bir etkiye sahip olup olmadığı incelenmiştir. Yapılan araştırmanın sonucunda, yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip müşteriler, Gaziantep otellerinde görev yapan personelin iletişim yeterliliğini ‘iyi’ olarak değerlendirdiği sonucu tespit edilirken, müşterilerin personelin iletişim yeterliliğini algılama düzeyinde ise cinsiyet ve yükseköğretim eğitim seviyesinin herhangi bir etkiye sahip olmadığı ortaya

konulmuştur. Müşterilerin icra ettiği mesleğin, otel personelinin iletişim yeterlilik düzeyini algılamasında önemli bir etken olduğu ve meslek grubuna göre personelin iletişim yeterlilik düzeyi algılamalarının değiştiği, bu araştırmada ortaya konulan diğer bir bulgu olmuştur. Ortaya çıkan bu algı farklılığının ise kamuda yönetici olarak görev yapan müşterilerin, diğer meslek grubu müşterilere göre, otel personel iletişim düzeyini daha yüksek seviyede algıladığından ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Yapılan araştırmanın sonuçları göz önünde bulundurulduğunda, Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otellerin yöneticilerine, personelin iletişim yeterliliğinin daha da artırılabilmesi için aşağıda belirtilen öneriler sunulabilir;

- İletişim, müşterilerin hem sunulan hizmetlerin daha kaliteli algılanması hem de hizmet hatalarının bertaraf edilmesinde önemli bir etkinliğe sahiptir (Erol, 2006; Özkul, 2007). Bu nedenle otel yöneticileri, otellerinde çalışan personele müşteriyle olan iletişimlerini daha fazla arttıracak çeşitli eğitim programları düzenlemelidir. Otel işletmelerinin düzenleyeceği bu eğitim programlarının temelinde ise ‘etkin iletişim’ ve ‘iletişimde yaşanan hatalar ile bu hataların önlenmesi’ gibi konuların üzerinde durulması önerilebilir. Otel işletmelerinde müşteri ile personel arasındaki iletişim sürecinde beden dilinin özel bir önemi bulunmaktadır (Çıkmaz, 2013:34). Otel yöneticileri, çalışan personele hizmet sunum esnasında beden dilinin önemine özellikle vurgu yapmalı ve bu unsurda personelin eksik olduğu konular, özel eğitim programları kapsamında personele sunulmalıdır.

- Bugün birçok otelde gerçekleşen ayın personeli uygulamasında, ayın personeli seçim kriterlerinde personelin gösterdiği performansla birlikte, müşterilerle olan iletişiminin başarısı da değerlendirmeye katılabilir. Bu durum da personelin müşteri ile iletişimini daha olumlu bir şekilde geliştirmesine neden olacak uygulamalardan birisini oluşturma özelliğine sahiptir.

- Otel personeli açısından dikkat edilmesi gereken unsurlardan birisi de müşteriyle olan iletişimin daha etkin bir şekilde gerçekleşebilmesi için müşterileri iyi dinleme becerisine sahip olmasıdır. Bu nedenle otel personeli, hizmet sunumunda veya müşteriyle alakalı olumsuz bir durumda müşteriyi iyi bir şekilde dinlemeye özen göstermelidir.

- Yapılan araştırmalar otel işletmelerinde personelle müşteri arasındaki iletişimin gelişmesinde, personelin kendi aralarındaki iletişimin de önemli olduğunu ortaya koymuştur (Barsky vd, 2004; Erbaş, 2008). Bu nedenle otel yöneticileri, müşterilerle personel arasında iletişimin gelişmesi için öncelikle personeller arasındaki iletişimi arttırması gerekmektedir. Bunun sağlanabilmesi için personeller arasında veya örgüt içerisinde ortaya çıkan sorunlar kısa zaman içerisinde çözüme kavuşmalıdır.

- İşletme tarafından personelin ihtiyaç duyduğu tüm yasal ve sosyal hakların verilmesi, otel personelinin hizmet sunduğu müşterilerle etkin bir iletişim kurmasında son derece önemlidir. Bu nedenle otel yöneticileri, otellerinde görev yapan personelin tüm yasal ve sosyal haklarını, herhangi bir kayıp veya zarara uğratmadan vermelidir.

- Müşterilerle etkin bir iletişimin sağlanmasında personelin bireysel özellikleri son derece önem arz etmektedir (Erol, 2006). Bu nedenle otellerde istihdam edilen personelin insan kaynakları departmanı tarafından itinalı bir süreçten geçirilerek seçilmesi gerekmektedir. Bu seçim sürecinde otel personel adayının sözlü, beden dili ve yazılı iletişim yetkinliği, etkin bir şekilde değerlendirilmeli ve bu kriterlerdeki başarı durumuna göre işletmenin ihtiyaç duyduğu personel alımı yapılmalıdır.

Sosyal bilimler alanında yapılan çok sayıda çalışmada olduğu gibi, bu çalışmada bazı sınırlılıklara sahiptir. Bu çalışmada belirtilebilecek sınırlılıklardan ilkinin, otel

personelinin iletişim yeterliliklerinin değerlendirilmesinde sadece yükseköğretim düzeyinde eğitim almış müşterilerin araştırma kapsamına dahil edilip daha alt seviyede eğitim alan müşterilerin araştırma kapsamı dışında tutulması oluşturur. Araştırma kapsamında vurgulanması gereken diğer bir sınırlılık ise yalnızca Gaziantep bölgesinde faaliyet gösteren otellerde konaklayan müşterilerin bu araştırmaya dahil edilip, başka Őehir yada bölgelerde faaliyet gösteren otellerde konaklayan müşterilerin bu araştırmaya dahil edilmemesi oluşturur. Bu çalışmada ifade edilmesi gereken diğer bir sınırlılık ise, otel personelinin iletişim yeterlilik algılarının tespit edilmesinde yalnızca Türk müşterilerin araştırmaya dahil edilip, diğer kültür veya milletlere ait müşterilerin araştırma kapsamı dışında tutulması oluşturmaktadır. Bundan sonra otel işletmelerinde iletişim konusu üzerine yapılacak çalışmalarda araştırmacılara çeşitli çalışma konuları önerilebilir. Bu çalışmada geliştirilen anket formu, Türkiye’de farklı Őehirlerdeki otellerden hizmet alan yerli müşteriler üzerinde uygulanarak, farklı bölgelerdeki otellerde konaklayan yerli müşterilerin, personelin iletişim yeterlilik düzeylerine yönelik algıları tespit edilebilir. Yapılacak diğer bir çalışmada Gaziantep veya diğer bölgelerdeki otelleri ziyaret eden yabancı müşterilerin otel personelinin iletişim yeterlilik düzeylerini algılamalarına yönelik bir çalışma gerçekleştirilebilir. Yine bununla birlikte, ülkemizi en yüksek oranda ziyaret eden Alman, Rus ve İngiliz Pazarındaki müşterilerin, otel personelinin iletişim yeterliliklerini algılama düzeyi ve algı düzeyleri arasındaki farklılıklar, bu konu kapsamında araştırmacılara sunulabilecek diğer çalışma konularıdır.

Kaynakça

- Ağaoğlu, O. (1992). Kemal, İşgücünü Verimli Kullanma Tekniklerinin Turizm Sektörüne Uygulanması, Milli Prodüktivite Yayını, No:457, Ankara.
- Akbaba, Atilla. (2006). Measuring Service Quality in the Hotel Industry: A Study in a Business Hotel in Turkey, *International Journal of Hospitality Management*, 25, 170-192
- Akın, Mahmut. (1998). *İşletmelerde atışma Yönetiminde İletişimin Yeri ve nemi* Erciyes Üniversitesi. S.B.E.Yüksek Lisans Tezi
- Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu ve Engin Yıldırım. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. 3. Baskı. İstanbul: Avcı Ofset.
- Altunışık, Remzi, Recai Coşkun, Serkan Bayraktaroğlu ve Engin Yıldırım. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. 4. Baskı. İstanbul: Avcı Ofset.
- Avcıkurt, Cevdet. (2010). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*, İstanbul: Değişim Yayınları
- Bakan, İsmail ve Tuba Büyükbeşe (2004), “rgtsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler: Akademik rgtler İçin Bir Alan Araştırması”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 7, 1-30.
- Barsky, J.,Frame C., andMcDougal J. (2004). ”Variety of Strategies Help Improve Hotel EmployeeSatisfaction”, *Hotel& Motel Managment* ,Volume 219,Number 21,December13, 2004, s.24.

- Barutugil, İ. (1989). Turizm İşletmeciliği, 3. baskı beta basım 1989
- Beverley A. Sparks, Graham L. Bradley, Victor J. Callan (1997). The impact of staff empowerment and communication style on customer evaluations: The special case of service failure. Volume 14, Issue 5, pages 475–493, August 1997.
- Brady, Michael K, Cronin, Joseph J. and Brand Richard R. (2002). Performance Only Measurement of Service Quality: A Replication and Extension, *Journal of Business Research*, 55, 17-31
- Brownell Judi, Hospitality managers' communication practices, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 11, Issue 2, Pages 111-128
- Bykztrk, ř. (2002). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Callan, Roger J. (1998). The Critical Incident Tecnique in Hospitality Research: An Illustration from the UK Lodge Sector, *Tourism Management*, 19 (1). 93-98
- ÇıkmaZ, E. (2013). Otel İşletmelerinde alışan Personelin Sahip Olduğu İletişim Becerisinin Yükseköğretim Mezunu Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesine Yönelik Gaziantep'te Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Douglas, L. and Connor R. (2003). Attitudes the Service Quality: The Expectation Gap, *Nutrition&Food Science*, 33 (4), 165-172
- Dökmen, . (1998). Sanatta ve Günlük Yaşamda İletişim atışmaları ve Empati, Sistem yayıncılık İstanbul.
- Eccles, Gavin ve Durand, Philip. (1997). Improving Service Quality: Lessons and Practice From the Hotel Sector, *Managing Service Quality*, 7 (5), 224-226
- Erbaş, G. (2008). Yönetici ve İşgören Arasındaki İletişimin Kalitesi İle rgtsel Bağlılık İlişkisi zerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniv. Sos.Bil.Enst.ss. 151
- Erkuş, A. Ve Günlü, E. (2009). 'İletişim Tarzının ve Sözsüz İletişim Düzeyinin alışanların İş Performansına Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma', *Anotolia Turizm Araştırma Dergisi*, Bahar: 7-24.
- Erol N, (2006). Dört Ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde rgt İçi İletişim Düzeyini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama: Ankara rneği Abant İzzet Baysal nv S.B.E Yüksek lisans tezi.
- Elgnler, T ve Elgnler T. (2011). İletişimin Kalitesini Etkileyen Engeller ve Bu Engellerin Giderilmesi. *The Turkish Journal of Design , Art and Communication-TOJDAC* July 2011 Volume 1, Issue:1.
- Farrell, A. M., Souchon, A.L. and Geoffrey R. (2001). Service Encounter Conceptualisation: Employees' Service Behaviours and Customers' Service Quality Perceptions', *Journal of Marketing Management*, 17 (5), 577-593
- Fowdar, Roma Roshnee Ramsaran. (2007). Developing Service Quality Questionnaire for the Hotel Industry in Mauritius, *Journal of Vacation Marketing*, 13 (1), 19-27

- Gaziantep İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2013. www.gaziantepturizm.gov.tr adresinden 05.10.2013 tarihinde alınmıştır.
- Heung, V. C. S.& Lam, T. (2003). Customer complaint behavior towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283–289
- Hsieh, Ling-Feng, Lin, Li-Hung and Lin Yi-Yin. (2008). A Service Quality Measurement Architecture for Hot Spring Hotels in Taiwan, *Tourism Management*, 29, 429-438
- Hall, H. (1977) *Organization Structure and Process*, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- İkiz, A.K. and Masoudi, A (2008). A QFD and SERVQUAL Approach to Hotel Service Design İşletme Fakültesi Dergisi Vol 9, No:1 pp 17-31.
- Karabey, C. Ve Karcıoğlu, F. (2008). "Yöneticilerin İletişim Tarzı ile Çalışanların İş Performansı, İş Tatmini ve Rol Belirsizliği Arasında İlişki" Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF Dergisi, 3 (2), 25-42
- Karasar Niyazi. (2004). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Basın Yayıncılık
- Karatepe, S (2005). *Örgütlerde İletişim-Güdüleme İlişkisi*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Kim, J. H., Tavitiyaman, P. and Kim, W. G. (2009). The Effect of Management Commitment to Service on Employee Service Behaviors: The Mediating Role of Job Satisfaction. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, 33 (3) 369-390
- Mutlu, E. (1994) *İletişim Sözlüğü*, Ark yayınevi Ankara.
- Nadiri, Halil and Hussain, Kashif (2005). Diagnosing the Zone of Tolerance for Hotel Services. *Managing Service Quality*, 15 (3), 259-277
- Olalı, H., ve Korzay, M. (2004) *Otel İşletmeciliği Beta Basım Yayıncılık*.
- Özdamar, K. (1999). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özkul, E. (2007). 'Müşteri İlişkileri Yönetiminin Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliğine İlişkin Bir Değerlendirme', *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Mart Yıl: 4, Sayı:1, s. 16
- Pallant, J. (2001). *SPSS survival manual a step-by-step guide to data analysis using spss for windows*. Philadelphia: PA Open University Press.
- Riley, M. (1991). "A Guide to Personel Practice in The Hotel and Catering Industry", *Human Resource Management*, Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford s:73
- Sabuncuoğlu, Z. (1982). *Endüstriyel Davranışlar*, İ.T.İ.A. İşletme Fakültesi Yayını, Bursa.
- Shi, Jing-Hua and Su, Qiang. (2007). *Evaluation of Hotel Service Quality Based on Customer Satisfaction*, Web: <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=04280099> adresinden 5.3.2010'da alınmıştır.

- Sigala, M. (2003) "The information and communication technologies productivity impact on the UK hotel sector", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 23 Iss: 10, pp.1224 – 1245
- Sipahi B, Yurtkoru E. Serra ve inko, M. (2006). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, İstanbul: Beta Yayıncılık
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, Y. (2006). *Örgüt Kültürü Oluşumunda Örgütsel İletişimin Rolü: Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniv. Sos.Bil.Enst.
- Yüksel, A ve Yüksel F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Turhan Kitabevi

Communication Sufficiency Level of the Hotel Staff: A Research in Gaziantep Region

Atınç OLCA Y

Gaziantep University
Vocational School of Tourism
and Hotel Management,
Gaziantep, Turkey
olcay@gantep.edu.tr

İbrahim GİRİTLİOĞLU

Gaziantep University
Vocational School of Tourism and
Hotel Management,
Gaziantep, Turkey
ibrahim_giritlioglu@hotmail.com

Esra IKMA Z

Hasan Kalyoncu University
Institute of Social Sciences,
Business Management,
Gaziantep, Türkiye
esra9824@gmail.com

Extensive Summary

Introduction

Nowadays, rapidly development of industrialization and globalization trends has eliminated international borders and has led to the formation of a destructive competition environment for all sectors (Farrell et al., 2001; Brady et al., 2002). In addition to other sectors, this destructive competition has also affected hotel management sector too and this has resulted in providing quality products and services to customers for today's hotels to continue their activities (Fowdar, 2007; İ kiz and Masoudi, 2008). Human factor is extremely important for presentation of produced products and services to customers with desired quality in hotel enterprises (Özkul, 2007). As well as the dimension of communication between customers and staff and communication sufficiency of staff both in the production and presentation of goods and services have an important impact on a customer satisfaction about services, this case is also able to eliminate potential service failures in the presentation. For this reason, the communication sufficiency level of hotel staff has an important effect on customer satisfaction and hence on the profitability ratios of the enterprises (Sigala, 2003; Olalı and Korzay, 2004; Heung and Lam, 2003).

Objective of the Study

The aim of this study is the evaluation of the communication sufficiency level of hotel staff in Gaziantep by customers with higher education and to find out whether "gender", "higher education level" and "job" have any effect on the perception of customers about communication sufficiency level of hotel staff.

Method

Survey method was used in obtaining the research data. The questions included in the survey have been prepared based on the previous studies on communication sufficiency level between administration and staff (Sigala, 2003; Bakan and Büyükbeğe, 2004; Erol, 2006; Yıldız, 2006; Erkuğ and Günlü, 2009). The survey used in data collection consists of two parts. In the first part of the survey 42 questions intended for the perception of the customers about communication sufficiency levels of hotel staff have been asked and wanted to choose an appropriate answer ranging from 1- "Strongly

Disagree” and 5- “Strongly Agree”. In the second part of the survey three questions were asked to determine customer’s demographical characteristics such as “gender, age and level of higher education”.

Before being applied of the survey to the target group a pilot study was conducted over a hundred customers stay in hotel in Gaziantep. The survey form was restructured according to all recommendations of the target group during the pilot study. The structured survey was carried out on 400 customers stay in 7 hotels operating in Gaziantep in 2013.

The developed and tested hypotheses to find out the relationships in this research are as follows;

H₁: The perception level of customers with higher education on communication sufficiency of hotel staff is generally positive.

H₂: There is a statistically significant difference between gender and the perception level of customers with higher education on communication sufficiency of hotel staff.

H₃: There is a statistically significant difference between higher education level and the perception level of customers with higher education on communication sufficiency of hotel staff.

H₄: There is a statistically significant difference between job and the perception level of customers with higher education on communication sufficiency of hotel staff.

Findings and Results

51.2% of the customers participated to the study were male and 48.8% were female. 35% of the customers have master and doctorate degree, 35.2% have undergraduate degree and 32.5% have associate degree. It has been determined that 35% of the customers are working in the public sector, 25.8% are working as manager in the public sector and 23.2% are working in private sector.

It has been determined that the customers mainly have given “agree” response in all 42 questions about communication sufficiency of hotel staff. Due to this finding, it may be said that customers with higher education degree have generally positive perception about the communication sufficiency levels of the hotel staff. As a result of this finding, H₁ hypothesis developed for this purpose was accepted. On the other hand, “having the ability of efficient listening” ($\bar{\chi}$:4,43) and “having the ability of clear, fluent and effective speaking” ($\bar{\chi}$:4,12) are the highest perceived communication features of the hotel staff by customers.

As a result of the independent samples t-test used to determine whether there is a significant difference or not according to gender in the perception of customers with higher education degree about the communication sufficiency level of hotel staff, statistically significant difference was not found ($\bar{\chi}$:3,85; $\bar{\chi}$:3,80; $p \geq 0,05$). In other words, the perception of the customers about the communication sufficiency level of the hotel staff is similar both in males and females. For this reason, H₂ hypothesis developed for this purpose was rejected.

The results obtained from the one way analysis of variance (One Way ANOVA) which is applied to determine whether there is a significant difference or not in the perception of customers about the communication sufficiency level of hotel staff according to the higher education level showed that there is not a significant difference ($\bar{\chi} : 3,78 ; \bar{\chi} : 3,83 ; \bar{\chi} : 3,85 ; p \geq 0,05$). In other words, the perception of the customers about the communication sufficiency level of the hotel staff is similar in all higher education degrees. Due to this finding, H₃ hypothesis developed for to test this relationship was rejected.

As a result of the one way analysis of variance (One Way ANOVA) applied to determine whether there is a significant difference or not in the perception of customers about the communication sufficiency level of hotel staff according to the job, statistically significant difference was determined ($\bar{\chi} : 3,73 ; \bar{\chi} : 3,81 ; \bar{\chi} : 3,85 ; \bar{\chi} : 3,85 ; \bar{\chi} : 3,89 ; p \leq 0,05$). As a result of Tukey test applied to determine which groups in the sample differ, it is seen that the difference is between the customers working in private sector ($\bar{\chi} : 3,73$) and working as manager in public sector ($\bar{\chi} : 3,89$) on behalf of customers working as manager in public sector (0,16). In other words, customers working as manager in public sector have more positive perception about the communication sufficiency level of hotel staff than the customers working in private sector. Due to this finding, H₄ hypothesis developed to test this relationship was accepted.

As well as most studies in the field of social sciences, this study has some limitations too. Being included only the customers with higher education degree and being excluded of the customers with lower education degree in the evaluation of communication sufficiency of hotel staff is the first limitation. The second limitation of this study is the inclusion of only the customers staying in hotels in Gaziantep region and the exclusion of the customers staying in other regions. At this study while Turkish customers included in the study to determine the communication sufficiency, customers from other cultures and nationalities were excluded from the scope of this research, so this is the third important limitation of the study.

Thereafter, various subjects may be suggested for researchers about communication in hotel enterprises studies. In the future, a study can be carry out to determine the perception of foreign customers staying hotels in Gaziantep or other regions about the communication sufficiency levels of the hotel staff. In addition, German, Russian and British customers' perceptions about the communication sufficiency level of the hotel staff and the perception differences can be offered as study subjects for other studies.