

Kadın Çalışanların Müşteri Memnuniyetine Etkisinin Değerlendirilmesi*

Assessing The Effects of Women Employees on Customer Satisfaction

Arş. Gör. Ebru ARSLANER

Osmangazi Üniversitesi

Turizm Fakültesi

E-posta: earslaner@ogu.edu.tr

Doç. Dr. Medet YOLAL

Anadolu Üniversitesi

Turizm Fakültesi

E-posta: myolal@anadolu.edu.tr

Özet

Kadın çalışanlar için önemli bir istihdam alanı olan konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanmasında kadın çalışanlar önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada kadın çalışanların müşteri memnuniyetine etkisi ve müşterilerin kadın çalışanlara bakış açısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Antalya ve Muğla'daki konaklama işletmelerinde hizmet alan 311 müşteriye anket uygulanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Yapılan faktör analizi, kümeleme analizi ve çoklu uyum analizi sonuçlarına göre araştırmaya katılan müşterilerin genel anlamda kadın çalışanlardan memnun oldukları ve kadın çalışanlara karşı tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kadın çalışanlardan duyulan memnuniyet üzerinde kadın çalışanların niteliklerinin, katılımcıların kadın çalışanlara bakış açısının ve katılımcıların demografik özelliklerinin de etkisi olduğu saptanmıştır.

Anahtar sözcükler: Müşteri memnuniyeti, kadın çalışanlar, konaklama işletmeleri.

Abstract

Women employees play an important role in satisfying the customers in accommodation businesses that create significant employment opportunities for women. This study aimed at determining the effects of women employees on customer satisfaction and the customers' perception of women employees in accommodation businesses. The study employed a survey instrument on 311 customers being accommodated in accommodation businesses located in Antalya and Mugla. The results of the factor analysis, cluster analysis and correspondence analysis revealed that the customers are satisfied with the women employees and they have a positive attitude towards women employees in accommodation businesses. Further it was also found that the characteristics of the women employees, attitudes towards women employees and the demographics of the customers all had significant effects on the customers' satisfaction with the women employees in accommodation businesses.

Key words: Customer satisfaction, women employees, accommodation businesses.

* Bu çalışma Ebru ARSLANER'in "Kadın Çalışanların Müşteri Memnuniyetine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma" adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

Kadınlar tarih boyunca hemen her toplumda önemli bir işgücü olarak işlev görmüştür. Kadının yerini evi, görevini ise çocuk bakmak olarak değerlendiren bakış açısı kadının tarım sektöründe çalışmasını normal karşılarken, kadının bu sektör dışında çalışmasına pek sıcak bakmamaktadır. Günümüzde ise kadınlara yönelik bu bakış açısı ve geleneksel kalıplar kaybolmaya başlamıştır. Kadınlar yoğun olarak tarım sektöründe istihdam edilirken, ikinci olarak çalışma koşullarının daha uygun olduğu düşünülen hizmet ve üçüncü olarak da fiziki güce dayalı işler barındıran sanayi ve inşaat sektöründe istihdam edilmektedirler. Toplumsal yapının değişmesi, kadınların yıllar içinde iş hayatında artan oranda yer almalarıyla sonuçlanmıştır. Kadın istihdamı hizmet sektöründeki genel duruma paralel olarak konaklama sektöründe de önemli bir yer tutmaktadır (KSSGM, 2000: 95). İstihdam özelliklerinden dolayı konaklama sektöründe çalışanların sayısal olarak fazla olması, kadın çalışan sayısının da artmasına neden olmaktadır (Akoğlan, 1997: 27). Akoğlan bunun nedenlerini, özellikle restoran, resepsiyon, kat hizmetleri gibi alanlarda kadınların beşeri ilişkilerde başarılı olmaları ve görüntü açısından müşteriye daha hoş gelmeleri şeklinde açıklar. Ayrıca genelde hizmet sektörü ve özde konaklama sektörünün yapısı gereği işler yapılırken titizlik, incelik, dikkat, özveri, sabır gibi nitelikler gerektirir. Hizmet sunumunun her aşamasında gerekli olan bu nitelikler hem işletmeyi hem de çalışanları değerli kılarak müşteri memnuniyeti sağlamada etkili olmaktadır.

Son dönemde hizmet sektöründe artan rekabet koşulları işletmeleri farklılık yaratma arayışına itmiştir. Farklı ürün sunmanın yanında mevcut müşterileri koruyabilmek ve yeni müşteri kazanmak da giderek önemli hale gelmektedir. Bu doğrultuda iyi olmayı hedefleyen işletmeler öncelikle müşteri odaklı olmak, müşteri memnuniyetini sağlamak ve sürekli kılmak durumundadırlar. Müşterilerin çalışanlarla birebir etkileşiminin yoğun olduğu konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması ise daha önemli bir işlev haline alır. Bu süreçte çalışanların tutum ve davranışları, işe ilişkin nitelikleri ve başarılı iletişim becerileri önem kazanır.

Bir hizmet işletmesi olarak konaklama işletmeleri hizmeti sunanlarla hizmeti alanların etkileşiminin yoğun olduğu işletmelerdir. Bu noktada işletme çalışanlarının özellikleri ve iş yapma nitelikleri müşteri memnuniyeti üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Konaklama işletmelerinde özellikle kat hizmetleri, mutfak, büro hizmetleri, müşteri ilişkileri, satış pazarlama gibi departmanlardaki iş özellikleri bu alanlarda kadınların daha fazla istihdam edilmesi sonucunu doğurmaktadır. Bu haliyle kadın çalışanlar konaklama işletmeleri için önemli bir istihdam kaynağı durumundadırlar. Ancak, konaklama işletmeleri kadın çalışanlar için elverişli bir istihdam alanı olsa da bu sektördeki çalışma koşulları kadın çalışanlar açısından sorunlu görünmektedir. Uzun çalışma saatleri, vardiyalı çalışma düzeni, tatil süresinin kısa oluşu ve istihdamın mevsimselliği gibi sektöre özgü özellikler kadın çalışanların yaşamın diğer alanlarındaki sorumlulukları açısından sorunlar oluşturmakta, dolayısıyla kadınların işe bağlılığını azaltmaktadır. Bu durum işte verimin azalması, iş niteliğinin düşmesi ve müşteri memnuniyetinin etkilenmesi gibi sorunları da beraberinde getirmektedir.

İş yaşamında kadın çalışanların sayılarının artması ile birlikte kadın çalışanlara ilişkin bilimsel çalışmalarda da artış görülmektedir. Bu çalışmalarda

kadın istihdamına karşı tutumlar (Acar, 1992), kadınların konaklama endüstrisindeki konumu (Akoğlan, 1996), otel yönetiminde kadın ve erkekler (Ng ve Pine, 2003), kadın yöneticiler (Akoğlan, 1997; Berberoğlu, 1989), kadın çalışanların profili ve sorunları (Demirtaş, 2010), kadın yöneticilerin cam tavan algısı (Anafarta ve diğ., 2008), kadın çalışanlar ve cinsiyet ayrımcılığı (Dalkıranoğlu, 2006; Jordan, 1997) konuları ele alınmıştır. Kadın çalışanları farklı boyutlarda ele almış olan araştırmalara ek olarak, bu araştırmanın da kadın çalışanların müşteri memnuniyeti sağlamadaki önemini vurgulaması açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Bu bağlamda araştırmada kadın çalışanların çalışma biçimlerinin, iş yapma şekillerinin ve niteliklerinin konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyeti üzerinde etkisinin olup olmadığı incelenmektedir. Müşterilerin kadın çalışanlara ilişkin değerlendirmeleri ve kadın çalışanların çeşitli özelliklerine ilişkin algılamalarının saptanması işletmede doğru çalışanların istihdamı ve müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle konaklama işletmelerinde kadın çalışanlar ve müşteri memnuniyetine ilişkin literatür taramasına yer verilmektedir. İzleyen bölümde araştırmanın yöntemi ve bulguları ortaya konulduktan sonra, son bölümde araştırma bulgularına ilişkin sonuçlar tartışılmakta ve öneriler sunulmaktadır.

2. Literatür Taraması

Konaklama işletmelerinde istihdam özellikleri müşteri memnuniyetinin sağlanmasıda önemli bir etkiye sahiptir. İlk karşılaşmanın müşteri açısından beklendik düzeyde olmaması durumunda işletmeye, işletmenin ürün ve hizmetlerine ilişkin kuşku ortaya çıkacak ve işletme gelecekte daha zorlu beklentileri karşılamak zorunda kalacaktır (Vavra, 1999: 400). Bu noktada nitelikli çalışanların işe alınması, eğitilmeleri, yetkilendirilmeleri, tamamladıkları işler için çabalarının ödüllendirilmesi, çalışanların hem işletmeye hem de müşterilere daha iyi hizmet sunmalarıyla sonuçlanacaktır (Gerson, 1997: 31).

Hanan ve Karp'a göre (1991: 137) müşteriye memnun etmek ve memnuniyetin devamlılığını sağlamak en önemli iş becerisidir. Konaklama işletmelerindeki istihdam özellikleri müşteri memnuniyetinin temin edilmesinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Müşteri ile yoğun iletişim içinde olunan işlerde müşterilerin çalışanlarla ilgili algılamalarının olumlu olması müşteri memnuniyeti ve işletmelerin başarısı için oldukça önemlidir. Bir diğer deyişle müşterilerin beklentileri ve çalışanların nitelikleri arasındaki uyum müşteri memnuniyetini etkileyen önemli bir unsur olarak görölmektedir (Mohr ve Henson, 1996: 161). Bu bağlamda konaklama işletmelerinin kaliteli hizmet sunabilmesi istihdam edilen çalışanların becerisi ile doğru orantılıdır (Özdemir ve Akpınar 2002: 85). Bu nedenle müşteriyle yoğun iletişime dayalı işlerde doğru çalışanın seçilmesi, işletmelerin başarısı ve müşteri memnuniyeti açısından oldukça önemlidir (Mohr ve Henson, 1996: 161).

Konaklama işletmelerinde istihdamın özelliklerinden dolayı bu sektörde çalışanların sayısal olarak fazla olması, kadın çalışan sayısının da artmasına neden olmaktadır (Akoğlan, 1997: 27). Konaklama işletmelerindeki işlerin kadın yoğun olma özelliği göstermesi, bu işletmelerin kadın çalışanları tercih etmesi noktasında önem taşımaktadır. Örneğin, hizmet sektöründe olduğu gibi konaklama sektörünün de yapısı gereği, işler yapılırken titizlik, incelik, dikkat, özveri, sabır gibi nitelikler gerektirir. Bu nitelikler kadın çalışanlarda daha ön planda olduğundan

hizmet sektöründe işlerin yapılmasında kadın çalışanlar önemli rol oynamaktadırlar (Demirtaş, 2010: 441). Bunun yanında kadın çalışanlara ait bazı nitelikler müşteriler tarafından da memnuniyet yaratıcı etkiye sahip olmaktadır. Bu da kadınların bazı nitelikleri ile iş hayatında tercih edilmeleri noktasında önem taşır. Jordan'a göre (1997: 530) müşteriler kadın çalışanlarla iletişim kurmayı daha fazla tercih ederler çünkü kadınlar erkeklere göre daha iyi iletişim kurabilirler. Maric'e (2000) göre, çalışma hayatında kadınlar, sözlü olmayan mesajları etkili bir şekilde yorumlayabilme yeteneğine sahiptirler; erkeklerden daha sezgileridirler ayrıca temel iş fikirlerini fark etmede daha inatçı ve başarılıdırlar (Akt: Stefanovic ve Dimitrijevic 2006: 198). Mattila ve arkadaşları (2003: 138) hizmet işletmelerinde çalışan kadının, zor süreçlerde gülümsemeye devam ettiğinde, erkek müşterinin onun gülümseyişini ve problemlere karşı arkadaşça tutumunu fark edebileceğini ve bu durumun, işe ilişkin olası sorunların telafi edilmesine yardımcı olabileceğini vurgulamaktadırlar.

Akoğlan (1997: 27) konaklama işletmelerini de kapsayan turizm sektöründe işlerin kadınlar tarafından kolaylıkla yapılabilir nitelikte (kadınsı) olmasına dikkate çeker. Ng ve Pine'e göre (2003: 86) kat hizmetleri ve resepsiyon bölümlerinde kadınlar, mutfak ve bar bölümlerinde ise erkekler egemendir. Bu durum Burrell ve arkadaşlarının (1997: 173) araştırmalarında da ortaya konmaktadır. Fransa, İtalya, İspanya ve Ukrayna'da konaklama işletmelerinde kat hizmetleri çalışanlarının; Fransa'da %97'si, İtalya'da %74'ü, İspanya'da %99'u, Ukrayna'da %92'si kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Kat hizmetlerinden sonra kadınların en yoğun olarak bulunduğu konaklama işletmesi bölümü Fransa ve Ukrayna'da resepsiyon, İtalya'da bar ve İspanya'da ise restorandır.

Konaklama sektörü başta olmak üzere çalışma hayatında kadın sayısının son yıllarda artmasına karşın kadın çalışanlara karşı geleneksel tutum değişmemekte ve bu da kadınların işlerinde tam potansiyellerini kullanmakta yetersiz olduklarını göstermektedir (Burgess, 2000: 351). Genel olarak kadınların toplumdaki yeri asırlardır ev ile sınırlandırılmış, işlevi ev işi ve çocuk yetiştirme olarak belirlenmiştir (Kuzgun ve Sevim, 2004: 14). Aile ve iş çatışmasıyla ilgili ortaya çıkan durumlar da kadının özellikle de konaklama sektörü ortamında, kariyer gelişimini olumsuz bir biçimde etkilemektedir (Brownell, 1994: 102). Benzer biçimde Anafarta ve arkadaşlarına göre (2008) konaklama işletmelerindeki uzun çalışma saatlerinin, vardiyalı çalışma düzeninin, hafta sonu tatilinin olmayışının, coğrafi hareketlik gibi nedenlerin kadın için iş ve özel yaşam arasındaki sınırları çizmeyi güçleştirmektedir. Bu durum ise aile içi ilişkilerde eşi rahatsız etmekte, kadını eş desteğinden yoksun bırakmakta ve kadınlar için iş ve aile dengesini kurmayı zorlaştırmaktadır (Anafarta vd. 2008). Demirtaş'ın (2010: 452) yaptığı araştırma da bu konuyu destekler niteliktedir. Yazar çalışmasında kadın çalışanların çalışma saatleriyle ilgili sorunları olduğunu, turizmin mevsimsel yapısından dolayı kadınların belirli dönemlerde iş bulmakta zorlandığını, ailelerine yeterince zaman ayıramadıklarını, aile ve iş arasında kalmak gibi sorunlarının olduğuna dikkat çekmektedir.

Turizm ve konaklama sektöründe çalışmanın kadın çalışanlar için zorluk yaratmaktan ziyade daha iyi koşullar yaratacağı görüşünü destekleyen araştırmalar da mevcuttur. Gentry'ye göre (2007: 491) konaklama işletmeleri iş seçeneği hiç olmayan ya da kısıtlı olan kadınlar için birçok fırsat sunmaktadır. Bal'a göre (1995: 53) kadınların turizm sektöründe çeşitli işlerde çalışmaları, sosyal çevrelerinin

genişlemesine, aile bütçelerine katkı sağlamalarına ve onların aile içi yeni rollerini benimsemelerine katkı sağlamaktadır. Jordan'a göre (1997: 526) ise düşük ücretli, yarı zamanlı işler kadınların öncelikli tercihi olabilmektedir. Bu tür işler aile sorumluluklarının yerine getirilebilmesi için daha fazla zaman yarattığından özellikle tercih edilebilmektedir. Bu nedenle düşük ücret ve sektöre ilişkin koşulları kabul etme konusunda kadınlar erkeklerden daha isteklidirler (Jordan, 1997: 532).

Müşteri memnuniyeti sağlamada olumlu etkisi olduğu düşünülen etkili iletişim, titizlik, sabır gibi niteliklerin özellikle kadın çalışanlara ait hasletler olduğu düşünülmektedir. Konaklama işletmelerinde de bu özelliklere yoğun bir şekilde ihtiyaç duyulması kadın çalışanlara bu işletmelerde çalışabilmeleri için uygun olanaklar yaratmaktadır. Ancak çalışma hayatının genelinde ve konaklama işletmelerinde bu kadar önemli bir istihdam kaynağı olmasına karşın kadın çalışanlar yeteri kadar önemsenmemektedirler. Müşteri memnuniyeti sağlamada çalışanların önemi araştırmalarda sık sık vurgulanmaktadır ancak kadın çalışanların bu konudaki önemlerinin göz ardı edildiği ve bu konunun literatür taramasında yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Dolayısı ile bu çalışma kadın çalışanların işletmelerde müşteri memnuniyeti sağlama ve arttırmadaki önemlerinin ortaya konması ve konaklama işletmelerinde daha çok geri planda çalışan kadın çalışanların özelliklerine göre daha ön planda çalışma koşullarının sağlanabilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın izleyen bölümünde konaklama işletmeleri için oldukça önemli olan kadın çalışanların müşteri memnuniyetine etkisi ve müşterilerin kadın çalışanlara karşı tutumlarının belirlenmesini amaçlayan bir araştırmaya ve sonuçlarına yer verilmiştir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada temel olarak konaklama işletmelerinde kadın çalışanların müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca bağlı olarak konaklama işletmeleri müşterilerinin kadın çalışanlara karşı tutumlarının belirlenmesi, müşterilerin konaklama işletmelerindeki kadın çalışanların çalıştıkları departmanlara göre memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi, müşterilerin konaklama işletmelerindeki kadın çalışanlara ilişkin memnuniyet düzeylerinin müşterilerin demografik özelliklerine göre değişiklik gösterip göstermediğinin belirlenmesi ve kadın çalışanlara ait niteliklerin müşterilerin memnuniyeti üzerinde etkili olup olmadığının belirlenmesi çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Müşterilerin kadın çalışanlara ilişkin değerlendirmeleri ve kadın çalışanların çeşitli özelliklerine ilişkin algılamalarının saptanması işletmede doğru çalışanların istihdamı ve müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışma bulgularının konaklama işletmeleri yöneticilerine, işletmelerinde kadın istihdamına ve kadın çalışanların müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisine ilişkin önemli ipuçları vereceği düşünülmektedir.

Araştırma, Antalya ve Muğla illerindeki konaklama işletmelerinde gerçekleştirilmiştir. Bunun temel nedeni bu bölgelerde turizm gelişiminin üst düzeyde olması ve Türkiye turizmi denildiğinde öne çıkan destinasyonlar olarak akla gelmeleridir. Ayrıca bu iki il ve ilçelerindeki işletmelerde kadın çalışanlara yönelik olarak toplanacak verilerin evrene yakın olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemden önce ve sonra gelecek müşteriler sonsuz bir evren olmadığından ve örnekleme için bir araştırma çerçevesi mevcut olmadığından olasılıklı örnekleme yöntemine başvurulamamıştır. Antalya ve

Muğla'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde hizmet alan müşteriler daha önce tanımlanan sonsuz evren içerisinde bir zaman kesitinde yer alan rassal bir alt evren oluşturmaktadır. Alan araştırmasının uygulandığı dönemde konaklama işletmelerinde hizmet alan müşterilerin bir listesine ulaşmak mümkün değildir. Bu nedenle çalışmaya katılan müşteriler ve müşterilerin görüşlerinin rassal olduğu kabul edilmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde; müşterilerin işletmeden, tüm çalışanlardan ve kadın çalışanlardan duydukları memnuniyeti ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde müşterilerin kadın çalışanlara karşı tutumlarını belirleyici ifadeler, son bölümde ise müşterilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anket, Acar'ın (1992), Ovalı'nın (2003), Demir'in (2006), Aymankuy'un (2005) ve Dalkıranoğlu'nun (2006) çalışmalarından uyarlanarak ve literatürden faydalanarak hazırlanmıştır. Kullanılan anketin geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması için uzman kişi ve akademisyen görüşleri alınarak anket formunda düzenlemeler yapılmıştır. Uygulanan anketin güvenilirliği (Chronbach Alpha) 0,84 olarak hesaplanmış olup, bu oran Nunnally (1967) tarafından önerildiği şekliyle 0,70'den büyük olduğundan, ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmada Likert ölçeğinde hazırlanmış 44 ifade bulunmaktadır. Bunun yanında anket formunda 4 adet demografik soru bulunmaktadır. 5'li Likert ölçeğine göre yapılandırılmış ifadeler 1. Kesinlikle katılmıyorum 5. Kesinlikle katılıyorum seçeneğine doğru sıralanmıştır. Demografik sorular ise katılımcıların yalnızca bir seçenek işaretleyecekleri şekilde tasarlanmıştır.

Araştırma verileri, araştırmada yer almayı kabul eden konaklama işletmeleri ziyaret edilerek müşterilerle yüz yüze anket uygulanarak toplanmıştır. Araştırmanın evrenini 2011 yılında Antalya ve Muğla'ya gelen toplam 13.540.933 turist oluşturmaktadır (www.kultur.gov.tr). Altunışık ve arkadaşları (2010) tarafından önerildiği şekliyle 100.000 ve üzeri evren büyüklüğü için gerekli olan örneklem büyüklüğü 384'dür. Haziran-Eylül 2011 döneminde gerçekleştirilen anket toplama süreci sonunda Antalya ve Muğla'daki konaklama işletmelerinde hizmet alan 450 müşteri ile görüşülmüş ancak müşterilerin 337'si ankete katılmayı kabul etmiştir. Toplanan anketlerden 26 adedi eksik doldurulmuş olduğundan analiz sürecine dâhil edilmemiş olup, analize dâhil edilen anket sayısı 311 olarak gerçekleşmiştir.

Katılımcılardan toplanan veriler elektronik ortama aktarılmış ve sosyal bilimlerde kullanılan SPSS 15.0 programında analiz edilmiştir. Veri girişinin ardından veriler değerlendirilerek araştırmanın problem, amaç ve konusuna uygun olarak SPSS 15.0 programında testler yapılmış ve araştırma analizleri gerçekleştirilmiştir. Çözümlemede öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ortaya konulmuştur. Ölçekteki alt boyutları belirleyebilmek için faktör analizinden ve elde edilen alt boyutları sınıflandırmaya imkân tanıyan k-means kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca k-means kümeleme analizi ile kategorileştirilmiş veriler kullanılarak, değişkenler arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla uyum analizi yapılmıştır.

4. Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni hal ve eğitim durumlarına ilişkin dağılım Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım

	n	%		n	%
Cinsiyet			Medeni hal		
Kadın	160	51,4	Evli	159	51,1
Erkek	151	48,6	Bekâr	120	38,6
Toplam	311	100	Boşanmış	32	10,3
Yaş			Toplam	311	100
18-27	86	27,7	Eğitim durumu		
28-37	71	22,8	İlköğretim	19	6,1
38-47	86	27,7	Lise	115	37
48-57	47	15,1	Önlisans	59	19
58 ve üzeri	21	6,8	Lisans ve lisansüstü	118	37,9
Toplam	311	100	Toplam	311	100

Tablo 1'e göre katılımcıların %51,4'ü kadın, %48,6'sı erkektir. Yaş gruplarına göre dağılıma bakıldığında, 18-27 yaş grubu ile 38-47 yaş grubunun %27,7'lik yüzdeyle en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. En düşük orana sahip yaş grubu ise %6,8 ile 58 ve üstü yaş grubuna aittir. Medeni durumlarına göre dağılıma bakıldığında, katılımcıların %51,1'nin evli, %38,6'sının bekâr ve %10,3 ile en düşük oranla boşanmış katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Eğitim durumuna göre %37,9 ile lisans ve lisansüstü eğitime sahip olan katılımcılar en yüksek yüzde oranına sahiptir. En düşük oran ise %6,1 ile ilköğretim mezunlarına aittir.

Tablo 2. Katılımcıların Genel Memnuniyet Düzeyleri

	Hiç memnun değilim		Memnun değilim		Kararsızım		Memnunum		Çok memnunum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Konaklamakta olduğunuz işletmeden duyduğunuz genel memnuniyet düzeyini belirtiniz.	5	1,6	15	4,8	26	8,4	146	46,9	119	38,3
Konaklamakta olduğunuz işletmedeki çalışanlardan duyduğunuz genel memnuniyet düzeyinizi belirtiniz.	2	0,6	5	1,6	34	10,9	141	45,3	129	41,5
Konaklamakta olduğunuz işletmedeki KADIN çalışanlardan duyduğunuz genel memnuniyet düzeyini belirtiniz.	5	1,6	7	2,3	17	5,5	122	39,2	160	51,4

Tablo 2' de sunulduğu gibi katılımcıların konaklamakta oldukları işletmeden (%85,2), işletme çalışanlarından (%86,8) ve kadın çalışanlardan (%90,6) büyük oranda memnun oldukları görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Kadın Çalışanlar İle İlgili Memnuniyet Düzeyleri

	Hiç memnun değilim		Memnun değilim		Kararsızım		Memnunum		Çok memnunum	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Önbüro departmanı kadın çalışanlarından	2	0,6	10	3,2	41	13,2	129	41,5	129	41,5
Kat hizmetleri departmanı kadın çalışanlarından	4	1,3	2	0,6	27	8,7	122	39,2	156	50,2
Yiyecek içecek departmanı kadın çalışanlarından	2	0,6	8	2,6	41	13,2	127	40,8	133	42,8
Müşteri ilişkileri departmanı kadın çalışanlarından	0	0	5	1,6	53	17	124	39,9	129	41,5
Animasyon, eğlence departmanı kadın çalışanlarından	3	1	7	2,3	65	20,9	127	40,8	109	35

Tablo 3'te katılımcıların konakladıkları işletmedeki departmanlara göre kadın çalışanlardan duydukları memnuniyet düzeylerine ilişkin dağılım görülmektedir. Katılımcıların önbüro departmanı kadın çalışanlarından (%83,0), kat hizmetleri departmanı kadın çalışanlarından (%89,9), yiyecek içecek departmanı kadın çalışanlarından (%83,6), müşteri ilişkileri departmanı kadın çalışanlarından (%81,4), animasyon-eğlence departmanı kadın çalışanlarından (%75,8) büyük oranda memnun oldukları görülmektedir. Bu durumda katılımcıların genel olarak bütün departmanlardaki kadın çalışanlarından memnun oldukları anlaşılmaktadır. Ancak katılımcıların en çok kat hizmetleri departmanı kadın çalışanlarından memnuniyet duydukları da saptanmıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Kadın Çalışanların Nitelikleri İle İlgili Memnuniyet Düzeyleri

	Hiç memnun değilim		Memnun değilim		Kararsızım		Memnunum		Çok memnunum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%
Saygı	4	1,3	9	2,9	27	8,7	142	45,7	129	41,5
Temizlik	1	0,3	5	1,6	22	7,1	125	40,2	158	50,8
Güvenirlilik	1	0,3	5	1,6	40	12,9	129	41,5	136	43,7
Gülyüzlülük	4	1,3	4	1,3	19	6,1	133	42,8	151	48,6
Nezaket	0	0	9	2,9	27	8,7	130	41,8	145	46,6
Anlayış	1	0,3	5	1,6	35	11,3	135	43,4	135	43,4
Dış görünüş	1	0,3	6	1,9	38	12,2	144	46,3	122	39,2
İletişim	0	0	9	2,9	44	14,1	146	46,9	112	36
İşe ilişkin yeterlilik	1	0,3	7	2,3	28	9	129	41,5	146	46,9

Tablo 4'te katılımcıların konakladıkları işletmedeki kadın çalışanların niteliklerinden duydukları memnuniyet düzeylerine ilişkin dağılım görülmektedir. Katılımcıların kadın çalışanların saygı niteliğinden (%87,2), temizlik niteliğinden (%91,0), güvenirlik niteliğinden (%85,2), güler yüzlülük niteliğinden (%91,4), nezaket niteliğinden (%88,4), anlayış niteliğinden (%86,8), dış görünüş niteliğinden (%85,5), iletişim niteliğinden (%82,9), işe ilişkin olarak yeterlik niteliğinden (%88,4) büyük oranda memnun oldukları görülmektedir. Katılımcıların en fazla memnuniyet duydukları kadın çalışan niteliklerinin güler yüzlülük ve temizlik nitelikleri olduğu görülmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere faktör analizi uygulanarak kadın çalışanların iş hayatında bulunmasına yönelik müşteri tutumlarına ve memnuniyetlerine ilişkin alt boyutlar belirlenmeye çalışılmıştır. Büyüköztürk'e göre (2011: 126) verilerin faktör analizi için uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin katsayısı ve Barlett küresellik testi ile incelenir. Veri setini faktörleştirebilmek için KMO'nun 0,60'dan yüksek çıkması beklenir. Bu noktadan hareketle Kaiser-Maier-Olkin (KMO=0,859) ve Barlett testi ($p<,001$) sonuçlarına bakılmış ve sonucun faktör analizi için uygun bir değer olduğu görülmüştür.

Yapılan faktör analizi sonucunda müşteri tutumlarını ve memnuniyetlerini ölçen toplam 20 madde 5 alt boyutla açıklanmıştır. Faktör analizi sonucunda, özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük 5 faktör ortaya çıkmıştır. Bu 5 faktör toplam varyansın %66,16'sını açıklamaktadır. Her bir faktörün iç tutarlılık ölçütü olan Cronbach Alfa güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır. Cronbach Alfa katsayılarının 0,695 ve 0,884 arasında olduğu görülmüştür. Tablo 5'teki faktörler literatürden yararlanarak isimlendirilmiştir. İsimlendirilen faktörlerin faktör yükleri, açıklanan varyansları ve Cronbach Alfa katsayıları Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Faktör Analizi Sonuçları

<i>Değişkenler</i>	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans %	Cronbach's Alpha
<i>Faktör 1: Hizmet Kalitesi</i>		21,82	0,884
Kadın çalışanlar hizmeti hatasız olarak sunar.	0,78		
Kadın çalışanlar müşteri beklentilerine karşı ilgilidir.	0,76		
Müşteri şikâyetleri konusunda kadın çalışanlar tatmin edici yanıtlar verir.	0,75		
Kadın çalışanlar müşteriye yeterince zaman ayırır.	0,74		
Kadın çalışanlar müşteri sorularına anında cevap verir.	0,73		
Kadın çalışanlar beklentilere cevap verecek düzeyde bilgi sahibidir.	0,72		
Müşterilerin işletme tercihinde kadın çalışanların önemli bir etkisi vardır.	0,71		
<i>Faktör 2: İşin İşgörene Uygunluğu</i>		13,75	0,846
Genel olarak işletmelerde işler, kadın işi ve erkek işi diye ayrılmalıdır.	0,84		
Konaklama işletmelerinde görev dağılımı kadın çalışan ve erkek çalışan için farklı yapılmalıdır.	0,84		
Konaklama işletmelerindeki esnek çalışma saatleri, kadın çalışanlar için sorun yaratır.	0,77		
Konaklama işletmelerindeki vardiyalı çalışma düzeni kadın çalışanlar için sorun yaratır.	0,67		
<i>Faktör 3: İşgörenin İşe Uygunluğu</i>		11,84	0,837
Kadın çalışanların evli olması iş hayatında sorun yaratır.	0,82		
Kadın çalışanların çocuklu olması iş hayatında sorun yaratır.	0,81		
Başarılı olmak için kadın çalışanların ailevi görevlerinden vazgeçmesi gerekir.	0,8		
<i>Faktör 4: İş görme Yeterliliği</i>		11,13	0,765
Kadın çalışanlar iş ortamında gerektiği kadar girişkendir.	0,78		
Kadın çalışanlar iyi bir yönetici olmak için gerekli özgüvene sahiptir.	0,76		
Kadın çalışanlar işe erkek çalışanlar kadar zaman ayırır.	0,7		
Kadın çalışanlar yönetici olmak için gerekli vasıflara sahiptir.	0,53		
<i>Faktör 5: Memnuniyet</i>		7,62	0,695
Konaklama işletmelerinde daha fazla kadın çalışan olması gerekir.	0,83		
Konaklama işletmelerinin bütün departmanlarında kadın çalışan olması gerekir.	0,83		
Toplam açıklanan varyans			,843

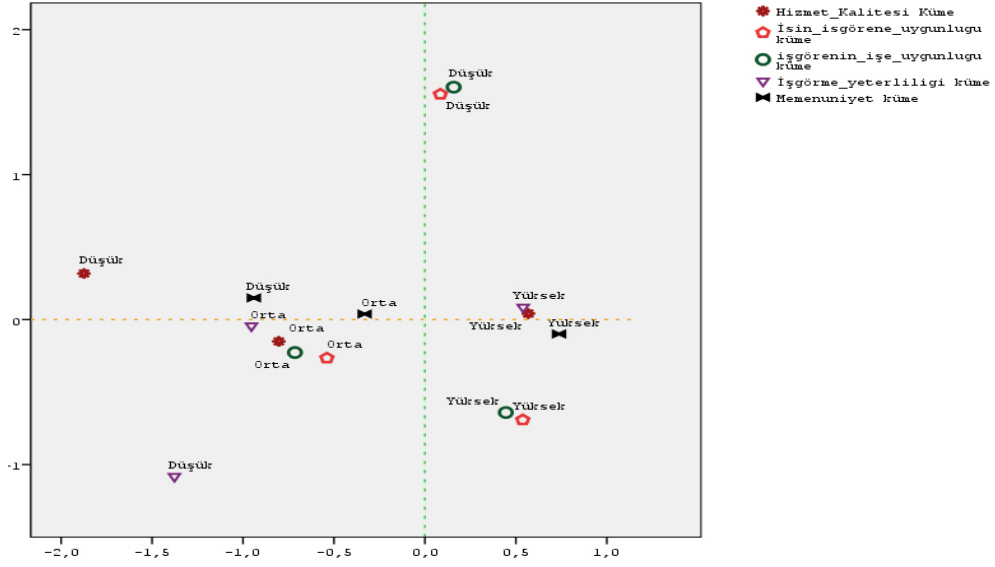
Not: Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği=0.859 Bartlett's Test of Sphericity= $p<,000$ (Chi-Square 2844,867, df=190).

Faktör analizi sonucunda elde edilen alt boyutlara kümeleme analizi yapılmıştır. Kümeleme analizi yapılmasındaki temel amaç, değişkenleri kategorik değişkenlere uygulanan çoklu uyum analizi yapmaya elverişli hale getirmektir. Dolayısıyla araştırmada birden fazla değişken arasında ilişki aramak yerine tek bir analiz ile ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Katılımcıların kadın çalışanlara karşı tutumlarının ve memnuniyet düzeylerinin belirlenmesinde elde edilen 5 alt boyuttan elde edilen puanlar K-Means kümeleme analizi ile yüksek, orta ve düşük olarak 3 küme şeklinde sınıflandırılmıştır.

Kümeleme analizi sonuçlarına göre, bütün alt faktörlere ilişkin yüksek, orta, düşük olmak üzere üç küme elde edilmiştir. Hizmet kalitesi faktörünün 7 değişkenine ilişkin 311 katılımcının vermiş olduğu cevaplarla, 197 katılımcı yüksek nitelendirilen kümede, 95 katılımcı orta nitelendirilen kümede ve 19 katılımcı ise düşük nitelendirilen kümede yer almaktadır. İşin işgörene uygunluğu faktörüne ilişkin 114 katılımcı yüksek nitelendirilen kümede, 125 katılımcı orta nitelendirilen kümede ve 72 katılımcı ise düşük nitelendirilen kümede yer almaktadır. İş görenin işe uygunluğu faktörüne ilişkin 139 katılımcı yüksek nitelendirilen kümede, 102 katılımcı orta nitelendirilen kümede ve 70 katılımcı ise düşük nitelendirilen kümede yer almaktadır. İş görme yeterliliği faktörüne ilişkin 202 katılımcı yüksek nitelendirilen kümede, 97 katılımcı orta nitelendirilen kümede ve 12 katılımcı ise düşük nitelendirilen kümede yer almaktadır. Memnuniyet faktörüne ilişkin 117 katılımcının yüksek nitelendirilen kümede, 158 katılımcının orta nitelendirilen kümede ve 36 katılımcının ise düşük nitelendirilen kümede yer aldığı görülmüştür.

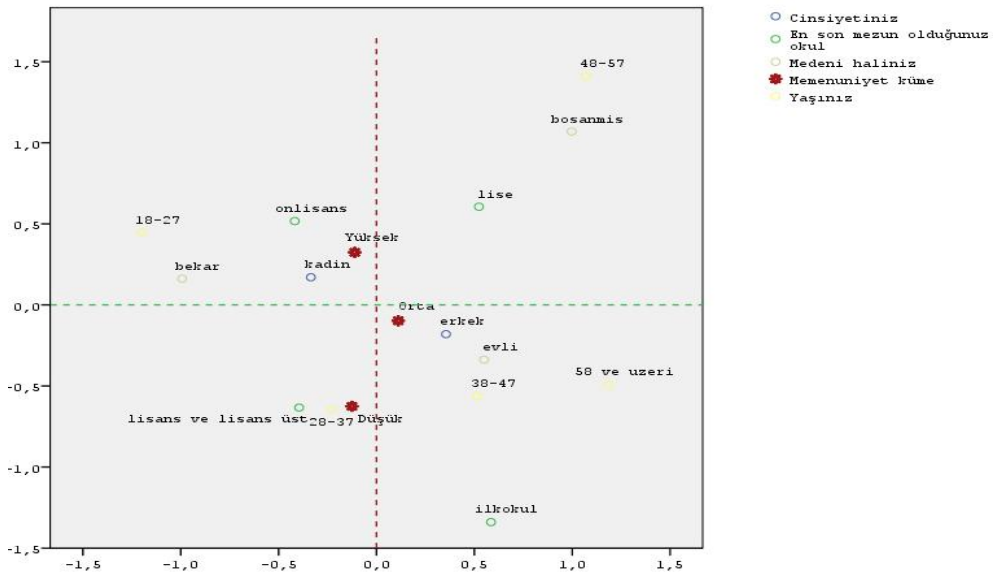
Değişkenler arasındaki benzerlik ve farklılığın belirlenmesi amacıyla yapılan uyum analizi sonuçlarına göre, işin işgörene uygunluğu ve işgörenin işe uygunluğu faktörü birbirine yakın bölgede kümelmiştir ve memnuniyet kümesinden uzaktır. Bu durum katılımcıların bir kısmının kadın çalışanlara karşı olumlu tutum içinde olmamalarının sonucu olabilir. Düşük kümedeki katılımcılara göre konaklama işletmelerinde çalışmak kadın çalışanlara göre değildir ve konaklama işletmelerindeki çalışma koşulları kadın çalışanlar için uygun görülmemektedir. Bu bağlamda kadın çalışanların iş hayatında bulunmasını istemeyen veya çalışma şartlarının kadın çalışanlar için uygun olmadığını düşünen katılımcıların kadın çalışanlardan duyduğu memnuniyet düzeyinin de düşük olduğu düşünülebilir (Şekil 1).

Şekil 1. Memnuniyet Faktörü İle Diğer Alt Boyutlar Arasındaki İlişki



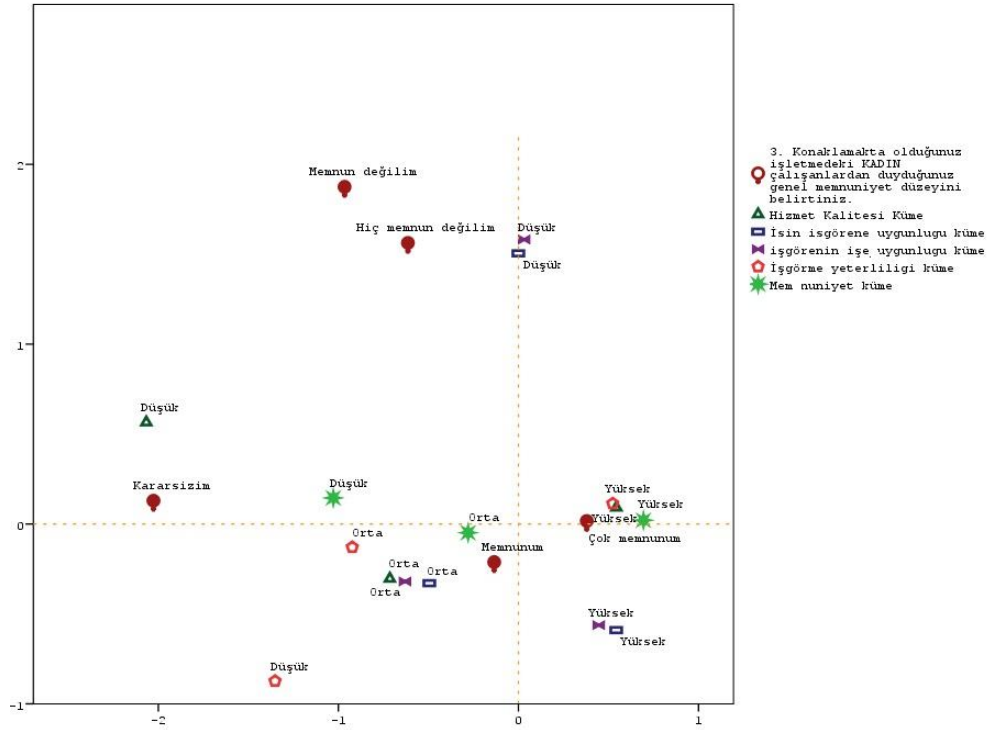
Şekil 1'den çıkan sonuca göre kadın çalışanlardan memnun olan katılımcıların kadınların sunduğu hizmetten de memnun olduğu, kadın çalışanların iş hayatında bulunmasına daha sıcak baktığı, iş görme yeterliliği konusunda kadın çalışanları yeterli bulduğu ve çalışma koşullarının kadın çalışanlar için uygun olduğunu düşündükleri söylenebilir. Bu durumda kadın çalışanlara yönelik tutumları olumlu olan katılımcıların kadın çalışanlara karşı duydukları memnuniyet düzeylerinin de yüksek olduğu sonucuna varılabilir.

Şekil 2. Memnuniyet Boyutu İle Katılımcıların Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki



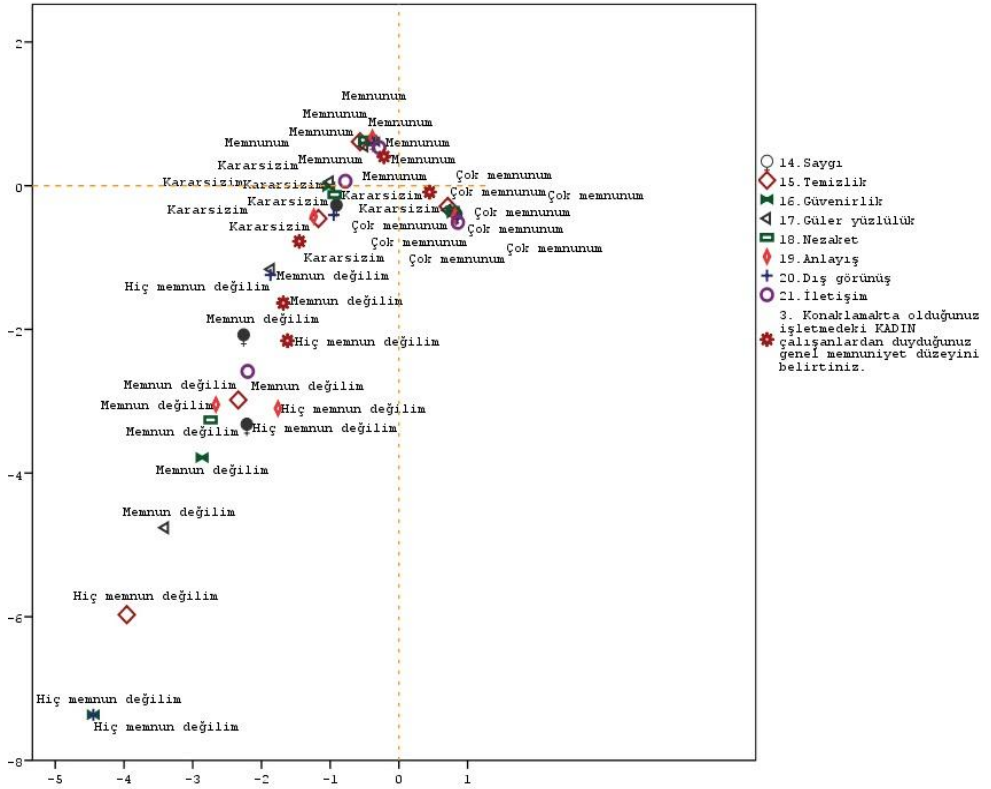
Şekil 2'de memnuniyet faktörü ile katılımcıların demografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekle göre kadın çalışanlardan en çok memnuniyet duyan katılımcıların kadınlar, bekârlar, 18-27 yaş aralığında ve ön lisans mezunu oldukları görülmektedir. Erkekler, evli olanlar, 30-47 yaş aralığında olan katılımcıların da kadın çalışanlardan orta derecede memnun oldukları görülmektedir. 28-37 yaş grubunda olanlar ile lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanların memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum eğitim seviyesinin yükselmesi sonucunda memnuniyet beklentisinin arttığı ve memnuniyetin yetersiz bulunduğuyla açıklanabilir. İlkokul mezunlarının ise memnuniyet kümesine yakın kümelenmediği görülmektedir. Bu durumda ilkökul mezunlarının kadın çalışanlardan düşük düzeyde memnuniyet duyduğu ve kadın çalışanlara karşı tutumlarının olumsuz olduğu söylenebilir.

Şekil 3. Kadın Çalışanlardan Duyulan Memnuniyet İle Alt Boyutlar Arasındaki İlişki



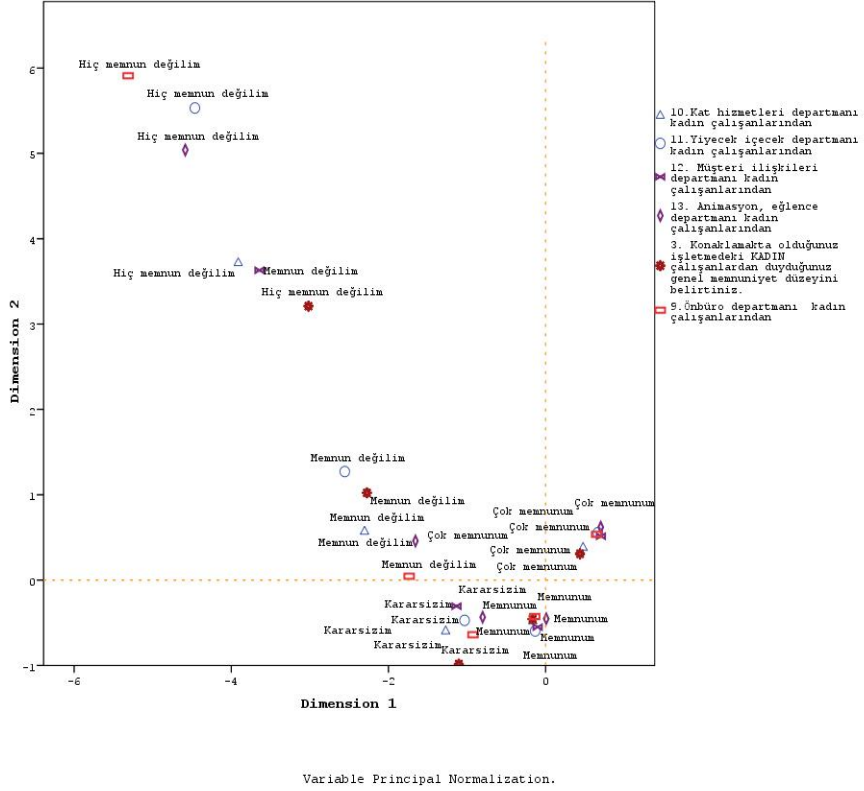
Şekil 3'de katılımcıların konakladığı işletmelerdeki kadın çalışanlardan duyduğu genel memnuniyet düzeyi ile alt boyutlar arasındaki ilişki incelenmiştir. Şekle göre kadın çalışanlardan genel olarak yüksek düzeyde memnuniyet duyan katılımcıların bütün alt boyut gruplarından da yüksek düzeyde memnun oldukları görülmektedir. Bu durumda kadın çalışanlardan memnuniyet duyanların kadın çalışanlara karşı daha olumlu bir tavır içinde oldukları ve kadın çalışanlardan daha fazla memnun oldukları söylenebilir. Kadın çalışanlardan memnun olmayanların ise diğer alt boyutlardan da memnun olmadıkları görülmektedir.

Şekil 4. Kadın Çalışanlardan Duyulan Genel Memnuniyet İle Kadın Çalışan Nitelikleri İlişkisi



Şekil 4'e göre kadın çalışanlardan duyulan genel memnuniyet ile kadın çalışanların nitelikleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Şekle göre kadın çalışanlardan genel olarak memnun olan katılımcıların kadın çalışanların niteliklerinden de memnun oldukları görülmektedir. Hem kadın çalışanlardan hem de kadın çalışanların niteliklerinden memnun olmayanların ise aynı bölgede toplandığı görülmektedir. Bu durumda kadın çalışanlardan genel anlamda memnuniyet duyan katılımcılar kadın çalışanların her bir niteliğinden de memnuniyet duymaktadırlar. Bu bağlamda kadın çalışanların sahip olduğu niteliklerin memnuniyet üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Şekil 5. Kadın Çalışanlardan Duyulan Memnuniyet ve Çalıştıkları Departmana Göre Kadın Çalışanlardan Duyulan Memnuniyet İlişkisi



Şekil 5'e göre kadın çalışanlardan duyulan genel memnuniyet ve çalıştıkları departmana göre kadın çalışanlardan duyulan memnuniyet arasında ilişki olduğu görülmektedir. Genel olarak kadın çalışanlardan memnun olanlar, önbüro departmanı kadın çalışanlarından, kat hizmetleri departmanı kadın çalışanlarından, yiyecek-icecek departmanı kadın çalışanlarından, misafir ilişkileri departmanı kadın çalışanlarından ve animasyon-eğlence departmanı kadın çalışanlarından memnun olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların kadın çalışanlardan en fazla memnuniyet duyduğu departmanın kat hizmetleri departmanı olduğu görülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

İşletmeler için önemli olan müşteri memnuniyeti, çalışan ve kadın çalışan kavramları araştırmacılar için de aynı paralellikte giderek önemli hale gelmektedir. Kadın çalışanların konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyeti sağlamadaki öneminin ve müşterilerin konaklama işletmelerindeki kadın çalışanlara ilişkin tutumlarının belirlenmeye çalışıldığı bu araştırmanın yapılacak olan diğer çalışmalara yol gösterici nitelikte olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma sonuçları, katılımcıların genel olarak konaklama işletmelerinden, konaklama işletmesi çalışanlarından ve kadın çalışanlardan duyulan memnuniyet

düzeylerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Kadın çalışanlardan duyulan memnuniyet düzeyi işletmenin kendisinden ve çalışanların tamamından duyulan memnuniyetin de ötesine geçmektedir. Konaklama işletmelerinin hizmet işletmeleri olması ve hizmet sunumunda kadınların doğası gereği daha başarılı olması bu sonucu doğurmuş olabilir.

Kadınların görev yaptığı departmanlar açısından müşteri memnuniyeti ele alındığında müşterilerin bütün departmanlardaki kadın çalışanlardan memnun olduğu ancak yiyecek-içecek departmanı ve kat hizmetleri departmanlarındaki kadın çalışanlardan duyulan memnuniyet düzeyinin diğer departmanlardaki kadın çalışanlara duyulan memnuniyet düzeyinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu departmanlar, toplumsal olarak da kadının asli görevi olduğu varsayılan işlerle ilgili işleri ve sorumlulukları barındırıyor olmasından dolayı öne çıkıyor görünmektedir. Bu departmanlarda yapılan işlere ilişkin kalite algısı da bu departmanlardaki işlerin kadın çalışanlara uygunluğunu teyit eder durumdadır.

Konaklama işletmelerinde işlerin kadınlara uygunluğunun yanında kadın çalışanların nitelikleri de müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Kadın çalışanların güler yüzlü ve temiz olma nitelikleri müşteri memnuniyeti açısından öne çıkan özelliklerdir. Bununla birlikte kadın çalışanların nezaketi ve işe ilişkin yeterlilikleri de müşteri memnuniyeti açısından önemlidir. Saygı, anlayış, güvenirlik, dış görünüş ve iletişim becerileri bir bütün olarak konaklama işletmesi çalışanlarında bulunması gereken nitelikler olmakla birlikte kadın çalışanlardan memnun olunmasını belirleyen unsurlardır. Benzer şekilde kadın çalışanlardan genel anlamda memnun olan müşteriler kadın çalışanların her bir niteliğinden de ayrı ayrı memnuniyet duymaktadır. Bu durum müşteri-işletme etkileşiminin insan ayağını oluşturmada ve çalışanlarda bulunması gereken özelliklere vurgu yapmaktadır. Keskin'in (2004: 23) çalışmasında ortaya çıkan bulgulara göre kadınların sorumluluk duyguları daha fazla; daha hoşgörülü ve affedici; daha titiz ve dikkatli; önsözleri daha kuvvetlidir. Naktiyok ve Küçük 'ün (2003: 240) çalışmalarının sonuçlarına göre müşteriler çalışanların dış görünüş ve anlayışından oldukça yüksek oranda memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Çalışmalar değerlendirildiğinde çalışanlara ait niteliklerin müşterilerin memnuniyeti üzerinde oldukça etkili olduğu sonucuna varılabilir. Konaklama işletmelerinde işe alma ve işbaşı eğitimlerinde burada anılan niteliklere vurgu yapılması ve çalışanların bu niteliklerinin geliştirilmesi müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından önem arz etmektedir.

Memnuniyet elbette bütünsel bir kavramdır. Bir işletmede kadın çalışanlardan memnun kalıp işletmenin kendisinden memnun kalmamak nadir rastlanan bir durumdur. Konakladığı işletmelerdeki çalışanlardan memnun olan müşterilerin ayrı ayrı departmanlardaki çalışanlardan da memnun oldukları görülmektedir. Bu çalışmada uygulanan uyum analizi sonuçları da bunu teyit etmektedir. Burada konaklama işletmelerinde memnuniyetin çalışanlara bağlı olduğu rahatlıkla söylenilebilir. Türk'ün (2005: 209) perakendeci işletmelerde yaptığı çalışma sonuçlarına göre, çalışanların, nezaket, saygı, kibarlık gibi özellikleri müşteriler tarafından ciddi şekilde önemsendiği ve bu özelliklerin müşteri memnuniyetini artırdığı saptanmıştır. Müşterilerin mağaza personelinin nazik, saygılı, kibar bulma oranları arttıkça, personelden ve mağazadan duydukları memnuniyet oranları da artmaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin donanım,

dekorasyon, atmosfer veya fiziksel özelliklere olduğu kadar çalışanlarına da önem vermesi gerekliliği ortaya çıkar.

Yapılan uyum analizi sonuçlarına göre, katılımcıların konaklamakta oldukları işletmelerdeki genel memnuniyet düzeylerine bakıldığında “memnun değilim” ve “hiç memnun değilim” diyenlerin kadın çalışanlara ilişkin işin işgörene uygunluğu ve işgörenin işe uygunluğu faktörlerine de düşük puanlar verdikleri görülmüştür. Bu sonuç da müşterilerin kadın çalışanlara yönelik olumsuz tutumlarının genel memnuniyet düzeylerine ilişkin bir önyargı oluşturduğunu gösterebilir. Bir diğer deyişle katılımcıların genel memnuniyet düzeyi, çalışanlar ve kadın çalışanların nitelikleri de dikkate alındığından yaklaşık % 80 ve üzeri memnun iken genel memnuniyetsizlik nedeninin katılımcıların kadın çalışanların konaklama işletmeleri çalışanı olmasına ilişkin bakış açılarının olumsuz olmasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada yer alan katılımcıların demografik özellikleri dikkate alındığında, 18–27 yaş, bekâr, kadın ve önlisans eğitimi olan müşterilerin kadın çalışanlara ilişkin memnuniyet düzeyleri yüksektir. Mohr ve Henson’ın (1996: 169-170) yaptığı araştırma sonuçları kadın katılımcıların kadın çalışanlardan memnuniyet duyması yönünden bu araştırmayla örtüşmektedir. Mohr ve Henson’a göre çalışan cinsiyeti memnuniyeti etkilemektedir. Kadın çalışanlar için duyulan memnuniyet erkek çalışanlara duyulan memnuniyetten fazladır. Katılımcılar, eğer çalışan bir erkek değil de kadın ise memnuniyetlerinin gittikçe arttığıyla ilgili değerlendirmede bulunmuştur. Katılımcıların memnuniyeti çalışanın cinsiyetiyle aynıysa memnuniyet yüksek çıkmıştır. Ayrıca kadın katılımcıların çalışanın cinsiyetini erkek katılımcılardan daha fazla önemsedikleri de araştırma bulgularındandır. Keskin’in (2004: 23) çalışmasında ortaya çıkan bulgulara göre ise benzer şekilde kadınlar kendilerinin erkeklere göre daha farklı özelliklere sahip olduklarını düşünmektedirler.

Lisans ve lisansüstü eğitim almış 28–37 yaş arası katılımcıların memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip katılımcıların deneyimlerinin fazla ve beklentilerinin yüksek olmasıyla ilişkili olarak memnuniyet düzeylerinin düşük çıkmış olabileceği düşünülmektedir.

Konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin işletmeden, çalışanlardan ve kadın çalışanlardan duydukları memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu, çalışanların ve çalışan cinsiyetinin memnuniyet üzerinde etkili olduğu, müşteri memnuniyeti sağlamada kadın çalışanlara ait niteliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılımcıların genelinin kadın çalışanlara yönelik tutumlarının olumlu olduğu saptanmıştır.

Ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda konaklama işletmeleri için oldukça önemli olan müşteri memnuniyeti kavramı çalışanlara verilecek çeşitli eğitimlerle desteklenebilir. Bu bağlamda işletmelerin ve çalışanların etkinliği artırılabilir. Çalışanlara ait niteliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu düşünüldüğünde işgören seçiminde müşteri memnuniyetini artırıcı niteliklerin dikkate alınarak seçim yapılması işletmenin tercih edilebilirliğini artırabilir.

Konaklama işletmelerindeki esnek çalışma saatleri ve vardiyalı çalışma düzeni kadın çalışanlara da uygun olacak şekilde düzenlenebilir. Bu düzenlemeler

kadın çalışanların hem işe hem eve yeterince zaman ayırmasını sağlayacak, kadın çalışanların işe bağlılığını artıracaktır. Bu bağlamda istihdam koşullarından memnun olan kadın çalışanlar memnun müşteri yaratmak için çaba göstereceklerdir.

Konaklama işletmelerinde kadın çalışanlar yoğun olarak kat hizmetleri departmanında istihdam edilmektedirler. Kadın çalışanlara ait niteliklerin müşteri memnuniyeti üzerindeki olumlu etkisine bakıldığında bu niteliklerini gösterebilecekleri bütün departmanlarda ve daha fazla sayıda istihdam edilmeleri sağlanabilir. Ayrıca müşterilerin kadın çalışanlara karşı olumlu tutumlarına bağlı olarak kadınların iş hayatında olmaları daha fazla desteklenebilir. Bu bağlamda kadın çalışanların ekonomik hayata da katkısı artırılabilir. Kadın istihdamının henüz yeterli düzeyde olmadığı, kadına biçilen geleneksel rollere ilişkin toplumsal beklentilerin kırılmadığı günümüz Türkiye'sinde kadın çalışanların özellikle hizmet işletmeleri açısından önemine vurgu yapan bu çalışma, kadının ekonomik hayata dâhil edilmesi açısından da önemlidir.

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da kısıtları ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışmanın temel kısıtı zamandır. Araştırma zaman kısıtı nedeniyle sınırlı sayıda konaklama işletmesinde gerçekleştirilebilmiştir. Ayrıca araştırma, hizmet endüstrisi içerisinde ve bu araştırma kapsamına alınan konaklama işletmeleri müşterileri ile sınırlıdır. Araştırmanın diğer bir kısıtı araştırmanın sadece Antalya ve Muğla illerinde yapılmış olmasıdır. Yapılacak yeni araştırmaların daha geniş bir örneklem çerçevesinde ve daha fazla konaklama işletmesine yönelik yapılması faydalı olacaktır. Ayrıca diğer sektörlerdeki kadın çalışanlarla turizm sektöründeki kadın çalışanlara yönelik karşılaştırmaların yapılmasına olanak sağlayacak yeni çalışmaların yapılması da gerekmektedir. Yapılacak yeni çalışmalar kadınların müşteri memnuniyeti sağlamadaki öneminin vurgulanmasını sağlayabileceği gibi daha kapsamlı bir resim de sunabilir.

Bu çalışma sadece kadın çalışanları ele alıyor olmasından dolayı cinsiyetçi olmakla eleştirilebilir. Dolayısıyla erkek çalışanlara veya erkek ve kadın çalışanlara beraber odaklanan çalışmalar yapılabilir. Bu çalışma başka ülkelerde de yinelenerek ülkeler arası kültürel farklılıkların ve cinsiyet tutumlarının ortaya konulması açısından da önemli sonuçlar doğurabilir. Bundan sonra yapılacak buna benzer çalışmalarda kadın çalışanlara ve erkek çalışanlara ait nitelikler karşılaştırılarak, bu niteliklerin hizmet sunmada ve müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi araştırılabilir. Kadın çalışanların erkek çalışanlara oranla istihdamlarının yeterli düzeyde olmamasının gerekçeleri irdelenebilir. Müşteri memnuniyetinin yanında çalışan memnuniyeti de dikkate alınması gereken bir konudur. Bu bağlamda düşünüldüğünde özellikle konaklama işletmelerindeki çalışma düzeninin kadın çalışanlarının iş tatminine yönelik etkileri de incelenebilir.

6. Kaynakça

- Acar, C. A. (1992), Kadınların İşletmelerde İstihdamı ve Kadınların Çalışmasına Karşı Tutumlarla İlgili Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akoğlan, M. (1996), 'Konaklama Endüstrisinde Kadının Konumu', *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7 (3-4), Aralık, ss. 16-23.

- Akoğlan, M. (1997), *Konaklama Endüstrisinde Kadın Yöneticiler*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anafarta, N., Sarvan, F. ve Yapıcı, N. (2008), 'Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma', *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 15, ss.111-137.
- Aymankuy, Y. Ş. (2005), Turizm Sektöründe Sendikalaşma ve Hizmet Kalitesi İlişkisi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Bal, H. (1995), *Turizmin Kırsal Toplumda Aile İçi İlişkilere Etkisi (Antalya'nın Üç Köyünde Karşılaştırmalı Bir Araştırma)*, İstanbul: Doğa-İnsan Yayınları.
- Berber, M. ve Eser, Y. B. (2008), 'Türkiye'de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz', *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 10 (2), ss. 1-16.
- Berberoğlu, N. G. (1989), 'Kadın Yöneticiler: İş Hayatındaki Yeri ve Sorunları', *Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7 (1), ss. 287-305.
- Brownell, J. (1994), 'Women in Hospitality Management: General Managers' Perceptions of Factors Related to Career Development', *Hospitality Management*, 13(2), ss. 101-117.
- Burgess, C. (2000), 'Hotel Accounts - Do Men Get The Best Jobs?', *Hospitality Management*, 19, ss. 345-352.
- Burrell, J., Manfredi, S., Rollin, H., Price, L. ve Stead L. (1997), 'Equal Opportunity for Women Employees in The Hospitality Industry: A Comparison Between France, Italy, Spain and the UK', *Journal of Hospitality Management*, 16 (2), ss. 161-179.
- Büyüköztürk, Ş. (2011), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Dalkıranoğlu, T. (2006), Çalışma Yaşamında Kadın İşgücü ve Cinsiyet Ayrımcılığı: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Demir, M. (2006), Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Alan Araştırması (Bartın İli Örneği), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Demirtaş, N. (2010), 'Turizmde Kadın Çalışanların Profili ve Sorunları: Beypazarı Örneği', *V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi*, 27-30 Mayıs, Nevşehir, ss. 441-454.
- Gentry, M. K. (2007), 'Belizean Women and Tourism Work. Opportunity or Impediment', *Annals of Tourism Research*, 34 (2), ss. 477- 496.
- Gerson, F. R. (1997), *Müşteri Tatmininde Süreklilik*, (Çev: T. Savaşer), İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Hanan, M. ve Karp, P. (1991), *Customer Satisfaction How to Maximize Measure and Market Your Companys' "Ultimate Product"*, Newyork: Amacom.
- Jordan, F. (1997), 'An Occupational Hazard? Sex Segregation in Tourism Employment', *Tourism Management*, 18 (8), ss. 525-534.
- Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (2000), *Kadın İstihdamı İçin Yeni Perspektifler ve Kadın İşgücüne Muhtemel Talep*, Ankara: KSSGM Yayınları.

- Keskin, G. (2004), 'Kadın Yöneticilerin Kişilik Özellikleri ve Kariyer Engelleri (Erzurum'da Bir Araştırma)', *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 18, ss.18-25.
- Kuzgun, Y. ve Sevim, A. S. (2004), 'Kadınların Çalışmasına Karşı Tutum ve Dini Yönelim Arasındaki İlişki', *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37 (1), ss. 14-27.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013), sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5881,yabanci-ziyaretci-sayisi.pdf?0, (24.04.2013).
- Maric, J. (2000), Differences and Similarity Between A Woman and Man Achieving The Business Success Conference. A Business Woman Yesterday, Today, Tomorrow, *Economic Council of Yugoslavia*, March.
- Mattila, A. S., Grandey, A. A., Fisk, G. M. (2003), 'The Interplay of Gender and Affective Tone in Service Encounter Satisfaction', *Journal of Service Research*, 6 (2), ss. 136-143.
- Mohr, A. L. ve Henson, W. S. (1996), 'Impact of Employee Gender and Job Congruency on Customer Satisfaction', *Journal of Consumer Psychology*, 5 (2), ss. 161-187.
- Naktiyok, A. ve Küçük, O. (2003), 'İşgören (iç müşteri) ve Müşteri (dış müşteri) Tatmini, İşgören Tatmininin Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri: Ampirik Bir Değerlendirme', *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17 (1-2), ss. 225-243.
- Ng, W. C. ve Pine, R. (2003), 'Women and Men in Hotel Management in Hong Kong: Perceptions of Gender and Career Development Issues', *Hospitality Management*, 22, ss. 85-102.
- Nunnally, J.C. (1967), *Psychometric Theory*, New York: Mc Graw Hill Book Company.
- Ovalı, E. (2003), Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Otomotiv Bayiinde Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Özdemir, E. ve Akpınar, A. T. (2002), 'Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Çerçevesinde Alanya'daki Otel ve Tatil Köylerinde İnsan Kaynakları Profili', *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), ss. 85-105.
- Stefanovic, V. ve Dimitrijevic, L. (2006), 'Tourism and Management - A Challenge For Women', *Tourism and Hospitality Management*, 12 (2), ss. 191-198.
- Türk, M. (2005), 'Perakendeci İşletmelerde Personelin Davranışsal Özellikleri ile Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki', *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), ss. 195-219.
- Vavra, G. T. (1999), *Müşteri Tatmini Ölçümlerinizi Geliştirmenin Yolları: Müşteri Tatmini Ölçüm Programları Oluşturma, Uygulama, İnceleme ve Raporlama Rehberi*, (Çev: G. Günay), İstanbul: Kalder.