

# TURİZM SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ ÜZERİNE BİR LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

*Yrd. Doç. Dr. Burhan KILIÇ*  
Muğla Üniversitesi,  
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

*Yrd. Doç. Dr. Ali Eleren*  
Afyon Kocatepe Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

## ÖZET

*Hizmet sektörünün uluslar arası ticaret içerisinde önemi her geçen gün artmaktadır. Gelişmiş ekonomilerin göstergesi, hizmet sektörlerinin tüm ekonomideki payı ile ölçülür hale gelmiştir. Bu nedenle, hizmet sektörlerinin sınıflandırılması, sorunlarının değerlendirilmesi, maliyet analizleri, insan kaynakları, finans ve pazarlama üzerine analizlerle birlikte, hizmet kalitesi ölçümü üzerine çalışmalar hızla artmaktadır. Hizmet sektöründe kalite kavramı, diğer sektörlerle nazaran tanımlanması ve ölçülmesi çok daha zor bir kavramdır. Hizmet kalitesinin ölçümünde doğru model ve yöntemlerle çalışılması, işletme yönetimine yön vermesi açısından önemlidir. Bu çalışmada, hizmet sektörü kalite ölçümünde kullanılan modellerin ve ölçümlerin tanımlanması için literatür taraması yapıp, özellikle misafirperverlik kalitesi üzerine yeni çalışmaların yönünü ve etkinliğini olumlu etkileyecek öneriler sunulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** *Turizm, Hizmet, Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri*

## A LITERATURE REVIEW ON SERVICE QUALITY MEASUREMENT IN TOURISM

### ABSTRACT

*The importance of service sectors have been increasing in international commerce. One indicator of developed economies has become the share of service sector within the total economy. Therefore, there has been increasing amount of studies about classification of service sectors, problem assessment, cost analyses, human resources, financial and marketing analyses and service quality. The quality concept in service sectors is harder to conceptualize and measure than it is in other sectors. Using the appropriate models and measure in service quality measurement is utmost important in providing directions to management of the practitioners. In this study, current literature on service quality is reviewed to describe the current models and measures and provide suggestions to improve the directions and efficiency of research on quality in the hospitality industry.*

**Keywords:** *Tourism, Service, Service Quality, Models of Service Quality Measurement*

## 1. GİRİŞ

Hizmet sektöründe kalite, idrak edilebilme, uygulanabilirlik, kontrol edilebilme ve sürekliliği sağlayabilme açısından oldukça güç, belirsiz ve karmaşık bir kavram olarak ifade edilmektedir. Hizmet kalitesi, pek çok nedenden dolayı farklı algılamalara neden olmaktadır. Hizmet sektöründe hizmetin kalitesi, hizmeti gören bireyden bireye hatta hizmeti alan müşteriden müşteriye değişiklik gösterebilmektedir. Ortaya çıkan bu değişiklik hizmetlerin mallara kıyasla standardizasyonunun yok denecek kadar az olduğunu ifade etmektedir. Bu denli karışık bir kavramın elbette değerlendirilmesi de aynı oranda güç olacaktır.

Her şeye rağmen hizmet kalitesi kavramı tüm dünyada pek çok nedenden dolayı her geçen gün artan oranda önem kazanmaktadır. Bu nedenlerden birisi kurumların topluma karşı olan sorumluluklarını ifade etmektedir, yani kurumların yüksek kaliteli mal ya da hizmet üretmek ve sunmak topluma olan sorumluluklarının en önemli unsurudur. İkinci neden olarak ise hizmet sektörünün ekonomiyi oluşturan diğer sektörler içindeki durumudur(Akbaba, 2007: 314). Bunlara ilave olarak hizmet kalitesi kavramının önem kazanmasındaki diğer nedenler; işletmelerin başarılarının kaliteli ürün ve hizmet sunmayla doğru orantılı olması, sundukları hizmetin kalitesini artırarak pazar paylarını artırmak istemeleri, daha yüksek karlılık elde etmek istemeleri, müşterilerde sadakat yaratma isteği vb. olarak sıralanabilir.

Hizmet sektöründe büyüme, ülke ekonomilerinin gelişmişlik göstergesi haline gelmiştir. İmalat sektörlerinde gelişim göstergeleri içerisinde finansal yatırımların büyüklüğü ilk sıralarda yer almaktadır. Ancak hizmet sektörlerinde finansal boyuttan ziyade kalite kavramı daha çok öne çıkmaktadır.

Tüm işletmeler için rekabetin temel anahtarı müşteri memnuniyeti ile tanımlanmaktadır. Bu durum hizmet işletmeleri için de değişmemektedir. Bir üründen müşterinin tatmini, ürünü aldıktan sonra kullandığında veya tükettiğinde ortaya çıkmaktadır. Ancak hizmet işletmelerinde ürünlerden oluşan tatmin hizmet üretilirken doğrudan oluşmaktadır ve bu konuda ilk belirleyici faktör insan ve onun sunmuş olduğu hizmetin niteliği olmaktadır.

Üretim işletmelerinde ürün kalitesi teknolojik muayenelerde, istatistiksel kontrol yöntemleriyle direk belirlenebileceği halde hizmet işletmelerinde kalitenin ölçülmesi ve kontrolü o kadar kolay olmamaktadır.

Hizmet sektöründe ve alt sektörlerinde hizmet kalitesi ölçümü üzerine literatürde birçok çalışma örneği bulunmaktadır. Bu örnekler incelendiğinde hizmet kalitesinin tanımlanması ve ölçümü üzerine birçok model ve yöntemin geliştirildiği görülmektedir.

## 2. HİZMET KALİTESİ KAVRAMI VE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ

İmalat sektöründeki gelişime paralel olarak ortaya çıkan refah artışı ve gelir düzeyindeki yükselme ile birlikte hizmet sektörü de her geçen gün çok daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Teknolojik gelişmeler, gelir seviyesindeki artış, ulaşım araçlarının hız ve konforu, boş zamanın artışı vb. etkenlerden dolayı hizmet sektörü ve özellikle de turizm sektörü günden güne önemini artırmıştır. Hizmet sektörünün her geçen gün artan önemine karşılık, günümüzde halen üzerinde görüş birliğine varılmış bir tanımı yapılamamıştır. Bunda en büyük neden, hizmet sektöründeki çeşitliliğin çok olması ve hizmet sektörünün kendine has özellikleridir.

Hizmet tanımı yapılırken genel olarak araştırmacıların hizmetin belli özellikleri üzerinde durarak tanımladıkları görülmüştür. Kotler (1997: 467), soyut olma özelliğini dikkate alarak hizmeti "bir tarafın diğerine sunduğu mülkiyeti gerekli kılmayan soyut bir faaliyet veya hareket" olarak tanımlamaktadır. Hizmetin bir diğer özelliği, üretimin ve tüketimin eşzamanlı olmasıdır. Hizmet, "üretildiği yerde tüketilen bir iş, bir eylem, bir performans, sosyal olay ve çaba" olarak ifade edilmiştir (Uyguç,1998). Yine Mucuk (2001) yapmış olduğu hizmet tanımlamasında hizmetin diğer özelliklerini de değerlendirmeye katmıştır. Yazara göre "hizmetler soyut, depolanamaz ve taşınamaz, mülkiyet hakkı olmayan, üretimin ve tüketimin eşzamanlı olduğu mallar ya da faydadır". Elbette bu tanımlarda birbirlerine göre farklı ifadelerin bulunması tanımın hizmet sektörünün çeşitliliğinin çok olmasıyla doğrudan ilişkili olduğunu söylemek hiç de zor olmayacaktır.

Bir hizmetin tarifinde genel olarak sağlanan fayda esas alınmaktadır (1). Bazı hizmet türleri kısa sürede yani derhal fayda sağlamaktadır. Bunlara yiyecek- içecek işletmeleri, fast food restoranlar, temizlik hizmeti, sinema vb. alanlar örnek olarak gösterilebilir. Bazı hizmet türleri de orta vadede fayda sağlamaktadır. Bunlara tamir ve bakım hizmetleri, danışmanlık hizmetleri vb. örnek olarak verilebilir. Diğer grup ise daha uzun süreli faydalar sağlamaktadır. Bunlar ise, sigorta hizmetleri, finansman hizmetleri vb.'dir.

Tanımlardan ve sektörel gruplamalardan anlaşılacağı üzere hizmet; fiziksel olarak soyut bir ürün olması, hizmeti oluşturan öğelerde sahipliğin değil kullanım hakkı veya tecrübenin bulunması, üretim ve tüketimin eşzamanlı olarak meydana gelmesi, üretilen ürünün üretildiği yerde tüketilmesi, makineleşmenin yok denecek kadar az olması yani emek yoğun bir endüstri olması, diğer endüstri dallarında olduğu gibi hizmet üretiminde standardizasyonun yok denecek kadar az olması gibi nedenlerden dolayı diğer endüstri dallarından ayrılmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007: 16-23).

Hizmet sektöründeki çeşitlilik beraberinde sunulan hizmetin kalitesini de ön plana çıkarmıştır. Kalite kavramı insanların ve sistemlerin "hata yapması" ve "mükemmele ulaşma isteği" gerçeğinden ortaya çıkmıştır. Latince nasıl oluştuğu anlamına gelen "Qualis" kelimesinden türemiş ve "Qualitas" kelimesiyle ifade edilmiştir(2). Ürünlerle ilgili olarak araştırmalarda kalite ile ilgili olarak üzerinde bir fikir birliğine varılamayan çok çeşitli tanımlar bulunmaktadır(Ayala vd. 1996). Kaliteyi Hall(1990), standartlara uygunluk, Crosby(1979) ihtiyaçlara uygunluk ve Juran(1980) kullanıma uygunluk olarak ifade etmişlerdir.

Yine kalite;

- Bir ürün veya hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerinin toplamıdır. (TS 9005 – ISO 8402) (3)
- Bir malın ya da hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesidir. (Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu – EOQC) (4)
- Kalite, ürün ya da hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketicinin isteklerine cevap veren bir üretim sistemidir. (Japon Sanayi Standartları Komitesi-JIS) (5)

**Tablo 1: Hizmet Sektöründe Kalite Ölçüm Modelleri (Genel)**

Sıra No	ARAŞTIRMACI	MODEL	ANAHTAR UYGULAMALAR-BULGULAR
1	Grönroos, 1984	Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli	Hizmet kalitesi teknik ve fonksiyonel kaliteye ve işletme imajına bağlıdır. Fonksiyonel kalite, teknik kaliteden daha önemlidir.
2	Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985	Fark Modeli SERVQUAL	Hizmet kalitesi, kalite boyutları boyunca beklenti ve algılar arasındaki farkların bir sonucudur.
3	Haywood ve Farmer, 1988	Boyut/Özellik Hizmet Kalitesi Modeli	Bu model hizmet işletmesini en iyi kalite yönetimi için üç temel boyutta incelemektedir; fiziksel imkânlar ve süreç, davranış ve de mesleki deneyim. Fakat hizmet kalitesinin ölçümünü sağlamamaktadır.
4	Brogowicz, Delene ve Lyth, 1990	Hizmet Kalitesi Sentez Modeli	Yönetim tarafından sistematik olarak dikkate alınması gereken planlama, uygulama ve kontrol gibi anahtar değişkenleri tanımlamaktadır. Bu sayede hizmet kalitesindeki farklar minimize edilebilmektedir. Deneysel geçerliliğe gereksinim duymaktadır.
5	Cronin ve Taylor, 1992	SERVPERF-Performansa Dayalı Model	Kalitenin beklenti değil sadece müşteri algılarından ölçülebileceğini ifade etmektedir.
6	Mattsson, 1992	Hizmet Kalitesi İdeal Değer Modeli	Beklenen ideal standartların kullanımı ile tecrübelerin mukayesesinin önermektedir. Müşteri memnuniyeti ve değer olarak çok az sayıda ölçek kullanılmıştır.
7	Teas, 1993	Performans Değerlendirme ve Standart Kalite Modeli	Beklentinin operasyonel tanımı ve kavrama ilişkin sorunları ortaya çıkarmıştır. Ve beklentiyi tekrar tanımlamıştır. Küçük bir örnek ve dar bir alanda test edilmiştir. (indirimli satış mağazası)
8	Berkley ve Gupta, 1994	Bilgi Teknolojisi Uyuşum Modeli	Bilgi teknolojilerinin ana hizmet kalite boyutları boyunca müşteri hizmetlerini geliştirmek için nasıl kullanılabileceğini tanımlamaktadır. Model sadece bilgi teknolojilerinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini göstermektedir. Ölçüm yollarını sunmamaktadır.
9	Dobholkar, 1996	Özellik ve Genel Etki modeli	Teknoloji temelli self-servis tercihleri için hizmet kalitesinin değerlendirilmesini formüle etmeyi önermiştir. Fakat demografik özellikler, ücret, fiziksel çevre vb. etkiler dikkate alınmamıştır.

10	Spreng ve Mackoy, 1996	Algılanan Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Modeli	Hizmet kalitesi ve memnuniyet birbirinden farklıdır ve uygunluk memnuniyeti etkilemektedir. Fakat model hizmet kalitesinin nasıl başarılacağını ve işleyeceğini hususunu aydınlatmamaktadır.
11	Philip ve Hazlet, 1997	EÖÇ- Eksen, Öz ve Çevre Özellikleri Modeli	Bütün hizmet sektörleri için hizmet kalitesi hesaplamalarının genel çerçevesini etkili ve basit bir şekilde ortaya koymaktadır. Fakat deneysel geçerlilik açısından yetersizdir.
12	Sweeney, Soutar ve Johnson, 1997	Perakende Hizmet Kalitesi ve Algılanan Değer Modeli	Teknik hizmet kalitesi ürün kalitesi için en önemli yardımcıdır ve bundan dolayı satın alma istekliliğini etkiler. Model sadece tek bir değeri, parayı ölçü almaktadır.
13	Oh, 1999	Hizmet Kalitesi, Tüketici Değeri ve Tüketici Memnuniyet Modeli	Model tüketici karar sürecini anlamak için bir çerçeve olarak kullanılabilir. Modelin hizmet alanlarının değişik tipleri için genellenmeye ihtiyacı vardır.
14	Dabholkar, 2000	Önceki Etkiler ve Aracı Faktörler Modeli	Tüketiciler hizmetle ilgili değişik faktörleri değerlendirirler fakat hizmet kalitesinin tamamen değerlendirilmesi farklı bir şekil alabilmektedir. Tüketicilerin önceki memnuniyetleri ortaya çıkarılmamıştır. Değişik servis alanlarında genellenmeye ihtiyacı vardır.
15	Frost ve Kumar, 2000	İç Hizmet Kalitesi odeli	İç müşterilerin beklenti ve algıları ve iç tedarikçiler algılanan iç hizmet kalitesinin kabul edilmesinde temel bir rol oynarlar. Servis alanlarının değişik tipleri için genellenmeye ihtiyacı vardır.
16	Soteriou ve Stavrinides, 2000	İç Hizmet Kalitesi Veri Zarflama Analizi Modeli	Daha yüksek seviyede hizmet kalitesi ortaya koymak için yararlanılacak en iyi kaynakları gösterir. Hizmet kalitesinin ölçümünü sağlamaz.
17	Broderick ve Vachirapornpuk, 2002	İnternet Bankacılığı Modeli	İki alanda internet bankacılık hizmetinde kalite yönetimini içermektedir; a) ortak hizmet noktası ve b) artan tüketici rolünün yönetimi. Ampirik çalışma yapılmamıştır. Sadece site deneyimine bağlıdır.
18	Zhu, Wymer ve Chen, 2002	Bilgi Teknolojileri Temelli Model	Bilgi teknolojileri servis sağlayıcılara yüksek seviyede tüketici memnuniyeti sağlamalarında yardımcı olabilir. Bilgi teknolojileri temelli hizmetlerin tüketici değerlendirmeleri tercih edilen geleneksel hizmetler ve geçmiş tecrübelerden etkilenmektedir. Hizmet kalitesi ölçümü sağlamamaktadır.
19	Santos, 2003	e-Hizmet Kalitesi Modeli	Bu çalışma kendi belirteçleriyle kavramsal bir e-hizmet kalitesi modeli önermektedir. Araştırma çalışmasıdır. Spesifik bir ölçüm cetveli sunmaz. İstatistiksel bir uygulama değildir.
20	Parasuraman, Zeithaml ve Malhotra, 2005	E-S-QUAL	Web siteleri tarafından sağlanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için teorik bulgulara dayalı birçoklu ölçek geliştirmişlerdir. Araştırma sonucu göstermektedir ki, çevrimiçi müşteriler için kullandıkları hizmet kalitesi ölçeğinde 22 önerme ve 4 boyut bulunmaktadır. Boyutlar; yeterlilik, ifa (yerine getirebilme), kullanılabilirlik ve gizlilik. Aynı çalışmada ikinci bir ölçek olarak da E-RecS-QUAL' i kullanmışlardır. Bu ölçek de 11 önerme ve 3 boyuttan oluşmaktadır.

Hizmetleri mallardan ayıran özellikler; soyutluk, hetorejen, üretim ve tüketimin eşzamanlı oluşu(Parasuraman vd. 1985) gibi nedenler hizmeti satın alan müşterinin beklentisinde ve sonucunda elde ettiği tecrübeye farklılıklar ortaya çıkarabilmektedir. Bu farklılıklar ürün tanımlarının aksine hizmet kalitesi tanımını çok zorlaştırmıştır. Bununla birlikte hizmet işletmelerinde ve özellikle turizm işletmelerinde kalite algılamaları müşterilerin sosyo-demografik yapıları, işletme imajı, müşteri beklentileri, kişisel ve psikolojik durumlarına vb. göre değişmektedir. Ayrıca turizm işletmelerinde ürünün bileşik özellik göstermesi çoğu zaman ürünü oluşturan zincirden ortaya çıkan hizmetin kalitesini ve memnuniyet derecesini etkilemektedir. Bu da soyut bir kavram olan hizmet kalitesinin ölçülmesini zorlaştırmaktadır. Dahası otel işletmelerinde, hizmet standartlarının belirlenememesi, eksik dağıtım kanalı, güvenilirlik ve tutarlılık, yüz yüze etkileşim ve bilgi aktarımı ve dalgalı talep hizmet kalitesinin tanımlanmasını ve ölçülmesini karmaşık hale getirmiştir(Akbaba, 2006:171). Yine otel işletmelerine talebin belli periyotlara toplanması tutarlı hizmet kalitesinin sağlanmasını zor hale sokmaktadır (Barrington ve Olsen, 1987:132, Mei vd. 1999:137).

Hizmet kalitesinin ölçümü, hizmet kalitesi iyileştirme ve geliştirme sürecinin ilk aşamasını oluşturur. Eğer bir işletme, mevcut kalite düzeyi hakkında doğru bilgilere ulaşabilirse, daha sonra yapılması gerekenler konusunda daha etkili adımlar atabilir(Usta ve Memiş, 2009:90). Johns vd. (1997)'a göre hizmet kalitesinin ölçülmesine olan ilgi 1970'lerde hizmet endüstrisinin ekonominin diğer sektörlerini geçmeye başlamasından sonra hızla büyümüştür. Hizmetlerle ilgili çalışmalar incelendiğinde, çoğu çalışmanın hizmet sağlayan bakışı ile konuya yaklaştığı görülmektedir. Buna karşın Gummesson'ın da artık hizmet kavramını müşterinin bakış açısıyla ele almanın zamanının geldiğini ifade etmektedir(Özer ve Özdemir, 2007:12). Müşterinin bakış açısıyla değerlendirme kaliteyi gündeme getirmiş ve konu üzerinde pek çok araştırma yapılmıştır. Yine bununla birlikte hizmet kalitesinin ölçülmesinin hiç de kolay olmadığı görülmüş ve pek çok araştırmacının çalışmalarına konu olmuştur. Hizmet kalitesinin ölçülmesinin zorluğu ve önemi dolayısıyla model ve görüşlerin çeşitliliğinde sistematik bir gelişim ortaya çıkmıştır(Seth vd., 2005:914).

Hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik araştırmacılar tarafından pek çok model önerisi yapılmış ve çalışılmıştır. Hizmet kalitesi ölçüm modellerine ilişkin çalışmalar tablo 1'de özetlenmektedir(Seth vd., 2005):

### **3. TURİZM SEKTÖRÜNDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ**

Son yıllarda turizm sektöründe hizmet kalitesi üzerine yapılan araştırmalarda da yoğunluk dikkati çekmektedir. Çalışma çerçevesinde yapılan araştırmada pek çok akademisyen ve araştırmacının hizmet kalitesi ölçüm modellerinden SERVQUAL ölçeğini kullandığı görülmüş de diğer hizmet kalitesi ölçüm modellerini kullananlara da rastlanmıştır. Yapılan tüm eleştirilere rağmen

SERVQUAL yöntemiyle hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik çalışmalar hem akademik çevrede hem de uygulamada geçerliliğini korumaktadır(Caruana vd. 2000:57). Uluslar arası alandaki literatürde turizm işletmeleri için uygulanan hizmet kalitesi ölçüm modelleri üzerine pek çok çalışmanın olduğu tespit edilmiştir. Öne çıkan çalışmalar aşağıda özetlenmiştir:

**Tablo-2: Turizm İşletmeciliği Alanında Kullanılan Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri**

SIRA NO	MODEL	ARAŞTIRMACI
1	Yapısal Eşitlik Modeli Structural Equation Modelling (SEM)	Wright, 1921; Pearl, 2000
2	Analitik Hiyerarşi Süreci Modeli, Analytical Hierarchy Process (AHP)	Saaty, 1980, ,1990, 2002
3	Bulanık Rakamlar Modeli- Fuzzy TOPSIS	Hwang ve Yoon, 1981; Negi, 1989
4	Holserv	Mei, Dean ve White, 1999
5	Recqual	Mackay ve Crampton, 1988, 1990
6	Hotelzot	Nadiri ve Hussain, 2005
7	TourServQual	Eraqi, 2006
8	Lodgserv	Knutson, Stevens, Wullaert, Patton ve Yokoyama, 1990; Patton, Stevens ve Knutson, 1994
9	Dineserv	Stevens, Knutson ve Patton, 1996
10	Lodqual	Getty ve Thompson, 1994
11	Hotelqual	Falces, Sierra Diez, Becerra Garnde ve Brinol Turnes, 1999
12	Ecoserv	Khan, 2003
13	Holsat	Tribe ve Snaith, 1998
14	Histoqual	Frochot ve Hughes, 2000
15	Servperf	Cronin ve Taylor,1992, 1994
16	Konaklama İşletmeciliği Kalite Endeksi, The Lodging Quality Index (LQI),	Getty ve Getty, 2003
17	Servqual	Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985, 1988, 1991, 1994a, 1994b

### 3.1. Yapısal Eşitlik Modeli-YEM/(Structural Equation Modelling-SEM)

İlk defa bir genetik bilimci olan Wright (1921) tarafından uygulanan yapısal eşitlik modelleri (YEM), gözlenen ve gözlenemeyen değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin tespitinde kullanılan istatistiksel bir tekniktir. Sosyal bilimlerde ve eğitim bilimlerinde değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde ve bazı modellerin sınanmasında kullanılan sistemli bir araçtır. YEM gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının var

olduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsayar (Yılmaz, 2004).

Gözlenen değişkenler, yapılan istatistikî veri toplama yöntemleri ile sayısal olarak ölçümü yapılabilen değişkenlerdir. Gözlenemeyen değişkenler ise, gözlenen değişkenlerin ölçümüne bağlı olarak yorumu yapmaya çalışılan genellikle soyut kavramlardır (Ersöz vd. 2009:21).

Gözlenemeyen değişkenler YEM'in en önemli kavramlarından biridir ve araştırmacıların gerçekte ilgilendikleri zeka, güdü, duygu, tutum gibi soyut kavramlara ya da psikolojik yapılara karşılık gelir. Sosyal ve eğitim bilimleri gibi alanlarda asıl ilgilenilen kavramların doğrudan ölçülmesi bazen mümkün olmaz. Psikolojide, kişinin kendine bakış açısı ve motivasyon; sosyolojide, çaresizlik ve huzursuzluk; eğitimde sözlü yetenek ve eğiticinin beklentisi; ekonomi de ise davranışlar, müşteri memnuniyeti, kalitenin algılanışı gibi kavramlar gizil değişkenlere örnek olarak verilebilir. Sözü edilen gizil değişkenler gözlenemediği için doğrudan ölçülemezler. Bu yüzden, araştırmacı, gizil değişkeni işlemsel olarak tanımlamak için varsayılan yapı açısından gizil değişkeni gözlenebilir değişkenlerle ilişkilendirmek zorundadır (Yılmaz vd., 2006).

Yapısal eşitlik modellemesi, içsel (bağımlı-endogenous) yapıların dışsal (bağımsız-exogenous) yapılara nasıl bağlı olduğunu betimleyen bir ya da daha fazla doğrusal regresyon eşitliklerini içerir. Katsayıları, path katsayıları ya da çoğu zaman regresyon tartıları olarak adlandırılır (Yılmaz vd., 2006).

Parabaharan vd. (2008) turizmde hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik çalışmalarında yapısal eşitlik modelini kullanmışlardır. Yine yerli yazında Ersöz vd. (2009) yapmış oldukları Öğretmenevlerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik araştırmalarında hizmet kalitesinin ölçümünü Servqual modeli ile yaparak sonuçlarını yapısal eşitlik modelleri ile analiz etmişlerdir.

### **3.2. Analitik Hiyerarşi Süreci Modeli (AHSM), Analytical Hierarchy Process (AHP)**

Çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan AHSM yöntemi, ilk kez Thomas L. Saaty tarafından 1971 yılında ortaya atılmış ve 1980 yılında geliştirilmiştir (Saaty, 1990, 2002).

AHSM, birden çok ölçüt içeren karmaşık problemlerin çözümünde kullanılan bir karar verme yöntemidir. AHSM, karar vericilerin karmaşık problemlerini, ana hedef, ölçütler (objectives), alt ölçütler ve seçenekler arasındaki ilişkiye dayanan hiyerarşik bir yapıda modellemesine imkân sağlamaktadır. AHSM'nin en önemli özelliği karar vericinin hem objektif hem de sübjektif düşüncelerini karar sürecine dâhil edebilmesidir (Kuruüzüm ve Atsan, 2001:84). Bu süreç, karmaşık bir karar işlemi çok düzeyli bir hiyerarşik yapıya indirgemektedir. Karar hiyerarşisinin en tepesinde ana hedef yer almaktadır. Bir alt kademe, kararın kalitesini etkileyecek ölçütlerden oluşmaktadır. Ölçütlerin ana hedefi etkileyebilecek özellikleri varsa, hiyerarşiye başka kademeler



eklenebilmektedir. Hiyerarşinin en altında ise karar seçenekleri yer almaktadır. Karar hiyerarşisinin kurulmasında kademe sayısı, problemin karmaşıklığına ve detay derecesine bağlıdır. AHSM'nin üç temel aşaması aşağıdaki biçimde özetlenebilir (Oğuzlar, 2007:125);

1.aşama; karar probleminin daha kolay kavranılmasını ve değerlendirilmesini sağlayacak biçimde alt problemlere ayrıştırma sürecidir. Özetle, karar hiyerarşisi oluşturulmaya çalışılır.

2.aşama; ikili karşılaştırma matrislerinin oluşturulmasını içerir.

3.aşama; karşılaştırılan her ölçütün göreceli önemleri elde edilir. Sentez aşaması olarak da isimlendirilir.

Turizm alanında Analitik Hiyerarşi Süreci Modelinin uygulanışı Bartın ilinde faaliyet gösteren üç otel işletmesinin hizmet kalitesi açısından karşılaştırmalı olarak analizi Murat ve Çelik (2007) tarafından yapılmıştır. Elde edilen sonuçlarda en iyi otel alternatifi belirlenmiştir.

### **3.3. Fuzzy TOPSIS/Numbers- Bulanık Rakamlar Modeli**

TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisidir. Hwang ve Yoon (1981) tarafından geliştirilmiştir (Chen, 2000:1). TOPSIS yönteminde ideal çözüm için gerekli olan yakınlık bulunurken hem pozitif ideal çözüme uzaklık, hem de negatif ideal çözüme uzaklık birlikte değerlendirilir. Sonuçta yapılacak tercih sıralaması, uzaklıkların karşılaştırılması sonucu elde edilir (Janko ve Bernroider, 2005). Fuzzy TOPSIS yöntemi, hem nitel hem de nicel kriterin puanlamasıyla uğraşır. Yöntem, bulanık ortamda çoklu kriterlere dayalı, az karar verici ve alternatif grupların bulunduğu problemler için çok uygundur.

Yöntemin adımları şu şekilde kısaca özetlenecek olursa (Chen, 2000:6-7);

1. Karar verici grubu ve değerlendirme kriterleri belirlenir,
2. Kriterlerin ağırlıklandırılması için dilsel değişkenler, alternatiflerin değerlendirilmesi için dilsel skorlar oluşturulur,
3. Karar vericilerin kriter ve alternatiflere yönelik yapmış oldukları değerlendirmeler birleştirilir,
4. Bulanık karar matrisi ve normalize bulanık karar matrisi oluşturulur,
5. Ağırlıklandırılmış normalize bulanık karar matrisi oluşturulur,
6. Bulanık pozitif ve bulanık negatif ideal noktaları tanımlanır,
7. Alternatif bulanık pozitif ve bulanık negatif ideal çözüme uzaklıkları hesaplanır,
8. Her bir alternatifin yakınlık katsayısı hesaplanır,
9. Yakınlık katsayılarının azalan şekilde sıralanması ile alternatiflerin tercih sırası elde edilir.

Yapılan literatür taramasında TOPSİS yöntemi ile hizmet işletmelerinde işletmelerin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için bir yöntem olarak

kullanıldığı ve yaygın olduğu görülmektedir. Otel işletmeciliği alanında (Benitez vd. 2007; Ban ve Bugnar, 2007) yolcu taşımacılığı sektörünün performansını değerlendirmede (Feng ve Wang, 2001), turistlerin destinasyon seçiminde (Hsu vd. 2009) kullanılan birkaç araştırmadır. Analitik Hiyerarşi Süreci Modeli ve Topsis yöntemleri birlikte Tsaur vd. (2002) tarafından havaalanlarında hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır (Ustasüleyman, 2009).

### **3.4. Holserv**

Mei, Dean ve White (1999) hizmet kalitesinin tanımını çalışmalarına adapte etmişlerdir. Bu uyarlanan çalışmada, hizmet kalitesinin ölçüm ve tanımı Parasuraman vd.(1985) önermiş oldukları ölçüm yöntemi ve tanımda olduğu gibi gerçekleşmiştir. Yani müşterilerin hizmetten beklentileri ve algıları arasındaki fark hizmet kalitesini ifade etmektedir. Buna bağlı olarak çalışma, otel müşterilerinin otele vardıkları zaman kalite algılarını ve tek kolon içerisinde beklentileri ile mukayese etmeleri sayesinde hizmet kalitesi hakkında bilgi elde etmeyi hedeflemektedir.

Holserv kalite ölçeği, konaklama endüstrisine uyarlanmak amacıyla var olan bazı Servqual önermelerinin değiştirilmesiyle, bazılarının tamamen kaldırılması ve bazılarının da yeniden düzenlenmesiyle elde edilmiştir. Örneğin, orijinal güven boyutu önermesi "müşteriler personelle ilişkilerinde kendilerini güvende hissederler", bu önermedeki bulunan ve yanıltıcı anlamı yüzünden "ilişki" kelimesinin açık olmayan ifadesi tekrar gözden geçirilerek "müşteriler hizmetin sunumunda kendilerini güvende hissederler" şeklinde yeniden düzenlenmiştir. Bununla birlikte, "müşteriler işletmede kalışları esnasında kendilerini emniyette ve güvende hissederler" ifadesi yeni bir boyut olarak ankete ilave edilmiştir. Güvenlik bir otelde kalmadaki en önemli problemdir. Tam olarak orijinal Servqual ölçeğindeki sekiz önerme ya yenilenmiş yada ilave edilmiştir. Üç önerme çıkarılmış ve toplam 27 önerme kullanılarak Holserv ölçeği ortaya çıkarılmıştır. Ankette yedili Likert ölçeği kullanılmıştır. Bunun yanında tüm işletmenin genel hizmet kalitesini ölçmek için onlu bir ölçeğin (1: çok zayıf, 10: mükemmel) bulunduğu yeni bir madde ilave edilerek işletmenin bütünü için müşterilerin genel hizmet kalitesini değerlendirmesi istenmiştir.

Avustralya'da beş otel işletmesinde Mei, Dean ve White(1999)'ın yapmış oldukları otel işletmelerinde Holserv ölçeği ile hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik araştırmalarında; personel, fiziksel imkanlar ve güvenilirlik hizmet kalitesinin üç önemli boyutu olarak ortaya çıkmış ve bunlardan en önemli boyutun personel olduğu görülmüştür.

### **3.5. Recqual**

Recreation Service Quality-Eğlence hizmetlerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik yapılan bu çalışma ilk olarak Mackay ve Crompton tarafından 1988 yılında eğlence hizmetlerinde hizmet kalitesinin ölçümü için

kavramsal bir çerçeve olarak ele alınmıştır. Rekreasyon hizmetlerinin karakteristik özelliği gereği diğer bir ifadeyle bir turistik ürün olması dolayısıyla hizmet kalitesinin ölçülmesinde de bazı zorlukları beraberinde getirmektedir. Hizmetlerde olduğu gibi rekreasyon hizmetlerinde de soyutluk, heterojen yapı ve eşzamanlı tüketim özellikleri bulunmaktadır.

Adı geçen araştırmacılar 1990 yılında bir önceki araştırmalarına Servqual hizmet kalitesi ölçeğini temel alarak yeni bir hizmet kalitesi ölçüm modeli geliştirmişlerdir. Servqual ölçeğinde yer alan beş boyut (fiziksel özellikler, empati, güven, güvenilirlik ve yeterlilik) için bir eğlence hizmeti veren işletmede dört departmanda (sağlık kulübü, buz hokeyi, resim-boyama ve yürüyüş) hizmet kalitesi ölçümü araştırması yapmışlardır. Servqual ölçeğinde yer alan önermelerden bazılarını kaldırıp, bazılarını değiştirip ve yeni önermeler ilave ederek toplam beş boyut ve yirmi beş önermeden oluşan yeni bir model geliştirmişlerdir. Anketin güvenilirliği ve geçerliliği yapılan çalışmada test edilmiştir. Ayrıca bu alandaki hizmet kalitesinin müşteriler tarafından değerlendirilmesinde kullanılan kriterler tartışılmıştır. Müşteri beklenti ve algıları ticari amaçlı işletmelerle, kamu işletmelerinde değişiklik gösterdiği düşüncesiyle çalışma ticari amaçlı işletmelere göre hazırlanmış ve önermeler bu doğrultuda modele entegre edilerek tartışılmıştır.

Backman ve Veldkamp (1995) bu doğrultuda önerilen modeli yeniden gözden geçirerek ampirik bir çalışma yapmışlar ve modeli Requal olarak adlandırmışlardır. YMCA Genç Hristiyan Erkekler Birliği Projesinde yer alan üyeler arasında yapılan bu çalışmada hizmet kalitesi boyutlarının üçünde önemli farklar ortaya çıkmıştır. Bunlar; güvenilirlik, güven ve yeterlilik. Hung-Chih Yu vd. (2005) ve Wright vd. (1992) Recqual hizmet kalitesi ölçeği ile eğlence hizmetleri alanında araştırmalar yapmışlardır.

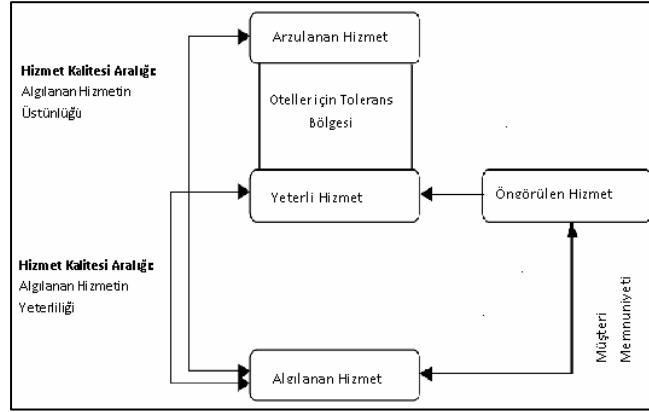
### **3.6. Hotelzot**

Nadiri ve Hussain (2005a), Kuzey Kıbrıs'ta faaliyet gösteren otel işletmelerinde yapmış oldukları araştırmada, Servqual hizmet kalitesi ölçüm modelini yapılandırarak otel işletmelerinde hizmet kalitesi değerlendirmeleri için "tolerans bölgesi" fikrini ortaya atmışlar ve Hotelzot olarak adlandırdıkları yeni bir model önermişler ve uygulamışlardır. Yapılandırdıkları anket hizmet beklentileri (yeterlilik ve arzulanana) ve hizmet algılamalarına dayanmaktadır. Yapılandırılan ankette toplam 23 önerme bulunmaktadır. Bunlardan 22 tanesi Servqual anketinde yer alan orijinal önermelerin modele adapte edilmesi ve yenilenmesiyle elde edilmiştir. Müşteri memnuniyeti ile ilgili olarak da "genel olarak tüm otel hizmetlerinden memnun kaldım/tatmin oldum" ifadesi bulunmaktadır. Beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Yapılan araştırmada şu tanımlamalar yapılmıştır (Nadiri ve Hussain,2005a:267);

1. Arzulanan hizmet ve yeterli hizmet arasındaki fark olarak, oteller için tolerans aralığı hesaplanmıştır.
2. Arzulanan ve algılanan hizmet arasındaki fark olarak, hizmet üstünlüğünün ölçümü hesaplanmıştır.

3. Yeterli hizmet ve algılanan hizmet arasındaki fark olarak, hizmetin yeterliliğinin ölçümü hesaplanmıştır.

### Şekil 1. Otel işletmeleri için tolerans bölgesi modeli



**Kaynak:**Nadiri ve Hussain, 2005a:265

Modelin boyutları incelendiğinde, faktör analizi ile test edilen, yeni modelin orijinal modelde yer alan beş önermeye uygun olmadığı ortaya çıkmıştır. Yeni modelde sonuçlar sadece iki boyuta uygun düşmektedir. Bunlar somut ve soyut özelliklerdir.

### 3.7. TourServQual

TServQual olarak da adlandırılan yöntem, Eragi (2006) tarafından Mısır'da iç ve dış müşterilerin turizm sektöründe hizmet kalitesini değerlendirmelerine yönelik bir araştırmadır. Araştırmada iç müşterilerin (personel), ülkede faaliyet gösteren işletmeler ve çevreleri ile ilgili hizmet kalitesini üç başlık ve 15 önermeden oluşan bir anketle, 5'li Likert ölçeği ile değerlendirmeleri istenmiştir. Dış müşteriler (turist) için hazırlanan araştırma ise, ankette 3'lü değerlendirme ölçeği kullanılmıştır (zayıf, orta ve iyi). Turistlere yöneltilen memnuniyet kriterleri (Eragi,2006:487);

- Mısır'daki turizm hizmetlerinin genel değerlendirmesi,
- Otel hizmetlerinden memnun olan turistlerin kapsamı,
- Turizm hizmetlerinin ücretleri ile ilgili olarak tüketicilerin değerlendirmesi,
- Konaklama işletmelerinde hizmetin seviyesi,
- Ülke içi ulaşım kalitesi,
- Turizm hizmetlerinin fiyatlarının var olan durumunun uygun seviyede olması,
- Turistlerin, Mısır'ı tekrar ziyaret edip etmeyeceği sorulmuştur.

### 3.8. Lodgserv

Konaklama işletmeleri için hizmet kalitesinin ölçümü ve tanımlanması amacıyla Knutson vd. (1990) tarafından uyarlanmış bir hizmet kalitesi ölçüm modelidir. Model Servqual modelinden uyarlanmıştır. Servqual modelinde kullanılan beş boyut bu modelde de kullanılmaktadır. Fakat önerme sayısı 26 olarak tespit edilmiştir. Konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin hizmet kalitesi beklentilerini ölçmeye yöneliktir. Modele göre müşterilerin beklentilerinin otel işletmelerinin ücret sınıfına (ekonomi sınıfı, normal ücret ve lüks otel) göre farklı olabileceği dikkate alınarak uygulanmıştır.

Oberoi ve Hales (1990), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki konferans otellerinde yöntemi geliştirerek uygulamışlardır. Yine Patton vd. (1994) farklı kültürler içinde modeli denemişler ve modelin farklı kültürlerde de işlevsel olacağını ortaya koymuşlardır. Ekinci vd. (1998), kıyı otellerinde yapmış oldukları araştırmada Servqual ve Lodgserv önermelerini uyarlayarak farklı bir otelcilik alanında araştırma yapmışlardır.

### 3.9. Dineserv

Yiyecek içecek işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik bir modeldir. Stevens, Knutson ve Patton (1996) tarafından Servqual önermelerinden yararlanılarak hazırlanmış bir ölçüm modelidir. İlk olarak 600 katılımcıdan oluşan bir araştırmayla hizmet kalite ölçeği olarak hızlı yemek restaurantlarında, sıradan/olağan restaurantlar ve lüks restaurantlarda yapılan araştırmada kullanılmıştır. Yiyecek içecek işletmelerinde müşterilere sunulan hizmetin kalitesinin ölçümü, belirlenmesi ve yönetilmesine yardımcı olacak şekilde araştırmacılar tarafından düzenlenip geliştirilmiştir. İlk olarak müşterilerin yiyecek içecek işletmelerindeki tecrübelerinin hizmet kalitesi için tüketici beklentilerini ölçmeye yönelik bir index olarak kısaca tartışılmış ve sonra işletmenin konumuna göre bu beklentilerin farklılığı dikkate alınarak araştırılmaya çalışılmıştır.

Dineserv, bir yiyecek içecek işletmesinin kalitesinin müşteri bakış açısıyla nasıl olduğunu belirlemek için gerçekten kullanımı kolay ve güvenilir bir yöntemdir. Kullanılan araştırma anketi 29 önerme ve Servqual'e ait beş boyutu içermektedir. Anket hizmet kalitesinin ölçümü yanında, işletmeler açısından tüketicilerin bir yiyecek içecek işletmesinden ne beklediklerini de açığa kavuşturmaktadır.

Dineserv hizmet kalitesi ölçüm modeli ile sonraki yıllarda yiyecek içecek sektörünün çeşitli alanlarında araştırmalar devam etmiştir. Tsai vd. (2007)'de zincir fast food işletmelerinin karşılaştırmalı olarak hizmet kalitesi ölçümü için Tayvan'da zincir franchise işletmelerin müşterilerine arasında bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında ise genel hizmet kalitesini yedi faktörün etkilediği görülmektedir; sıcak ve samimi bir ortam, hijyen, hizmette gösterilen titizlik, konfor, işletmenin görünümü, uygunluk ve iç dizayn. Kim vd. (2000), Dineserv ölçeğinin diğer kültürler içinde uygun bir ölçüm modeli olup olmadığı konusunda yaptıkları bir araştırmada, ölçeği

Kore'deki zincir işletmelerde yaptıkları bir araştırmada kullanmışlardır. Kültürler arasında anlamlı bir fark çıkmamasına rağmen, zincir işletmelerin hizmetlerinde farklılıklar ortaya çıkmıştır. Su (2001) Steakhouse (et lokantaları)'larda hizmet kalitesi ölçeği olarak Dineserv modelini kullanmıştır.

### **3.10. Lodqual**

Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik performansa dayalı hizmet kalitesi ölçüm modelidir. Getty ve Thompson (1994) tarafından uygulanan model, konaklama endüstrisinde hizmet kalitesi ölçeği olarak geliştirilmeye çalışılmış ve işletme performansının, diğer bir ifade ile müşteri algılarının kaliteyi ifade ettiğini ortaya koymuştur. Yapılan çalışmada kalacak yer seçiminde kalite ve memnuniyet ilişkisi araştırılmaya çalışılmıştır.

### **3.11. Hotelqual**

İspanya'da bir projenin birinci bölümünün sunumu olarak, ilk önce algılanan hizmet kalitesinin konaklama işletmelerinde ölçümüne yönelik bir çalışmadır (Falces vd. 1999). Çalışma Servqual ölçüm modelinin konaklama işletmeleri için uyarlanmış bir örneğidir. Çalışmanın ilk sonuçlarına göre, algılanan hizmet kalitesi önermeler boyutunda farklılıklar arz etmektedir. Bunlar; hizmet personelinin değerlendirilmesi, işletme imkânlarının değerlendirilmesi ve hizmetin organizasyonudur. Sonraki aşamada yapılan faktör analizinden sonra model, yüksek seviyede geçerli ve güvenli bir hale gelmiştir.

### **3.12. Ecoserv**

Ekoturizm, vahşi doğa çevresinde doğal çevreye en az etkide bulunan ve bu arada yerel topluluklara ekonomik fayda sağlayan turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanımda ise, yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanı sıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözetilen bir yaklaşım ya da tavır olarak ifade edilmektedir(6). Ecoserv, bu amaçla seyahat eden turistlerin kalite beklentilerini ortaya çıkarmak için yapılmış hizmet kalitesi ölçüm modelidir (Khan, 2003). Servqual modelinden uyarlanmıştır. Ecoserv hizmet kalitesi ölçüm modelinde araştırmacı, 6 boyut ve 30 önerme kullanmıştır. Servqual boyutlarına ilave olarak ekolojik fiziksel yapı (çevrenin fiziki yapısı) olarak adlandırılacak yeni bir boyut eklenmiştir. Sonuçlara bakıldığında ise, ekoturistlerin beklentileri arasında en önemli boyutun ekolojik çevre/fiziksel yapı olduğu tespit edilmiştir.

### **3.13. Holsat**

Holsat, tatilcilerin beklentileri ile tatil deneyimlerinin negatif ve pozitif yönlerini mukayese edebilmek için geliştirilen bir modeldir (Tribe ve Snaith, 1998). Holsat, yeni bir araştırma aracı geliştirebilmek için bu alanda yapılan

önceki çalışmaların yenilenmesi ve uyarlanması sonucu ortaya çıkarılmıştır. Tribe ve Snaith Servqual, Servperf ve önem-performans modellerini inceleyerek bu yeni modeli geliştirmişlerdir. Araştırmacılara göre tatil, pek çok olaylar dizisiyle karmaşık bir olgudur ve müşteri memnuniyeti ortaya çıkan pek çok tecrübe dizisinden etkilenmektedir. Holsat, belirli destinasyonlarda turistlerin memnuniyet dereceleri ölçümünde kullanılabilir bir kalite ölçüm modelidir. Holsat modelinde toplam 56 önerme kullanılmışlardır. Bu önermeler şu boyutların altında şekillenmiştir (Tribe ve Snaith,1998:29);

- Tatil yerinin fiziki durumu ve imkânları,
- Atmosfer,
- Restoran, bar, alışveriş ve gece eğlence imkânları,
- Ulaşım, transfer
- Tarihi ve kültürel doku,
- Konaklama olanakları ve durumu.

Truong ve Foster (2006), yapmış oldukları araştırmalarında Avustralya'dan Vietnam destinasyonuna giden turistlerin destinasyon kalite değerlendirmeleri ve memnuniyetlerini ölçmek için Holsat yöntemini kullanmışlardır.

### **3.14. Histoqual**

Tarihi çekicilik konusunda başarılı olabilmek, tüketicilerin yaşamış oldukları tecrübeye bağlıdır. Ziyaretçilerin hizmet dağıtımı konusundaki değerlendirmeleri tarihi çekicilik hizmeti sunan arz kaynakları için oldukça önemli bir konudur. Tarihi evlerin de bu konu içerisinde değerlendirilmesi üzerine buralarda sunulan hizmet kalitesini değerlendirmek üzere, Frochot ve Hughes (2000) tarafından ilk olarak buralarda tüketicilerin kalite algıları Histoqual ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Servqual ölçeğinden uyarlanarak hazırlanmış olan bu ölçek, sunulan hizmetin ziyaretçiler tarafından algı düzeyi ve farklı kalite önermeleri için tüketici tarafından önem derecelerini değerlendirmeye izin vermektedir. Histoqual 24 önerme ve 5 boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar; yeterlilik, fiziki özellikler, iletişim, kullanılabilirlik ve empatidir. Servqual ölçeğinin aksine histoqual sadece algıyı değerlendirmektedir. Araştırmacılar bu şekilde katılımcıların daha yüksek oranda araştırmaya katıldıklarını ifade etmektedirler.

### **3.15. Servperf**

Cronin ve Taylor (1992, 1994), hizmet kalitesinin işletme performansına bağlı olduğunu ve bunu tüketicilerin algıladıkları değerler olarak tanımlamışlardır. SERVQUAL ölçeğindeki 5 boyutu kullanmışlardır. Servqual ölçeğinde bulunan beklenti ve algı arasındaki fark yerine sadece işletme performansı ya da müşterinin hizmet algısının kalite değerlendirmesi için yeterli olacağını ifade ederek, performans dayalı ölçüm modeli olarak da adlandırılan Servperf hizmet kalitesi ölçüm modelini geliştirmişlerdir. Bu modelle otel işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümünü değerlendiren oldukça çok araştırma bulunmaktadır. Bir kaç örnek olarak ifade edilecek olursa; Nadiri ve Hussain (2005b), Kuzey Kıbrıs otellerinde algılanan hizmet kalitesini bu yöntem ile; yine Olorunniwo

vd. (2006), hizmet kalitesini dört boyutta ve aynı metodla araştırmışlardır. Bu boyutlar; fiziksel imkânlar, yenilikçilik, yeterlilik ve bilgidir.

### **3.16. Konaklama İşletmeciliği Kalite Endeksi-The Lodging Quality Index (LQI)**

Getty ve Getty (2003), tarafından geliştirilen konaklama işletmeleri kalite endeksi modeli, Servqual hizmet kalitesi ölçeğinden uyarlanmıştır. Özellikle ülkemizde patron oteli olarak ifade edilen, bir zincire bağlı olmadan faaliyet gösteren işletmeler için uyarlanmış, bir kalite algı ölçeği olarak geliştirilmiştir. Konaklama hizmeti uygulamacılarına, sundukları kalitenin, müşterilerinin algıları sayesinde uygulayabilecekleri güvenilir ve geçerli bir ölçüm aracını, adım adım geliştirmelerine imkan sağlamaktadır. Araştırma ölçeğinde araştırmacılar, 26 önerme ve 5 boyut kullanmışlardır. Bu boyutlar; fiziksel özellikler, güvenilirlik, yeterlilik, güven ve iletişimdir.

### **3.17. Servqual**

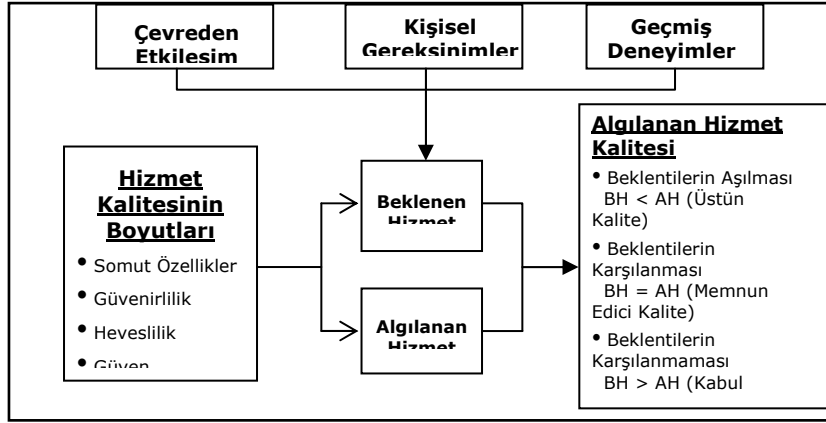
Servqual ölçeği Parasuraman, Zeithaml, ve Berry tarafından tüketicilerin hizmet kalitesi ihtiyaçlarına dayalı olarak bir işletmenin hizmet kalitesi performansını fark analizi uygulaması yoluyla ölçmek için geliştirdikleri bir tekniktir. SERVQUAL ölçeği her türlü hizmet işletmesinde hizmet kalitesinin somut/fiziki özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati olarak adlandırılan 5 boyutta ölçülebileceğini iddia eden bir araştırma aracıdır(Parasuraman vd. 1988). SERVQUAL ölçeği ilk olarak 1985 yılında Parasuraman ve arkadaşları tarafından şekillendirilmiş ve daha sonra 1988, 1991,1994a ve 1994b yıllarında düzeltilerek tekrar geliştirilmiştir. Parasuraman, Zeithaml ve Berry araştırmalarında hazırladıkları ölçekte öncelikle hizmet kalitesini tanımlama, etkileyen unsurları belirleme ve buna dayalı hizmet kalitesinin ölçülebilir olması için genel bir model geliştirmeye çalışmışlardır. Bu araştırma sonucunda müşteriler açısından hizmet kalitesinin tanımı, hizmet beklentileri ve etkileyen unsurlar ve hizmet kalitesinin boyutları konusunda önemli bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bu sonuçlara göre, kaliteli bir hizmetin sunulabilmesi için müşterilerin hizmet beklentilerinin karşılanması veya bu beklentilerin ötesinde hizmet verilmesi gerektiği düşüncesi ağırlık kazanmıştır. Sonuç olarak hizmet kalitesi, müşterilerin istek veya beklentileri ile algılamaları arasındaki farklılık ölçüsüdür(Bozdağ vd. 2003).

Parasuraman ve arkadaşları hizmet kalitesinin tanımını yapabilmek için hedef kitle üzerinde müşteri beklenti ve algıları arasındaki farkın tespitinde hizmetin 10 genel boyutunu belirlemişlerdir. Belirlenen bu boyutlar; fiziki/ somut özellikler, güvenilirlik, heveslilik, yeterlik, nezaket, inanılabilirlik, güvenlik/emniyet, elverişlilik, iletişim ve tüketiciyi anlama'dır. 1988 yılındaki çalışmalarında 97 önerme ve 10 boyuttan oluşan kantitatif çalışmalarını dört farklı hizmet sektöründe( bankacılık, telefon işletmeleri, kredi kartları ve ürün tamir ve bakım hizmetlerinde) aşamalı olarak uygulamışlar ve neticesinde bazı önerme ve boyutları birleştirmişlerdir. Çalışmalarının sonucunda tüm eleştirilere rağmen ve en çok kullanılan 22 önerme ve 5 boyuttan oluşan SERVQUAL ölçeğini belirlemişlerdir. Bunlar(Parasuraman vd. 1988:148);



- Somut/Fiziksel Özellikler (Tangibles) : İşletmenin hizmet sunumundaki bina, araç-gereç ve personel görünümü,
- Güvenirlilik (Reliability) : Söz verilen bir hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirebilme yeteneği,
- Heveslilik (Responsiveness) : Müşteriye yardım etme ve hızlı hizmet verme istekliliği,
- Güven (Assurance) : Çalışanların bilgili ve nazik olmaları ve müşterilere güven duygusu uyandırabilmeleri becerisi,
- Empati (Emphaty) : İşletmenin kendisini müşterilerin yerine koyarak bireysel dikkat ve müşterilere kişisel ilgi göstermesi

Şekil- 2: Algılanan Hizmet Kalitesi



**Kaynak:** Avcıkurt ve Aymanıkuy, 2006:286.

SERVQUAL ölçüm modeli, beklenen kalite ile algılanan kalite arasında oluşan farklılığa dayanmaktadır (hizmet kalitesi = performans - beklentiler). SERVQUAL ölçeği iki bölümden oluşmaktadır. Müşterilerin hizmet satın alacakları işletmeyle ilgili beklenti bölümü ve müşterilerin hizmet satın aldıkları işletmenin hizmetlerinden elde ettikleri tecrübe ile ilgili algı bölümüdür. Her iki bölüm de 22 önermeden oluşmaktadır. Beklenti bölümündeki önermeler genel olarak "Mükemmel işletmeler" ifadesiyle, algı bölümündeki önermeler ise hizmet kalitesi ölçümü yapılacak olan işletmenin adı " X işletmesi" ifadesiyle başlamaktadır. Katılımcılardan bunlara katılma dereceleriyle doğru orantılı olarak 7'li likert ölçeği üzerinden 1'den 7'ye kadar bir puan vermeleri istenmektedir. 7 puanı, "tamamen katılıyorum", 1 puanı, hiç katılmıyorum" anlamına gelmektedir. 1988 yılında yapmış oldukları çalışmada ilave olarak 22 soruyu oluşturan 5 boyutun toplamaları 100 olacak şekilde katılımcıların kendilerine göre her bir boyutun kendileri için ne kadar önemli olduğu ile ilgili bölümü cevaplandırmaları istenmektedir.

Hizmet kalitesi problemlerinin varlığını gösteren beş fark (boşluk) bulunmaktadır. Bu farklar, müşteri beklentileri ile algılamaları arasındaki

farklardır ve farkların yönü ve büyüklüğü hizmet kalitesini tanımlamaktadır(Parasuraman vd. 1985:44).

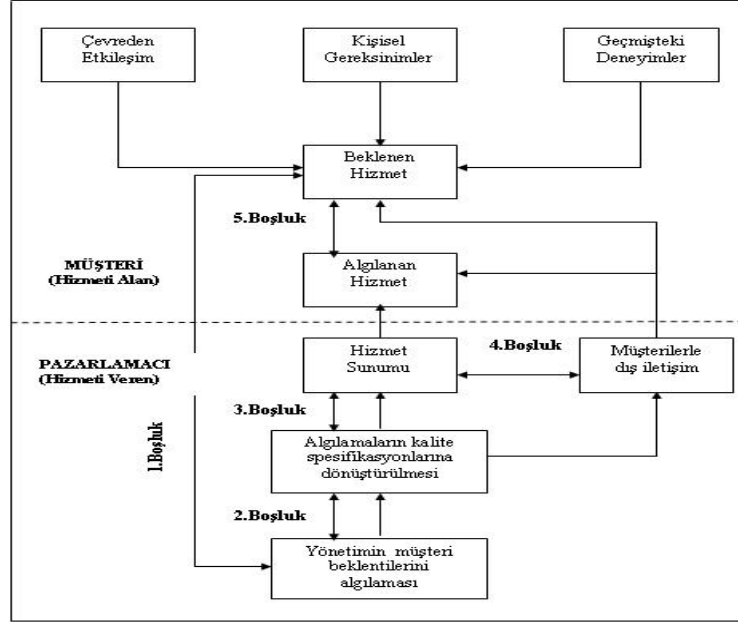
- Fark-1: Müşteri beklentileri ve yönetimin müşteri beklentilerini algılaması arasındaki fark,
- Fark-2: Yönetimin müşteri beklentilerini algılaması ile hizmet kalitesi standartları arasındaki fark,
- Fark-3: Hizmet kalitesi standartları ile hizmetin sunumu arasındaki fark (hizmet performansı farkı),
- Fark-4: Hizmetin sunumu ile dış çevre ile iletişimler arası fark,
- Fark-5: Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki farktır (ilk dört boşluğa dayalı ortaya çıkar).

SERVQUAL yönteminin uygulama alanlarına bakılacak olursa(Eleren vd. 2007:79);

- Farklı zamanlardaki müşteri beklentileri ve algılamalarının karşılaştırılması,
- İşletmenin kendi SERVQUAL puanını rakiplerindeki ile karşılaştırması,
- Farklı kalite algılamalarına sahip müşteri bölümlerinin incelenmesi,
- İç müşterilerin kalite algılamalarının değerlendirilmesi şeklinde görülecektir.

SERVQUAL yönteminin uygulanmasında;

- Bir veya birden fazla işletmeye uygulanması,
- Bir veya birden fazla dönemlik uygulanması,
- Değerlendirmeye hangi fark veya farkların dâhil edileceği, gibi hususlar nedeniyle konu, kapsam, boyut ve sonuçlar olarak farklılıklar görülebilmektedir.

**Şekil- 3: Hizmet Kalitesi Fark Modeli**

**Kaynak:** Parasuraman, Zeithmal ve Berry, 1985

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde SERVQUAL analizi ile hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik yapılan araştırmalara oldukça yoğun bir şekilde rastlanmaktadır. Çeşitli hizmet türlerine göre araştırma çerçevesinde tespit edilen örnekler şunlardır: Bilgi teknolojileri alanında Landrum ve Prybutok (2004); havayolu taşımacılığında Okumuş ve Asil (2007); bankacılık sektöründe Bozdağ vd. (2003); büyük market ve mağazacılıkta Tsai vd. (2008); üniversite kütüphanelerinde Nitecki ve Hernon (2000); sağlık hizmetlerinde Dursun ve Çerçi (2004); Amerika ve Almanya'da bankacılık, giyim mağazaları, sağlık ve restoranlarda Witkowski ve Wolfinbarger (2002); bankacılık alanında Caruana (2002); Brezilya posta işletmeciliğinde Carvalho ve Leite (1999); Amerikan havayollarında Gürsoy vd. (2005); hazır yemek işletmelerinde Eleren vd. (2007) vb. hizmet sektörünün çeşitli alanlarında çalışmalar yapmışlardır.

Turizm işletmelerinin kalite uygulamalarında başarı sağlayabilmeleri için hizmet satışı öncesinde, sürecinde ve sonrasında tüketici isteklerini belirlemeleri, tüketicilerin beklentilerinde meydana gelen değişimleri takip etmeleri gerekmektedir (Tavmergen, 2002). Hizmet kalitesinin ölçülmesi açısından önemli bir yeri olan SERVQUAL modeli yukarıda da belirtildiği gibi yapılan eleştirilerle birlikte turizm işletmelerinde ve özellikle araştırmanın da konusu olan otel işletmelerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Yapılan eleştiriler genel olarak yukarıda incelenen ve tablo şeklinde sunulan turizm işletmelerinde kullanılan diğer hizmet kalitesi ölçüm modelleri ile ilgili yapılan çalışmaların bazılarında (servperf vb.) görülmektedir. Çalışma kapsamında

ulusal ve uluslar arası yazında yukarıdaki tabloda verilen modellerin genelinin SERVQUAL ölçeğinden esinlenilerek yürütüldüğü tespit edilmiştir. Geliştirilen veya yürütülen çalışmaların yeni bir adla olmasa da yine SERVQUAL önermelerine işletmenin özelliğine göre ilaveler yapılarak kullanıldığı görülmüştür.

Akan (1995), Türkiye'deki 4 ve 5 yıldızlı otellerde SERVQUAL boyutlarının önem derecesini ölçmüştür. Çalışma yedi boyut tanımlanmıştır. Bunlar; personelin nezaket ve yeterliliği, iletişim ve davranış, fiziksel özellikler, müşterileri tanıma ve anlama, hassasiyet ve servis hızı, problemlere çözüm ve otel rezervasyonlarındaki hassasiyettir. Akbaba (2006), Türkiye'deki Business Hotel'lerde yapmış olduğu araştırmada, "uygunluk" tamamen yeni bir boyut olarak ortaya çıkmıştır. 5 boyut ve 29 önermeden oluşan çalışmada 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Hizmet kalitesinin beş boyutunu incelemiş ve bunlar; fiziksel özellikler, anlama ve önemseme, hizmet sağlamada yeterlilik, güvenilirlik ve uygunluktur. Eleren ve Kılıç (2007), termal otel işletmelerinde aynı ölçüm modeli ile yapmış oldukları hizmet kalitesi ölçüm araştırması sonuçlarına göre, müşterilerin algılama düzeyleri yüksek çıkmasına rağmen beklentilerinin de yüksek olması SERVQUAL skorlarını negatif büyüklüğe taşımıştır.

SERVQUAL ölçeğini kullanarak otelcilik ve turizm alanında hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik olarak araştırma kapsamında tespit edilen diğer çalışmalar şu şekilde özetlenebilir, Ramsaran-Fowdar (2007); Saleh ve Ryan (1991); Gabbie ve O'Neil (1996); Wong ve dig. (1999); Akbaba ve Kılıç (2001); Oh (1999); Juwaheer (2004); Atılgan vd. (2003); Shishavi (2006); Avcıkurt ve Aymankuy (2006); Tsang ve Qu (2000); Lau vd. (2005); Hsieh vd. (2008); Snoj ve Mumel (2002); Alén vd. (2006); Gonzalez (2006); Ferguson vd. (1999); Gonzales ve Brea (2006) vb. Yapılan çalışmalar bu örneklerle de sınırlı değildir. Yapılan çalışma kapsamında araştırmacıların hizmet kalitesi ölçüm modeli olarak SERVQUAL ölçeğine başvurdukları tespit edilmiştir.

## **SONUÇ**

Hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, ülkemiz ekonomisi için son derece önemli bir endüstri dalıdır. Sadece ülkemiz için değil pek çok gelişmekte olan ülke ekonomisi için turizm sektörü, kalkınmanın birinci unsuru haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler, Dünya Turizm Örgütü verilerine göre turizm, uluslar arası ticaret alanında dünyanın dördüncü büyük sektörü haline gelmiştir. Yine aynı istatistikler içerisinde Türkiye'nin 2007 yılı için dünyanın en büyük dokuzuncu destinasyonu olduğu görülmektedir.

Yıllar itibarıyla ülkemize gelen turist sayısı ve elde edilen turizm gelirlerinde sürekli bir artış gözlemlenmektedir. Bu artışın en büyük nedenlerinden birisinin de sunulan hizmetin kalitesi olduğu gerçeği kuşkusuzdur. Günden güne artan rekabet ve yeni açılan destinasyonların çokluğu nedeniyle sunulan hizmetin kalitesi, özellikle sadık müşteri yaratabilmekte çok önemli bir faktördür.

Bu çalışmada öncelikle hizmet işletmelerinde hizmet kalitesi ölçüm modelleri üzerinde durulmuş ve sonraki aşamada turizm sektöründe uygulanan hizmet kalitesi ölçüm modelleri araştırılmıştır. Araştırma çerçevesinde hem genel hizmet kalitesi hem de turizm işletmelerinde hizmet kalitesi çalışmaları yerli ve yabancı yazın beraber taranarak elde edilmiştir. Çalışma bu konuda araştırma yapmak isteyen ve özellikle hizmet kalitesi ve performansı üzerine çalışmayı düşünen araştırmacılara zemin hazırlaması amacıyla yapılmıştır. Gelecekte bu konuda yapılacak araştırmalar için bir kaynak niteliği taşımaktadır.

## **KAYNAKÇA**

- Akan, P. (1995). Dimensions of service quality: A Study in İstanbul. *Managing Service Quality* 5(6), 39-43.
- Akbaba, A. ve Kılınc, İ. (2001). Hizmet Kalitesi ve Turizm İşletmelerinde SERVQUAL Uygulamaları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 12: 162-168.
- Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management* 25, 170-192,
- Akbaba, A. (2007). Turizm Endüstrisinde Hizmet Kavramı. Editörler: Şevkinaz Gümüsoğlu ve diğerleri. *Hizmet Kalitesi*(29-37). Detay Yayıncılık. Ankara.
- Alén, M.E., Fraiz, J.A. ve Rufin, R. (2006). Analysis of health spa customers' expectations and perceptions: The case of Spanish establishments. *Revista de Estudios Politecnicos Polytechnical Studies Review* 3(5/6): 245-262.
- Avcıkurt, C. ve Aymankuy, Ş. (2006). Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümü ve bir uygulama, II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 281-299.
- Ayala, G., Staros, E.V., West, J.J. (1996). Marketing quality in the hotel sector, Editörler: Olsen, M.D., Teare, R., Gummesson, E., *Service Quality in Hospitality Organisations* (259-277), London, Cassell.
- Atılgan, E., Akıncı, S. ve Aksoy, Ş. (2003). Mapping service quality. *Managing Service Quality* 13(5): 412-422.
- Backman, S.J., ve Veldkamp, C. (1995). Examination of the Relationship between service quality and user loyalty. *Journal of Park and Recreation Administration* 13(2):29-41.
- Ban, O.I., Bugnar, N. (2007). Using Triangular Fuzzy Numbers for Measuring Quality of Service from the Client's Perspective in the Hotel Industry. *Fasicle of Management and Technological Engineering VI (XVI)*: 2468-2475, *Annals of the Oradea University*.

Barrington, M.N., Olsen, M.D. (1987). Concept of service in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*: 131-138.  
Benitez, J.M., Martin, J.C. ve Roman. C. (2007). Using Fuzzy Number for Measuring Quality of Service in the Hotel Industry. *Tourism Management* 28: 544-555.

Bozdağ, N., Altan, Ş. ve Atan, M. (2003). Hizmet Sektöründe Toplam Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi ile Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi, Ankara*, 29 - 30 Mayıs 2003.

Caruana, A., Ewing, M.T. ve Ramaseshan, B. (2000). Assessment of the three-column format SERVQUAL: an experimental approach. *Journal of Business Research*: 57-65.

Caruana, A. (2002). Service Loyalty; The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing* 36: 811-828.

Carvalho, F.A. ve Leite, V.F. (1999). Attribute importance in service quality: an empirical test of the PBZ conjecture in Brazil. *International Journal of Service Industry Management* 10/5: 487-504.

Chen C-T. (2000). Extensions of the TOPSIS for Group Decision-Making under Fuzzy Environment. *Fuzzy Sets and Systems* 114: 1-9.

Cronin, J.J. ve Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing* 6: 55-68.

Cronin, J.J. ve Taylor. (1994).SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing* 58:125-131.

Crosby, P.B. (1979).*Quality Is Free*. McGraw-Hill. New York.

Dursun, Y. ve Çerçi, M.(2004). Algılanan sağlık hizmeti kalitesi, algılanan değer, hasta tatminin ve davranışsal niyet üzerine bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 23:1-16.

Ekinci, Y., Riley, M. ve Fife-Schaw, C. (1998). Which school of thought? The dimensions of resort hotel quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10 (2): 63-67.

Eleren, A., Bektaş, Ç. ve Görmüş, A.Ş. (2007). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar* 514: 75-88.

Eleren, A. ve Kılıç, B. (2007). Turizm Sektöründe Servqual Analizi ile Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi 9(1): 235-263.

Eragi, M.I. (2006). Tourism services quality (TourServQual) in Egypt The viewpoints of external and internal customers. Benchmarking: An International Journal 13(4): 469-492, Emerald Group Publishing Limited

Ersöz, S., Pınarbaşı, M., Türker, A.K. ve Yüzükırmızı, M.(2009).Hizmet Kalitesinin Servqual Metodu İle Ölçümü ve Sonuçların Yapısal Esitlik Modelleri ile Analizi: Öğretmen Evi Uygulaması. Int.J.Eng.Research and Development 1:19-27.

Falces Delgado, C., Sierra Diez, B., Becerra Grande, A.L. ve Brinol Turnes, P. (1999). HOTELQUAL: Una escala para medir la calidad percibida en servicios de alojamiento. Estudios Turísticos 139: 95-110.

Feng, C.M. ve Wang, R.T. (2001). Considering the Financial Ratios on the Performance Evaluation of Highway Bus Industry. Transport Reviews 21(4): 449-467.

Ferguson, R.J., Paulin, M., Pigiassou, C. ve Gauduchon, R. (1999). Assessing service management effectiveness in a health resort: implications of technical and functional quality. Managing Service Quality 9(1): 58-65.

Frochot, I ve Hughes, H.(2000). Histoqual: the development of a historic houses scale. Tourism Management 21: 157-167.

Gabbie O, ve O'Neill, M. A.(1996). Celebrate and Record SERVQUAL and The Northern Ireland Hotel Sector: Comparative Analysis. Managing Service Quality 6(6): 25-32.

Getty, J.M. ve Thompson, K.N. (1994). The relationship between quality, satisfaction, and recommending behaviour in lodging decisions. Journal of Hospitality & Leisure Marketing 2(3):3-22.

Getty, J.M. ve Getty, R.L. (2003). Lodging Quality index (LQİ): assessing customers' perceptions of quality delivery. International Journal of Contemporary Hospitality Management 15(2): 94-104.

González, M.E.A. (2006). Comparacion de escalas para a medicion da calidade percibida en establecementos termais. Revista Galega de Economía 15(2): 25-44.

González, M.E.A. ve Brea, J.A.F. (2006). Evaluacion de la relacion existente entre la calidad de servicio, la satisfaccion y las intenciones de comportamiento en el ambito del turismo termal. Revista Europa de Direccion Economía de la Empresa 15(3): 171-184.

Gürsoy, D., Chen, M.H. ve Ki, H.J.(2005). The US airlines relative positioning based on attributes of service quality. *Tourism Management* 26: 57-67

Hall, S.S., (1990). *Quality Assurance in the Hospitality Industry*, ASQC Quality Press. Milwaukee.

Hsieh, L-F., Lin, L-H ve Lin, Y-Y. (2008). A service quality measurement architecture for hot spring hotels in Taiwan. *Tourism Management* 29: 429-438.

Hsu, T.K., Tsai, Y.F. ve Wu, H.H. (2009). The Preference Analysis for Tourist Choice of Destination: A Case Study of Taiwan, *Tourism Management* 30(2): 288-297.

Hung-Chic Yu, A., Morais, D. ve Chick, G. (2005). Service Quality in Tourism: A case study of the 2001 study tour of Taiwan. *Northeastern Recreation Research Symposium Proceedings*: 318-325, New York.

Hwang, C. ve Yoon, K. (1981). *Multiple Attribute Decision Making: Methods and Application*. New York: Springer.

Janko W. Ve Bernroider E. (2005). *Multi-Criteria Decision Making: An Application Study of ELECTRE and TOPSIS*. [www.ai.wu-wien.ac.at/~bernroid/lehre/seminare/ws04/A7-TOPSIS-0107503.pdf](http://www.ai.wu-wien.ac.at/~bernroid/lehre/seminare/ws04/A7-TOPSIS-0107503.pdf).

Johns, N., Lee-Ross, D. ve Ingram, H. (1997).A Study of Service Quality in Small Hotels and Guesthouses. *Progress in Tourism and Hospitality Research* 3: 351-369.

Juran, J.M. (1980) *Quality Planning and Analysis: From Product Development Through Use*. McGraw-Hill.New York.

Juwaheer, T.D. (2004). Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a case study of Mauritius. *Managing Service Quality* 14(5): 350-365.

Khan, M. (2003). ECOSERV. Ecotourists' quality expectations. *Annals of Tourism Research* 30(1):109-124.

Kim, H. J., McCahon, C., ve Miller, J. (2000). Service quality in Korean casual dining restaurants. *Proceedings of Fifth Annual Graduate Education and Graduate Students Research Conference in Hospitality & Tourism*: 312-314. 6-8 Ocak 2000)

Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M. ve Yokoyama, F.(1990). LODGSERV: a service quality index for the lodging industry. *Hospitality Research Journal* 14 (2): 227-284.

Knutson, B., Stevens, P. ve Patton, M. (1996). Measuring Service Quality in Quick Service, Casual/Theme, and Fine Dining Restaurants. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 3(2): 35 - 44



- Kotler, P. (1997). *Marketing Management; Analysis, Planning. Implementation and Control*. 9 th edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kuruüzüm, A. ve Atsan N. (2001). Analitik Hiyerarşi Yöntemi ve İşletmecilik Alanındaki Uygulamaları, *Akdeniz Üniversitesi, İİBF Dergisi* (1):83-105.
- Landrum, H. ve Prybutok, V.R.(2004). A service quality and success model for the information service industry. *European Journal of Operational Research* 156 (2004): 628-642.
- Lau, M.P., Akbar, A.K. ve Fie, D.Y. (2000). Services Quality: A study of the Luxury Hotels in Malasia. *The Journal of Academy of Business* 7(2): 46-55.
- Mackay, K.J., ve Crompton, J.L. (1988). A Conceptual Model of Consumer Evaluation of Recreation Service Quality. *Leisure Studies* 7: 41-49.
- Mackay, K.J., ve Crompton, J.L. (1990). Measuring the Quality of Recreation Services. *Journal of Park and Recreation Administration*.8(3): 47-56.
- Mei, A.W.O., Dean, A.M., White, C.J. (1999). Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry. *Managing Service Quality* 9, 136-143.
- Mucuk, İ. (2001). *Pazarlama İlkeleri*. Türkmen Kitabevi. İstanbul.
- Murat, G. ve Çelik N. (2007). Analitik Hiyerarşi Yöntemi ile Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 3(6): 1-20.
- Nadiri, H. ve Hussain, K.(2005a). Diagnosing the zone of tolerance for hotel services. *Managing Service Quality* 15(3): 259-277.
- Nadiri, H. ve Hussain, K.(2005b). Perceptions of service quality in North Cyprus hotels. *International Journal of Marketing* 17(6): 469-480.
- Nitecki, D.A. ve Herson, P. (2000). Measuring Service Quality at Yale University's Libraries. *The Journal of Academic Librarianship* 26(4): 259-273.
- Oberoi, U. ve Hales, C. (1990). Assessing the quality of conference hotel service product: towards an empirical based model. *The Service Industries Journal* 10 (4): 700-721.
- Oğuzlar, A. (2007). Analitik Hiyerarşi Süreci ile Müşteri Şikayetlerinin Analizi. *Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi* (14): 122-134
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *Hospitality Management* 18: 67- 82.

Okumuş, A. ve Asil, H. (2007). Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 13:152-175.

Olorunniwo, F., Hsu, M.K. ve Udo, G.J. (2006). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory. Journal of Services Marketing 20(1): 59-72.

Özer, P. S. ve Özdemir, P.Ö.(2007). Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri. Editörler: Şevkinaz Gümüsoğlu ve diğerleri. Hizmet Kalitesi(2-28). Detay Yayıncılık. Ankara.

Parabaharan, B., Arulraj, A. ve Rajogopal, V.( 2008). Service Quality on Tourism: Application of Structural Equation Modeling. Conference on Tourism in India. 15-17 May 2008, IIMK: 143-150.

Parasuraman, P.A., Zeithaml, V.A. ve Berry L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing 49: 41 - 50.

Parasuraman, P.A., Zeithaml, V.A. ve Berry L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing 64(1): 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L., (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. Journal of Retailing 67 (4): 420-450.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L., (1994a). Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. Journal of Retailing 70 (3):201-230.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. ve Berry, L.L., (1994b). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. Journal of Marketing 58 (1): 111-124.

Parasuraman, A. , Zeithaml, V.A. ve Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: a multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research 7(3): 213-233.

Patton, M., Stevens, P. ve Knutson, B. (1994). Internationalizing LODGSERV as a measurement tool: a pilot study. Journal of Hospitality and Leisure Marketing 2 (2): 39-55.

Ramsaran-Fowdar, R.R. (2007). Developing a service quality questionnaire for the hotel industry in Mauritius. Journal of Vacation Marketing 13(1): 19-27.

Saaty, T. L. (1980). The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting. Resource Allocation, McGraw-Hill.

Saaty, T. L. (1990). How to Make a Decision: The Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operations Research* 48 (3): 9-26.

Saaty, T. L. (2002). Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. *Scientia Iranica* 9 (3): 215-229.

Saleh, F. ve Ryan, C. (1991).Analysing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model. *The Service Industries Journal* 11(3): 324 – 345.

Seth, N., Deshmukh, S.G. ve Vrat, P. (2005). Service Quality Models: a Review. *International Journal of Quality& Reliability Management*: 913-949, Emerald

Shishavi, N. (2006). Satisfaction Level of Hotel Costumer in İran: Case of Parsian Estaghlal Hotel. Master's Thesis. Lulea University of Technology.

Snoj, B. ve Mumel, D. (2002). The measurement of perceived differences in service quality- The case of health spas in Slovenia. *Journal of Vacation Marketing* 8(4): 362-379.

Stevens, P., Knutson, B. ve Patton, M. (1995). DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 36 (2), 56-60.

Su, A.Y-L. (2001). Service Quality in a Chain-operated Steakhouse. [web.nkhc.edu.tw/master/conference/2001](http://web.nkhc.edu.tw/master/conference/2001)  
Tavmergen, İ.P. (2002). Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi. Seçkin Yayıncılık. Ankara.

Tribe, J. ve Snaith, T. (1998). From Servqual to Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba, *Tourism Management* 19(1), 25-34.

Truong, T-H. ve Foster, D. (2006). Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destinations: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. *Tourism Management* 27: 842-855

Tsai, M.C., Shih, K.H. ve Chen, C.H. (2007). A comparison of the service quality of fast food chain franchises. *International Journal of Services and Standards* 3(2): 222-238

Tsai, M.T., Wu, H.L. ve Liang, W.K. (2008). Fuzzy Decision Making for Market Positioning and Developing Strategy for Improving Service Quality in Department Stores. *Quality & Quantity* 42: 303-319.

Tsang, N. ve Qu, H. (2000). Service quality in China's hotel industry: a perspective from tourists and hotel managers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 12(5):316-326.

Tsaur, S.H, Changa, T.Y. ve Yen, C.H. (2002). The evaluation of airline service quality by fuzzy MCDM, *Tourism Management* 23(2): 107-115.

Usta, R. ve Memiş, S. (2009). Hizmet Kalitesi ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatmininin Aracılık Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi* 23(4): 87-108.

Ustasüleyman, T. (2009). Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: AHS-TOPSIS Yöntemi. *Bankacılık Dergisi* 69: 33-43

Uyguç, N. (1998). Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi. Eylül Yayıncılık. İzmir.  
Witkowski, T.H. ve Wolginbarger, M.F.( 2002). Comparative service quality: German and American ratings across service settings. *Journal of Business Research* 55: 875– 881.

Wright, B.A., Duray, N. ve Goodale, T.L. (1992). Assessing perceptions of recreation center service quality: An application of recent advancements in service quality research. *Journal of Parks and Recreation Administration* 10(3): 33-47.

Wong, A., Mei, O., Dean, A.M. ve White, C.J. (1999). Analyzing service quality in the hospitality industry SERVQUAL model. *Managing Service Quality* 9: 136 - 143.

Wright, S. (1921). Correlation of causation. *Journal of Agricultural Research* 20: 557-585.

Yılmaz, V. (2004). Consumer Behaviour of Shopping Center Choice. *Social Behavior and Personality*: 783-790.

Yılmaz, V., Çelik, H.E. ve Ekiz, E.H. (2006). Kuruma Bağlılığı Etkileyen Faktörlerin Yapısal Esitlik Modelleriyle Araştırılması: Özel ve Devlet Bankası Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(2): 171-184.

#### İnternet Kaynakları:

1. [http://www.ekodialog.com/hizmet\\_ekonomisi/hizmet\\_ekonomisi\\_tanim.html](http://www.ekodialog.com/hizmet_ekonomisi/hizmet_ekonomisi_tanim.html)
2. Kalite nedir?  
<http://www.atimtr.com/0001/0001/atimtr.com/Media/kalite.pdf>
3. <http://www.tse.org.tr/Turkish/KaliteYonetimi/9000bilgi.asp>
4. <http://www.mpm.org.tr/sozluk/default.asp?dict=k>
5. <http://www.nilgunsarp.com/?p=16>
6. <http://www.ekoturizmderneği.org/>