

**2012 Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi Sayı: 28, s.21-30****ANTALYA'DAKİ OTELLERDE KALAN YERLİ VE YABANCI TURİSTLERİN  
KALDIKLARI ODANIN DEKORASYONU İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİ**

H. Sinem ŞANLI<sup>1</sup>  
Hande ŞAHİN<sup>2</sup>

**ÖZET**

Bu araştırma, Antalya'da 3,4 ve 5 yıldızlı otelde kalan yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları otel odasının dekorasyonu ile ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Araştırmada, küme örnekleme yöntemi kullanılmış olup, Antalya'da 6 adet otel küme olarak ele alınmış ve bu otellerde konaklayan 93 yerli, 72 yabancı toplam 165 turist örneklem grubunu oluşturmuştur. Araştırma verileri SPSS 14.01 programında analiz edilmiş olup, verilerin değerlendirilmesinde yüzde ve frekans değerleri ile Ki-kare testi kullanılmıştır. Araştırma sonucuna göre; yabancı turistlerin yerli turistlere göre kaldıkları otellerde yer alan hususlara ilişkin daha fazla memnuniyet yaşadıkları, turistlerin kaldıkları otelde abajur, havluluk, tuvalet kağıtlığı, sabunluk, çöp kutusu, saç kurutma makinesi, kıyafet askılığı, mini buzdolabı ve tablo bulunma durumu ile otelin yıldızı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0.05$ ).

**Anahtar Kelimeler:** konaklama tesisi, otel odası, turist, dekorasyon

**VIEWS OF DOMESTIC AND FOREIGN TOURISTS STAYING IN ANTALYA  
HOTELS ON DECORATION OF THEIR ROOMS****ABSTRACT**

This study was planned and conducted in an attempt to designate views of domestic and foreign tourists staying in Antalya's three-star, four-star and five-star hotels about the decorations of the rooms they stay in. In this study; cluster sampling method was employed, six hotels were dealt with as a cluster, and 93 domestic in addition to 72 foreign totaling 165 tourists accommodated in these hotels formed a sampling group. The results obtained from this study have been analyzed in SPSS 14.01 program; on the other hand, percentage and frequency values besides chi-square test have been employed in the analysis of the evaluation of the given results. According to the research results; foreign tourists were more pleased with the issues occurring in the hotels they stayed in than domestic tourists do. It has been detected that there exists a significant relation between the number of stars the hotels have and the availability of lampshade, towel rack, toilet paper, soap dish, waste bin, hair dryer machine, coat hanger, mini refrigerator and painting in the hotels where tourist stay.

**Key Words:** accommodational instution, hotel room, tourist, decoration

---

<sup>1</sup> Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Aile ve Tüketici Bilimleri Eğitimi Bölümü  
Gölbaşı/Ankara, hurrem@gazi.edu.tr

<sup>2</sup> Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Aile ve Tüketici Bilimleri Eğitimi Bölümü  
Gölbaşı/Ankara, handesahin@gazi.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Sadece bir yer değiştirme hareketi olarak başlayan turizm, günümüzde başlı başına bir sektör haline gelmiştir. Konaklama tesislerinin başında gelen otel, han ve kervansaray ile başlayan gelişim sürecinin sonunda, bugün çağdaş yaşamın vazgeçilmez ögeleri olarak yerini almıştır (Yolcu, 2006: 1). Otel, asıl fonksiyonu müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme – içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir. Oteller; bir, iki, üç, dört, beş yıldıztılı oteller olarak sınıflandırılırlar (mevzuat.adalet.gov.tr, 2005).

Otel, birbirinden çok farklı fonksiyonlara cevap vermesi ve bünyesinde çok değişik işlevli mekanların yer alması nedeniyle her mekana uygun dekorasyonun yapılması görsel konfor açısından önem taşımaktadır (şahin, 2006: 2; Can, 2004: 18). Özellikle de yatak odası bir otel için en temel birimi oluşturmaktadır. Müşterilerin bir otelden memnun kalmalarında ve işletmeyi tekrar tercih etmelerindeki etkenin, otel yatak odalarında sunulan temiz, rahat ve konforlu konaklama olduğu tartişılmaz bir gerçektir (Tunalı, 2009: 7).

Hizmet sektöründe faaliyette bulunan tesislerde tüm faaliyet ve kararların odak noktasını oluşturduğundan, bu tesisler açısından müşterinin memnun edilmesi diğer tesislere göre önem taşımaktadır. Diğer taraftan bu tesislerde, müşteri memnuniyetinin önemli bir verimlilik ölçütü olarak da kabul edilmesi, konaklama tesislerinin müşterilerinin tekrar gelmelerini sağlamak için onların istek ve beklentilerini karşılayabilmeye dönük faaliyetlerine önem vermelerini ve örgütteki herkesin müşteri gereksinimlerinin tatmin edilmesi üzerinde çalışmalarını gerekli kılmaktadır (Emir, Kılıç ve Pelit 2010: 291). Oteller için müşteri memnuniyeti ne kadar yüksek düzeyde karşılanırsa, müşteriyi elde tutma oranı da o kadar başarılı olacaktır (Kotler, 2005: 90). Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda genellikle otelerde kalan müşterilerin temizlik, fiyat ve hizmet kalitesi gibi unsurlardan memnuniyet düzeylerine yer verilirken (Bulgan ve Soybalı, 2011: 3572; Kılıç ve Pelit 2004: 113; Knutson, 1988: 83; Lewis, 1997: 83) yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları otel odası dekorasyonundan memnuniyet düzeyini ayrıntılı inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu araştırma; Antalya’da 3,4 ve 5 yıldıztılı otelde kalan yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları otel odasının dekorasyonu ile ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla planlanmış ve yrtlmştir.

## 2. YÖNTEM

Araştırmanın evreni, Antalya’da faaliyet gösteren 3, 4 ve 5 yıldıztılı konaklama tesislerinde kalan yerli ve yabancı turistlerden oluşmaktadır. Antalya’nın Türkiye’deki turizm hareketlerinin en yoğun yaşandığı bir il olması araştırma kapsamına alınmasının önemli nedenidir. Araştırmada, küme örnekleme yöntemi kullanılmış olup, tesislerinde araştırma yapılmasını kabul eden 6 adet konaklama tesisi küme olarak ele alınmıştır. Otelerde yıldıztılı sayısının artmasıyla otelin bulundurması gereken özelliklerin de artması gerektiğinden ve bu tesislerde daha fazla memnuniyet beklendiği göz önüne alınarak araştırmaya 3,4 ve 5 yıldıztılı oteller alınmıştır. Bu tesislerde konaklayan 93 Türk, 72 yabancı olmak üzere toplam 165 turist örnekleme grubunu oluşturmuştur. Araştırmaya alınan otelerde bulunan tüm kişilere anket uygulanmamış olup, sadece formu doldurmayı kabul eden ve formu eksiksiz olarak dolduran kişiler değerlendirmeye alınmıştır. Yabancı turistler için anket formu ingilizce ve almancaya çevrilmiş olup, kendi uyruklarına uygun anket formunu doldurmaları sağlanmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak iki bölümden oluşan

anket formu kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde; tursitlerin bazı bireysel özellikleri (uyruk, cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek, aylık gelir düzeyi, kalınan otel türü, otelde kalma amacı ve birlikte kalınan kişiler) yer almaktadır. İkinci bölümde ise; turistlerin kaldıkları otel odasının dekorasyonuna ilişkin görüşlerine (zemin ve duvar kaplama malzemesi, duvar, zemin, kapı ve mobilya rengi, perde, perde rengi, yatak örtüsü kumaşı ve rengi, aydınlatma araçları, mobilya malzemesi ve rengi memnuniyet durumları, yatak örtüsü, abajur, gece lambası, oda ve banyo aynası, havluluk, tuvalet kağıdı asacağı, sabunluk, çöp kutusu, saç kurutma makinesi, kıyafet askısı, mini buzdolabı, tablo bulunma durumu, kalınan oda dekorasyonunun genel değerlendirilmesine yer verilmiştir. Araştırma verileri 15.07.2010 ile 10.08.2010 tarihleri arasında toplanmış olup, SPSS 14.01 programında analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde yüzde ve frekans değerleri ile Ki-kare testi kullanılmıştır.

### 3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamındaki yerli ve yabancı turistlerin bireysel özelliklerine ilişkin bulgular Çizelge 1’de sunulmuştur.

**Çizelge 1. Araştırmaya Alınan Turistlerin Bireysel Özelliklerine Göre Dağılımı**

Değişken	Gruplar	f	%
Uyruk	Türk	93	56.4
	Yabancı	72	43.6
Cinsiyet	Kadın	97	58.8
	Erkek	68	41.2
Yaş	20-25	45	27.3
	26-30	31	18.8
	31-35	19	11.5
	36-40	21	12.7
	41-45	23	14.0
	46-50	8	4.8
	51-55	10	6.1
	56+	8	4.8
Öğrenim Durumu	İlköğrenim	6	3.6
	Ortaöğrenim	65	39.4
	Üniversite	82	49.7
	Master/Doktora	12	7.3
Meslek	Öğretmen	27	16.4
	Memur	31	18.8
	Mühendis	21	12.7
	Kamuda doktor, avukat vb.	28	17.0
	Özel sektörde doktor,	10	6.1
	Serbest meslek	11	6.6
	Emekli	14	8.5

**Çizelge 1'in Devamı**

	Ev hanımı	23	13.9
<b>Aylık Gelir Düzeyi</b>	750 TL ve altı	2	1.2
	751-1500 TL	24	14.5
	1501-2250 TL	41	24.9
	2251-3000 TL	49	29.7
	3001 TL ve üstü	49	29.7
<b>Toplam</b>		165	100.0

Çizelge 1'deki bulgulara göre; turistlerin yarısından fazlası (%56.4) Türk iken, %43.6'sı yabancıdır. Araştırmaya alınan turistlerin %58.8'i kadın, %41.2'si ise erkektir. Emir ve Kılıç'ın (2011) Antalya'da bulunan otellerden memnuniyet düzeyini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada da araştırmaya alınanlar arasında kadınlar (%52.1) çoğunluktadır. Bulgan ve Soybalı'nın (2011) Antalya'da konaklayan Alman turistlerin kaldıkları otelden memnuniyet düzeyini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada ise araştırmaya alınanlar arasında erkekler (%57.2) çoğunluktadır. Araştırmada turistlerin çoğunluğu (%27.3) 20-25 yaş aralığında, %49.7' sinin ise üniversite mezunu oldukları görülmektedir. %18.8 oranında turistlerin memur oldukları ve eşit oranlarla (%29.7) "2251-3000 TL" ile "3001 TL ve üstü" gelir düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir. Bulgan ve Soybalı'nın (2011) araştırmasında da benzer sonuçlar elde edilmiş, turistler arasında üniversite mezunu ve memur olanların önde geldiği saptanmıştır.

Araştırmaya alınan turistlerin uyruklarına ve kalınan otel türü, otelde kalma amacı ve birlikte kalınan kişilere göre dağılımları Çizelge 2'de sunulmuştur.

**Çizelge 2. Araştırmaya Alınan Turistlerin Bazı Değişkenlere ve Uyruklarına Göre Dağılımı**

Değişken	Gruplar	Uyruk				$\chi^2$	P
		Yerli		Yabancı			
		f	%	f	%		
<b>Kalınan Otel Türü</b>	3 yıldızlı	32	34.4	26	36.1	0.910	.635
	4 yıldızlı	33	35.5	29	40.3		
	5 yıldızlı	28	30.1	17	23.6		
<b>Toplam</b>		93	100.0	72	100.0		
<b>Otelde Kalma Amacı</b>	Dinlenme-eğlenme	77	82.8	65	90.3	4.139	.126
	Sağlık	8	8.6	6	8.3		
	İş	8	8.6	1	1.4		
<b>Toplam</b>		93	100.0	72	100.0		
<b>Birlikte Kalınan Kişiler</b>	Yalnız	12	12.9	3	4.2	8.710	.013*
	Aile	73	78.5	53	73.6		
	Arkadaşlar	8	8.6	16	22.2		
<b>Toplam</b>		93	100.0	72	100.0		

p<0.01

Araştırmaya alınan yerli ve yabancı turistler arasında 4 yıldızlı otelde (yerli %35.5, yabancı %40.3), dinlenme ve eğlenme amaçlı (yerli %82.8, yabancı %90.3) ve ailesiyle birlikte kalanlar (yerli %78.5, yabancı %73.6) önde gelmektedir. Emir ve arkadaşlarının 2010 yılında Antalya’da üç yıldızlı otellerde kalan müşterilerin memnuniyetini belirlemeye yönelik çalışmalarında da turistlerin çoğunun (%78.0) tatil ve eğlence amaçlı otelde kaldığı belirlenmiştir. Araştırmaya alınan turistlerin kaldıkları otel türü ve otelde kalma amacı ile uyrukları arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmazken, turistlerin birlikte kaldıkları kişiler ile uyrukları arasında istatistiki olarak bir ilişki bulunmuştur ( $p<0.05$ ). Dağılım incelendiğinde; Türk ve yabancı turistler arasında ailesiyle birlikte kalanlar önde gelmektedir. (Türk %78.5, yabancı %73.6). Türk turistlerde bunu sırasıyla yalnız (%12.9) ve arkadaşları ile kalanlar (%8.6) izlerken, Yabancı turistler arasında ise arkadaşlarıyla birlikte (%22.2) ve yalnız kalanlar (%4.2) izlemektedir.

Çizelge 3’te araştırmaya alınan turistlerin uyruklarına ve kaldıkları otelde bulunan çeşitli değişkenlere ilişkin memnuniyet düzeyleri verilmiştir.

**Çizelge 3. Araştırmaya Alınan Turistlerin Kaldıkları Oteldeki Dekorasyona İlişkin Memnuniyet Düzeylerine ve Uyruklarına Göre Dağılımı**

Değişken	Gruplar	Uyruk				Toplam		$\chi^2$	P
		Yerli (n=93)		Yabancı (n=72)		f	%		
		f	%	f	%				
<b>Zemin Kaplama Malzemesi</b>	Memnun	70	54.3	59	45.7	129	100.0	1.060	.201
	Memnun Değil	23	63.9	13	36.1	36	100.0		
<b>Duvar Kaplama Malzemesi</b>	Memnun	78	58.2	56	41.8	134	100.0	0.987	.214
	Memnun Değil	15	48.4	16	51.6	31	100.0		
<b>Duvar Rengi</b>	Memnun	78	57.4	58	42.6	136	100.0	0.308	.362
	Memnun Değil	15	51.7	14	48.3	29	100.0		
<b>Zemin Rengi</b>	Memnun	69	55.2	56	44.8	125	100.0	0.284	.365
	Memnun Değil	24	60.0	16	40.0	40	100.0		
<b>Kapı Rengi</b>	Memnun	76	58.5	54	41.5	130	100.0	1.097	.196
	Memnun Değil	17	48.6	18	51.4	35	100.0		
<b>Mobilya Rengi</b>	Memnun	69	55.6	55	44.4	124	100.0	0.105	.445
	Memnun Değil	24	58.5	17	41.5	41	100.0		
<b>Perde Kumaşı</b>	Memnun	66	57.4	49	42.6	115	100.0	0.163	.407
	Memnun Değil	27	54.0	23	46.0	50	100.0		
<b>Perde Rengi</b>	Memnun	60	54.1	51	45.9	111	100.0	0.736	.245
	Memnun Değil	33	61.1	21	38.9	54	100.0		
<b>Yatak Örtüsü Kumaşı</b>	Memnun	66	51.6	62	48.4	128	100.0	5.350	.016*
	Memnun Değil	27	73.0	10	27.0	37	100.0		
<b>Yatak Örtüsü Rengi</b>	Memnun	67	53.2	59	46.8	126	100.0	2.204	.096
	Memnun Değil	26	66.7	13	33.3	39	100.0		

**Çizelge 3'ün Devamı**

<b>Mobilya</b>	Memnun	72	53.7	62	46.3	134	100.0	2.009	.111
<b>Malzemesi</b>	Memnun Değil	21	67.7	10	32.3	31	100.0		
<b>Aydınlatma</b>	Memnun	73	55.7	58	44.3	131	100.0	0.105	.450
<b>Araçları</b>	Memnun Değil	20	58.8	14	41.2	34	100.0		

p&lt;0.05

Çizelge 3'e göre; yerli turistler arasında duvar kaplama malzemesi (%58.2), duvar rengi (%57.4), kapı rengi (%58.5), perde kumaşından (%57.4) memnun olanlar önde gelirken, zemin kaplama malzemesi (%63.9), zemin rengi (%60.0), mobilya rengi (58.5), perde rengi (%61.1), yatak örtüsü kumaşı (%73.0), yatak örtüsü rengi (66.7), mobilya malzemesi (%67.7) ve aydınlatma araçlarından (%58.8) memnun olmayanlar önde gelmektedir. Yabancı turistler arasında ise; zemin kaplama malzemesi (%45.7), zemin rengi (%44.8), mobilya rengi (%44.4), perde rengi (%45.9), yatak örtüsü kumaşı (%48.4), yatak örtüsü rengi (%46.8), mobilya malzemesi (%46.3) ve aydınlatma araçlarından (%44.3) memnun olanlar önde gelirken, duvar kaplama malzemesi (%51.6), duvar rengi (%48.3), kapı rengi (%51.4) ve perde kumaşından (%46.0) memnun olmayanlar önde gelmektedir. Nitekim Emir ve arkadaşlarının çalışmasında da kalınan oda donanımının ihtiyacı karşılayacak düzeyde olmadığı, otelde konaklayanların bu konuda memnuniyetsizlik yaşadıkları belirlenmiştir. Memnuniyet; kişinin bir mal veya hizmetten beklediğini elde etmesi nedeniyle duyduğu hoşnutluğu ifade eden psikolojik bir kavramdır (Pizam ve Ellis, 1999: 327). Bu nedenle de kişiden kişiye değişebilir. Otel odasındaki dekorasyon malzemelerinden duyulan memnuniyet de bu nedenler kişiler arasında farklılık gösterebilir. Yapılan istatistikî incelemede ise yatak örtüsü kumaşı ile turistlerin uyruğu arasında anlamlı bir ilişki saptanırken (p<0.05), diğer değişkenlerle anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

**Çizelge 4. Araştırmaya Alınan Turistlerin Kaldıkları Odada Bulunan Aksesurlara ve Otel Türüne Göre Dağılımı**

Aksesuar	Gruplar	Kalınan Otel Türü						$\chi^2$	p
		3 Yıldızlı		4 Yıldızlı		5 Yıldızlı			
		f	%	f	%	f	%		
	Mevcut	58	100.0	61	98.4	45	100.0		
Yatak örtüsü	Mevcut değil	-	-	1	1.6	-	-	1.671	
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	40	69.0	59	95.2	42	93.3		
Abajur	Mevcut değil	18	31.0	3	4.8	3	6.7	19.634	.000*
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
Gece lambası	Mevcut	54	93.1	53	85.5	44	97.8	5.366	.068

Çizelge 4'ün Devamı

	Mevcut değil	4	6.9	9	14.5	1	2.2		
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	54	93.1	60	96.8	45	100.0		
Oda aynası	Mevcut değil	4	6.9	2	3.2	-	-	3.487	
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	56	96.5	62	100.0	45	100.0		
Banyo aynası	Mevcut değil	2	3.5	-	-	-	-	3.735	
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	36	62.1	59	95.2	42	93.3		
Havluluk	Mevcut değil	22	37.9	3	4.8	3	6.7	27.952	.000*
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	46	79.3	57	92.0	42	93.3		
Tuvalet kağıtlığı	Mevcut değil	12	20.7	5	8.0	3	6.7	6.212	.045**
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	26	44.8	47	75.8	42	93.3		
Sabunluk	Mevcut değil	32	55.2	15	24.2	3	6.7	29.984	.000*
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	37	63.8	56	90.3	42	93.3		
Çöp Kutusu	Mevcut değil	21	36.2	6	9.7	3	6.7	19.693	.000*
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	38	65.5	52	83.9	42	93.3		
Saç kurutma makinesi	Mevcut değil	20	34.5	10	16.1	3	6.7	13.184	.001*
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	35	60.3	58	93.5	42	93.3		
Kıyafet askısı	Mevcut değil	23	39.7	4	6.5	3	6.7	27.724	.000*

**Çizelge 4'ün Devamı**

	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	42	72.4	55	88.7	43	95.6		
Mini buzdolabı	Mevcut değil	16	27.6	7	11.3	2	4.4	11.708	.003**
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		
	Mevcut	15	25.9	27	43.5	40	88.9		
Tablo	Mevcut değil	43	74.1	35	56.5	5	11.1	41.767	.001*
	Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		

\*p&lt;0.01

\*\*p&lt;0.05

Çizelge 4'e göre, araştırmaya alınan otellerin hepsi çoğunlukla belirtilen aksesuarlara sahipken, üç yıldızlı oteller arasında sabunluk (%55.2) ve tablo (%74.1) olmayanlar önde gelmektedir. Dört yıldızlı otellerin ise yarıdan fazlasında (%56.5) tablo bulunmadığı belirtilmiştir. Bu durum üç ve dört yıldızlı otellerin, beş yıldızlı olanlara göre daha az özellikli olmasından kaynaklanmış olabilir. Turistlerin kaldıkları otel odalarında yatak örtüsü, abajur, gece lambası, oda aynası, banyo aynası, havluluk, tuvalet kağıtlığı, sabunluk, çöp kutusu, saç kurutma makinesi, kıyafet askısı, mini buzdolabı ve tablo bulunma durumu ile otelin yıldızı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (p<0.05).

**Çizelge 5. Araştırmaya Alınan Turistlerin Kaldıkları Otel Odasının Dekorasyonunu Değerlendirme Biçimlerine ve Kaldıkları Otel Türüne Göre Dağılımı**

Dekorasyonu Değerlendirme Biçimi	Kalınan Otel Türü						$\chi^2$	p
	3 Yıldızlı		4 Yıldızlı		5 Yıldızlı			
	f	%	f	%	f	%		
Kalabalık	4	6.9	9	14.5	2	4.4	41.570	.000*
Sıkıcı	30	51.7	12	19.4	7	15.6		
Zevksiz	15	25.9	8	12.9	5	11.1		
Zevkli	3	5.2	14	22.6	16	35.6		
Ferah	6	10.3	19	30.6	15	33.3		
Toplam	58	100.0	62	100.0	45	100.0		

\*p&lt;00.01

Araştırma kapsamına alınan yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları otel odasının genel olarak dekorasyonu ile ilgili düşünceleri gösteren Çizelge 5'e göre; üç yıldızlı otelde kalanların yarıdan fazlasının (%51.7) kaldıkları odanın dekorasyonunu sıkıcı buldukları belirlenmiştir. Dört yıldızlı otelde kalanlar arasında %30.6' ile kaldıkları odayı ferah bulanlar, beş yıldızlı otelde kalanlar arasında ise %35.6 ile zevkli bulanlar önde gelmektedir. Bu durum 4 ve beş yıldızlı otellerin üç yıldızlılara göre daha fazla nitelik taşıma zorunluluğu olmasından kaynaklanmış olabilir. Yapılan istatistiksel incelemede; araştırmaya alınan yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları otel odasının genel olarak dekorasyonu ile ilgili düşünceleri ile kaldıkları otel türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (p<0.01).



#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Antalya’da 3,4 ve 5 yıldızlı otelde kalan yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları odanın dekorasyonu ile ilgili görüşlerini belirlemek amacıyla planlanan bu araştırmada 6 adet otel küme olarak ele alınmış ve bu otellerde konaklayan 93 yerli, 72 yabancı toplam 165 turist örneklem grubunu oluşturmuştur. Turistlerin yarısından fazlası (%56.4) Türk iken, %43.6’sı yabancıdır. Araştırmaya alınan turistler arasında kadın (%58.8), 20-25 yaş aralığında (%27.3), üniversite mezunu (%49.7), memur (%18.8) ve aylık gelir düzeyi eşit oranlarda (%29.7) “2251-3000 TL” ve “3001 TL ve üzeri” olanlar önde gelmektedir. Yerli ve yabancı turistler arasında 4 yıldızlı otelde (yerli %35.5, yabancı %40.3), dinlenme ve eğlenme amaçlı (yerli %82.8, yabancı %90.3) ve ailesiyle birlikte kalanlar (yerli %78.5, yabancı %73.6) ilk sırada yer almaktadır. Yerli turistler arasında duvar kaplama malzemesinden (%58.2), duvar renginden (%57.4), kapı rengi (%58.5), perde kumaşı (%57.4) memnun olanlar önde gelirken, zemin kaplama malzemesi (%63.9), zemin rengi (%60.0), mobilya rengi (58.5), perde rengi (%61.1), yatak örtüsü kumaşı (%73.0), yatak örtüsü rengi (66.7), mobilya malzemesi (%67.7) ve aydınlatma araçlarından (%58.8) memnun olmayanlar önde gelmektedir. Yabancı turistler arasında ise zemin kaplama malzemesi (%45.7), zemin rengi (%44.8), mobilya rengi (%44.4), perde rengi (%45.9), yatak örtüsü kumaşı (%48.4), yatak örtüsü rengi (%46.8), mobilya malzemesi (%46.3) ve aydınlatma araçlarından (%44.3) memnun olanlar önde gelirken, duvar kaplama malzemesi (%51.6), duvar rengi (%48.3), kapı rengi (%51.4) ve perde kumaşından (%46.0) memnun olmayanlar önde gelmektedir. Yapılan istatistiki incelemede yatak örtüsü kumaşı ile turistlerin uyruğu arasında anlamlı bir ilişki saptanırken ( $p<0.05$ ), diğer değişkenlerle anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Turistlerin kaldıkları otellerde odalarında yatak örtüsü, abajur, gece lambası, oda aynası, banyo aynası, havluluk, tuvalet kağıtlığı, sabunluk, çöp kutusu, saç kurutma makinesi, kıyafet askısı, mini buzdolabı ve tablo bulunma durumu ile otelin yıldızı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0.05$ ).

Araştırma sonucuna göre; yabancı turistlerin yerli turistlere göre kaldıkları otellerde yer alan hususlara ilişkin daha fazla memnuniyet yaşadıkları, turistlerin kaldıkları otelde abajur, havluluk, tuvalet kağıtlığı, sabunluk, çöp kutusu, saç kurutma makinesi, kıyafet askılığı, mini buzdolabı ve tablo bulunma durumu ile otelin yıldızı arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<0.01$ ,  $p<0.05$ ). Ayrıca araştırmada yerli ve yabancı turistlerin kaldıkları otel odasının genel olarak dekorasyonu ile ilgili düşünceleri ile kaldıkları otel türü arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ( $p<0.01$ ).

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre;

- Otellerde dekorasyon ile ilgili müşteri memnuniyeti araştırmaları yapıp, müşteri tercihleri ve görüşleri dikkate alınarak odalarda ve tesisin diğer yerlerinde yeni düzenlemeler yapılmalıdır,
- Tüm otel türlerinde mini buzdolabı bulundurulmalıdır,
- Otel odaları dekore edilirken gereksiz ayrıntıdan ve kalabalıktan kaçınılarak konaklayan kişilerin kaldıkları odada minimum eşya ile maksimum fayda elde etmesi sağlanmalıdır,
- Bundan sonra yapılacak araştırmalarda sadece otel odası ile sınırlı kalınmayıp, otelin giriş, koridor, bekleme salonu, yemek alanlarının dekorasyonunu ayrıntılı inceleyen araştırmalara yer verilmelidir

## 5. KAYNAKLAR

- Bulgan, G., Soybalı H.H. (2011). Antalya Belek Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Düşük Sezonda Konaklayan Alman Müşterilerin Hizmet Beklentilerinin ve Memnuniyet Düzeylerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University* 21(6); 3572-3597.
- Can, L. (2004). Beş Yıldızlı Otellerin Tasarım-İşletme İlişkisinin Tartışılması İstanbul Üzerine Bir Araştırma, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Emir, O., Kılıç, G., Pelit, E. (2010). Üç Yıldızlı Otel İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 15(3); 291-310.
- Emir, O., Kılıç, İ. (2011). Müşterilerin Memnuniyet Düzeyleri ile Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Journal of Yaşar University* 21(6); 3598-3621.
- Kılıç, İ. ve Pelit, E. (2004). Yerli Turistlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 15 (2), 113-124.
- Kotler, P. (2005). *A'dan Z'ye Pazarlama*. MediaCat Yayınları, İstanbul.
- Knutson, B. J. (1988). Frequent Travellers: Making Them Happy and Bringing Them Back. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 29(1), 83-87.
- Lewis, R. C. (1987). The Measurement of Gaps in the Quality of Hotel Services. *International Journal of Hospitality Management*, 6 (2), 83-88.
- Pizam, A.; Ellis, T. (1999). Customer Satisfaction and Its Measurement in Hospitality Enterprises, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7); 326-339.
- Şahin, D. (2006). Otel Aydınlatmasında Genel İlkeler ve Otel Yatak Odaları İçin Bir Değerlendirme, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İstanbul.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2005). Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik. <http://mevzuat.adalet.gov.tr/html/23202.html>. (11.06.2005)
- Tunalı, S. (2009). Zincir Otellerde Konaklama Amaçlarına Göre Yatak Odası Nitelikleri ve Tasarım-Uygulama İçin Endüstrileşme Yaklaşımı, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tez) İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.
- Yolcu, E. (2006). Şehir Otelleri, Çevre, Mekan, Tasarım İlkeleri Üzerine, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü İstanbul.