

TURİZM ALANINDA KANO MODELİ KULLANILARAK YAPILMIŞ AKADEMİK ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Begüm İPKOPARAN¹

Atilla AKBABA²

ÖZET

Akademik alanda turizm her geçen yıl geliŐmeye devam eden, yapılan çalışmaların ve katkıların arttığı bir alandır. Farklı araştırma yöntemleri ve modellerinin kullanıldığı, birçok farklı konuyu içeren akademik çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda kullanılan modellerden biri de Kano Modelidir. Farklı disiplinlerde, farklı konularda yapılan çalışmalarda da sıklıkla kullanılan Kano Modeli, 1984 yılında Japon Profesör Noriaki Kano tarafından geliŐtirilmiŐtir. Kano Modeli; mŐŐteriyi tatmin eden veya mŐŐterinin memnuniyetsizliğine yol açan etmenleri araŐtırmayı ve anlamayı, var olan őrn ve hizmetleri mŐŐteri tatmini ve memnuniyetsizliği açısından değerlendirmeyi, yeni bir őrn veya hizmet geliŐtirirken mŐŐteri grŐŐ ve beklentilerini dikkate almayı gerektiren bir yöntemdir. Kano modeli sayesinde bŐyyen rekabet ortamında farklılaŐma, işletme bŐnyesinde tasarruf ve geliŐme sağlama ve mŐŐterinin beklentilerini karŐılama adına çalışmalar yapılmaktadır.

Bu alıŐma kapsamında uluslararası alanyazınında 2000 yılından itibaren yayınlanan, turizm alanında Kano Modeli kullanılarak yapılmış akademik çalışmalar yazar adı, yayımlandığı dergi, yayın yılı ve uygulama alanlarına göre sınıflandırılmıştır. Bu çalışmalara ulaşmada Google Akademik, Research Gate, Science Direct ve Web of Science veri tabanları kullanılmış, bu veri tabanlarında ‘kano model tourism’, ‘kano model restaurant’, ‘customer satisfaction tourism’ anahtar kelimeler ile arama yapılmıştır. Yapılan aramalar sonucunda turizm alanında Kano Modeli kullanılarak yapılmış 47 akademik yayına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kano Modeli, Turizm, Bibliyometrik Analiz, Alanyazın

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ACADEMIC STUDIES USING KANO MODEL IN THE FIELD OF TOURISM

ABSTRACT

In the academic field, tourism is an area that continues developing every year and increases the number of studies and contributions. There is a number of academic studies, in

¹İzmir Kâtip elebi őrniversitesi, Turizm FakŐltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları BlŐmŐ, begum.ipkoparan@ikc.edu.tr

²İzmir Kâtip elebi őrniversitesi, Turizm FakŐltesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları BlŐmŐ, atilla.akbaba@ikc.edu.tr

which different research types and models used, containing different subjects. One of the models used in these studies is Kano Model. Kano Model, which is often used in different disciplines and studies with different subjects, was designed by Japanese Professor Noriaki Kano in 1984. Kano Model is a method that requires searching and understanding the factors which satisfy the customers or cause dissatisfaction; evaluating the existing product or service in terms of customer satisfaction and dissatisfaction; considering the customers' opinions and expectations while developing a new product or service. The studies are carried out in order to provide differentiation in the growing competition environment, to provide savings and development in the enterprise and to meet the customer expectations owing to Kano Model.

Within the scope of this study, the academic studies which have been published in the international literature since 2000, using the Kano Model in the field of tourism are classified according to the journal type, publication year and application fields. In order to reach these studies, Google Scholar, Research Gate, Science Direct and Web of Science databases are used; in these databases the keywords 'kano model tourism', 'kano model restaurant', 'customer satisfaction tourism' are searched. As a result of the searches, 47 academic publications using Kano Model in the field of tourism have been found.

Keywords: Kano Model, Tourism, Bibliometric Analysis, Literature

GİRİŞ

Turizmin her alanında müşteri memnuniyeti büyük önem arz eden bir etmendir. İşletmelerin, birbirleriyle rekabet halinde oldukları ortamdan sıyrılıp başarıyı yakalamaları için dikkat etmeleri gereken en önemli konu da müşteri memnuniyetidir (Chen, 2012). Bu nedenle müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğe yol açan faktörleri araştırmak, turizm işletmelerinin ürün ve hizmetlerini geliştirmeleri açısından gereklidir. Müşteriler tarafından en çok önemsenen hizmet ve servis kriterinin ihmal edilmesi, o müşterilerin işletmeye tekrar gelme ihtimallerini azalttığı gibi potansiyel müşterilerin gelmemesine de neden olabilmektedir (Dominici ve Palumbo, 2013). Yueh-Ling Hsu (2007)'e göre çoğunlukla müşteriler aldıkları ürün veya hizmetin sunduğu özellikler beklentilerini karşılamadığında bununla ilgili şikayette bulunmak yerine bir sonraki deneyimleri için başka işletmeleri tercih etme eğilimindedirler (Hsu, vd., 2007). Bu nedenle turizm işletmelerinin müşteri memnuniyetini sağlamaya ve devam ettirmeye önem vermesi ve bununla ilgili çalışmalar yapması gerekmektedir. (Dominici ve Palumbo, 2013)

İstenilen başarıyı yakalamak için işletmeler ürün ve hizmetlerini geliştirmeye, dolayısıyla müşteri memnuniyetini arttırmaya çalışırlar fakat ürün ve hizmetlerin sunduğu özellikler müşteri memnuniyetinde eşit derecede katkıya sahip olmadıkları için müşteri memnuniyetini etkileyen en önemli etmenlere dikkat etmek gerekmektedir (Chen, 2012). Bir turizm işletmesine gelen müşteriler farklı sosyal, kültürel ve ekonomik çevreden gelebilmektedir. Dolayısıyla sunulan özelliklerin müşteri memnuniyetine katkısı farklı seviyelerde olduğu gibi her bir müşterinin bir ürün veya hizmetten sunulmasını beklediği özellik de aynı değildir. Bu nedenle turizm alanında

müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğine yol açan en küçük faktör dahi ele alınmalıdır. Müşterileri tanımak ve farklılıklarını anlamak, onları nelerin memnun ettiği veya nelerin mutsuz ettiğini bulmak için iyi bir yoldur (Zobnina ve Rozhkov, 2018).

Müşteri memnuniyeti ile servis kalitesi arasındaki ilişkiyi araştırmak ve analiz etmek adına kullanılan çeşitli model ve yöntemler ile bu yöntemleri kullanarak yapılmış çalışmalar mevcuttur. Geçmişte yapılan çalışmalarda müşteri memnuniyeti tek boyutlu olarak ele alınmıştır. Bu durumda, bu yaklaşımlara göre bir ürün ve hizmetin sunduğu özellikler yani servis kalitesi arttıkça müşteri memnuniyetinin artacağı kabul edilmiştir. Yang (2005)'in çalışmasında belirttiği üzere; müşterilerin beklentisini karşılayan fakat müşteri memnuniyetine katkısı fazla olmayan kalite özellikleri vardır. Bu nedenle geleneksel yaklaşımlardan sonra ortaya çıkan yaklaşımlar, servis kalitesi ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi araştırmak için kalitenin fiziksel ve psikolojik yönlerini birbirine bağlamaya çalışmışlardır. Kalitenin fiziksel yönü, ürün veya hizmetin sunduğu özelliklerin fiziksel durumu ve kapsamı ile ilgiliyken kalitenin psikolojik yönü müşterinin ürün veya hizmetin sunduğu özelliklere, kendi memnuniyetini nasıl etkilediğine göre verdiği kişisel cevapları içermektedir. Bu yaklaşımı ele alarak yapılmış çalışmalardan bir tanesi Kano vd. (1984) yapmış olduğu ve Kano Modeli adını verdikleri çalışmadır (Yang, 2005; Göral ve Topuz, 2018).

Bu çalışmanın amacı birçok farklı disiplinde uygulanan Kano Modelinin turizm alanındaki uygulamalarını incelemek ve bu çalışmaları belirli parametreler altında sınıflandırmaktır.

1. KANO MODELİ

1984 yılında Japon profesör Noriaki Kano ve çalışma arkadaşları tarafından geliştirilen Kano Modeli, müşterinin beklenti ve isteklerini anlamak ve sınıflandırmak, var olan ürün ve hizmetin sunduğu veya yeni geliştirilecek ürün ve hizmetin sunacağı kriterlerin verimliliği ve kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi analiz etmek için kullanılan bir yöntemdir (Wang ve Ji, 2010). Kano Modeli'ne göre her bir ürün ve hizmetin sunduğu her bir özellik müşteri memnuniyetini farklı oranlarda etkilemektedir. Bu farklılığı tespit etmek müşteri memnuniyetini arttırmak ve dolayısıyla müşteri bağlılığını sağlamak adına önem arz etmektedir (Korkmaz, 2013).

Sunulan ürün ve hizmetin özellikleri arttıkça müşteri memnuniyetinin de aynı oranda artacağını öngören geleneksel yaklaşımın aksine Kano Modeli her bir özelliğin müşteri memnuniyetine katkısının farklı olduğu düşüncesini savunur. Kano Modeline göre müşteriler bazı kalite özelliklerine diğerlerinden daha çok önem verir ve bu nedenle bu özelliklerin müşteri memnuniyetini etkileme oranları diğerlerinden daha fazladır. Noriaki Kano ve arkadaşları tarafından geliştirilen bu model özellikle kalite, pazarlama ve faaliyet yönetimi alanlarında büyük bir ilgi görmüş ve sıklıkla uygulanmaya başlanmıştır (Köksel, 2014).

Kano Modelinde, müşterilerin bir ürün veya hizmetin sunduğu özelliklere yönelik beklentileri, müşteri memnuniyetine katılma durumlarına göre 5 başlık altında sınıflandırılmıştır (Tan ve Pawitra, 2001; Giritlioğlu ve Korkmaz, 2014).

- **Temel Gereksinimler (Must-be Requirements):** Bu kategoriye giren ürün ve hizmet özellikleri, müşterilerin o ürün ve hizmetten mutlaka sunmasını bekledikleri özelliklerdir. Bu özelliklerin sunuluyor olmasının müşteri memnuniyetine katkısı az iken, sunulmuyor olması müşteri memnuniyetsizliğine yol açmaktadır (Tan ve Pawitra, 2001; Giritlioğlu ve Korkmaz, 2014). Örneğin bir otelin odalara yatak koyuyor olması Kano Modeline göre *Temel Gereksinimler* kategorisine girmektedir (Giritlioğlu ve Korkmaz, 2014).
- **Beklenen Gereksinimler (One-Dimensional Requirements):** Bu gereksinimler müşteri memnuniyeti ile doğru orantılı olan gereksinimlerdir (Ban ve Meşter, 2014). Bu kategoriye giren ürün ve hizmet özellikleri, müşterilerin o ürün ve hizmetin sunmasını bekledikleri ve çoğunlukla bunu dile getirdikleri özelliklerdir (Demirbağ ve Çavdar, 2016). Müşteriler için önem arz eden bu özelliklerin sunulması durumunda müşteri memnuniyeti artarken, sunulmuyor olması müşteri memnuniyetsizliğine yol açacaktır (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010).
- **Heyecan Verici Gereksinimler (Attractive Requirements):** Bu kategoriye giren özellikler müşterilerin bir ürün ve hizmetten sunmasını beklemedikleri, bunu dile getirmedikleri özelliklerdir (Demirbağ ve Çavdar, 2016). Ürün ve hizmetlerin bu özellikleri sunmamasının müşteri memnuniyetsizliği bir etkisi yokken sunmaları müşteri memnuniyeti artırır (Pawitra ve Tan, 2003).
- **Nötr Gereksinimler (Indifferent Requirements):** Bu özelliklerin bir ürün veya hizmette bulunuyor olması müşteriler açısından önemli değildir (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010). Bu nedenle bu özelliklerin müşteri memnuniyetine direkt bir katkısı yoktur (Ban ve Meşter, 2014). Bu özelliklerin bulunuyor veya bulunmuyor olması memnuniyet ve memnuniyetsizliğe etki etmemektedir (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010). Örneğin vegan beslenmeyen bir kişi için, gittiği restoranın menüsünde vegan yemek seçeneklerinin bulunuyor olmasının o kişi için bir önem taşımamaktadır.
- **Zıt Gereksinimler (Reverse Requirements):** Zıt gereksinimler kategorisine dahil olan özellikler, müşterilerin bir ürün veya hizmetin sağlamasını istemedikleri özelliklerdir (Palumbo, 2015). Bu özelliklerin o ürün ve hizmette bulunuyor olması müşteri memnuniyetsizliği arttırmaktadır (Liu, vd., 2012).

Müşterilerin bir ürün veya hizmetin sunduğu özelliklere yönelik beklentilerini analiz edebilmek için Kano Modeli anketi uygulanır. Kano Model anketine göre, ankete katılan kişilere her bir sorunun hem olumlu hem de olumsuz versiyonları yöneltilir. Buna göre; olumlu soru formatında bir özelliğin o ürün veya hizmet tarafından sağlanıyor olması durumunda ne hissedeceği, olumsuz formatında ise bir özelliğin o ürün veya hizmet tarafından sağlanmıyor olması durumunda ne hissedeceği sorulur (Tablo 1) (Palumbo, 2015).

Tablo 1: Kano Modeli Soru Örneği

1-Eğer Otomobilinizin yakıt tüketimi düşük olsaydı nasıl hissederdiniz?	1. Çok hoşuma gider 2. Öyle olmasını beklerim 3. Fark etmez 4. Hoşlanmam ama katlanabilirim 5. Hiç hoşuma gitmez
2- Eğer Otomobilinizin yakıt tüketimi yüksek olsaydı nasıl hissederdiniz?	1. Çok hoşuma gider 2. Öyle olmasını beklerim 3. Fark etmez 4. Hoşlanmam ama katlanabilirim 5. Hiç hoşuma gitmez

Kaynak: GİRİTLİOĞLU, İ. ve KORKMAZ, A. (2014). Turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin turistik tüketici kapsamında gece kulüplerinden beklentilerinin Kano Modeli'ne göre sınıflandırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4):153-165

Tablo 1’de görüldüğü üzere, katılımcılara yöneltilen her bir soru için 5 cevap seçeneği sunulur. Bunlar: “Çok Hoşuma Gider”, “Öyle Olmasını Beklerim”, “Fark Etmez”, “Hoşlanmam ama Katlanabilirim”, “Hiç Hoşuma Gitmez” şeklindedir (Gül, vd., 2012). Her bir özelliğin olumlu ve olumsuz formatlarına verilen cevaplar Kano Modeli Cetveline (Tablo 2) göre analiz edilir, böylelikle o özelliğin hangi Kano kategorisine girdiği belirlenmiş olur (Korkmaz, 2013).

Tablo 2: Kano Modeli Cetveli

		OLUMSUZ SORU				
		Çok Hoşuma Gider	Öyle Olmasını Beklerim	Fark Etmez	Hoşlanmam ama Katlanabilirim	Hiç Hoşuma Gitmez
OLUMLU SORU	Çok Hoşuma Gider	Q	A	A	A	O
	Öyle Olmasını Beklerim	R	I	I	I	M
	Fark Etmez	R	I	I	I	M
	Hoşlanmam ama Katlanabilirim	R	I	I	I	M
	Hiç Hoşuma Gitmez	R	R	R	R	Q
M: Temel Gereksinimler, O: Beklenen Gereksinimler, A: Heyecan Verici Gereksinimler, I:Nötr Gereksinimler, R:Zıt Gereksinimler, Q:Şüpheli						

Kaynak: KARAKUŞ, Y., ONAT, G., ve ARDIÇ YETİŞ, Ş. (2018). Yöneticilerin, aşçıların yetkinliklerine yönelik beklentilerinin değerlendirilmesi: Nevşehir konaklama işletmeleri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4):299-321

Tablo 2’de ‘Q’ harfi ile gösterilen seçenek *şüpheli (questionable)* cevapları gösterir. Şüpheli cevaplar, müşterinin soruyu yanlış okuduğu, yanlış anladığı veya mantıksız bir cevap verdiği durumlarda ortaya çıkar (Karakuş, vd., 2018).

Tüm cevapların Kano kategorisi belirlendiğinde, sonuçları analiz etmek için M>O>A>I kuralı uygulanır. Buna göre, bir ürün veya hizmetin pazarda farklılaşması ve rakipleriyle rekabet edebilmesi için mutlaka bulundurması gereken özellikler M ile ifade edilen temel gereksinimlerdir. Bunu sırasıyla beklenen, heyecan verici ve nötr özellikler takip etmektedir (Palumbo, 2015).

2. BİBLİYOMETRİ

Akademik alanlarda yapılan çalışma sayılarında artış olması nedeniyle bibliyometrik çalışmalar önemli hale gelmiştir. İlk olarak 1969 yılında Alan Pritchard tarafından kullanıldığı belirtilen bibliyometri analiz tekniğinin birçok alanda kullanımına rastlanmaktadır (Aydın, 2017). Bibliyometri, sayım yapmaya dayanan bir inceleme alanıdır. Yayınlanmış olan kitap, dergi, makale gibi bilimsel bilgi aktarım araçlarının matematik ve istatistik teknikleri kullanarak incelemek için kullanılır (Yılmaz, 2017; Ayaz ve Tükmen, 2018).

Bibliyometrik analiz, akademik çalışmaların ve bilim alanlarının belirli parametreler doğrultusunda incelenmesini sağlamaktadır (Sökmen ve Özkanlı, 2018). Bu parametrelere örnek olarak yayını yapan yazar, yazar sayısı, yayınlandığı dergi, çalışıldığı konu verilebilir (Yılmaz, 2017). Bibliyometri, bir bilim dalının gelişim sürecini, o bilim dalında yayınlanmış akademik çalışmaları takip etmek açısından önem taşımaktadır (Altaş, 2017).

Gelişen ve hızla artan sayıda çalışmaların gerçekleştirildiği turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmaların sayısı da giderek artmaktadır. Turizmin çeşitli alt başlıklarını konu alan bibliyometrik çalışmalar, turizm alanına ilişkin bir bakış açısı kazandırmasının yanı sıra, bu alanla ilgilenen araştırmacılara da bir kaynak sağlamaktadır (Özel ve Kozak, 2012).

Turizm alanında daha önce yapılmış olan bibliyometrik çalışmalara bakıldığında, turizmin birçok alt başlığını konu alan çalışmaların mevcut olduğu görülmüştür. Bu çalışmalardan bazıları şu şekildedir: Bozok, Kılıç, Özdemir (2017) “*Turizm literatüründe kırsal turizmin bibliyometrik analizi*”, Nergiz (2014) “*Türkiye’de lisansüstü turizm tezlerinin bibliyometrik profili*”, Yılmaz (2017) “*Ulusal turizm kongrelerinde gastronomi ve mutfak sanatları alanı ile ilgili yayınlanan bildiriler üzerine bir araştırma*”, Özel ve Kozak (2012) “*Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atıf Analizi Çalışması*”, Evren ve Kozak (2014) “*Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey*”, Köseoğlu, Şehitoğlu ve Parnell (2015) “*A bibliometric analysis of scholarly work in leading Tourism and hospitality journals: the case of Turkey*”, Şahin ve Acun (2015) “*Turist rehberliği alanının bibliyometrik profili (ulusal turizm kongreleri*

bildirileri”, Okumuş, Köseoğlu, Ma (2018) *“Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis”*.

Bu çalışmayla, birçok alanda sıklıkla uygulanan Kano Modelinin, müşteri memnuniyetinin büyük önem arz ettiği turizm alanındaki uygulamalarını incelemek ve bu alanda Kano Modeli kullanarak çalışmalar yapmak isteyen araştırmacılara bir rehber niteliği taşıması amaçlanmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada amaç, turizm sektöründe 2000 yılından itibaren yapılmış olan akademik çalışmaların çalışıldıkları yıllara, uygulanma alanlarına ve yayımlandıkları yerlere göre bibliyometrik incelemesinin yapılmasıdır.

Bu çalışmalara ulaşmada Google Akademik, Research Gate, Science Direct ve Web of Science veri tabanları kullanılmış, bu veri tabanlarında ‘kano model tourism’, ‘kano model restaurant’, ‘customer satisfaction tourism’ anahtar kelimeler ile arama yapılmıştır. Bulunan çalışmalar yazar adı, yayımlandığı dergi, yayın yılı ve uygulama alanlarına göre sınıflandırılmıştır.

4. BULGULAR

Bu çalışma kapsamında, 2000 yılından itibaren turizm alanında Kano Modeli kullanılarak yapılmış 47 akademik çalışmaya ulaşılmıştır.

Tablo 3: Turizm Alanında Kano Modeli Kullanılarak Yapılmış Akademik Çalışmalar

Yazar	Dergi Adı	Yayın Adı	Uygulama Alanı
Pawitra ve Tan (2001)	Managing Service Quality: An International Journal	Integrating Servqual and Kano’s Model into QFD for Service Excellence Development	Turizm Destinasyonu
Pawitra ve Tan (2003)	Managing Service Quality: An International Journal	Tourist Satisfaction in Singapore – A Perspective From Indonesian Tourists	Turizm Destinasyonu
Yun ve Ree (2006)	Journal of the Korean Institute of Industrial Engineers	A Study on the Family Restaurant Customers’ Needs by Kano Model & Potential Customer Satisfaction Improvement Index : Based on Female Customers	Yiyecek ve İçecek
Matzler vd. (2006)	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	Measuring the Relative Importance of Service Dimensions in the Formation of Price Satisfaction and Service Satisfaction: A Case Study in the Hotel Industry	Konaklama İşletmeleri
Huang vd. (2006)	Quality Magazine	A Discussion on Customer Demands on Service Quality of Ku Kuan Hot By Using The Kano Model	Konaklama İşletmesi
Hsu vd. (2007)	International Conference on Logistics, Shipping and Port Management	Capturing Passengers’ Voices: The Application of Kano’s Model in the Airline Industry	Havayolu Taşımacılığı
Oke vd. (2008)	International Journal of Productivity and Quality Management	The Combined Application of Quality Function Deployment and Pareto Analysis For Hotel Services Improvement	Konaklama İşletmeleri
Yung-Hung vd. (2008)	Journal of Customer Satisfaction	The Research for the Taipei Starbucks Customer Demand of Coffee Chain Stores - Based on the Framework of Kano’s Model and Experiential Marketing	Yiyecek ve İçecek
Cesarotti ve Spada (2009)	International Journal of Quality and Service Sciences	A Systemic Approach to Achieve Operational Excellence in Hotel Services	Konaklama İşletmeleri

Högström vd. (2010)	Marketing Intelligence & Planning	How to Create Attractive and Unique Customer Experiences an Application of Kano's Theory of Attractive Quality to Recreational Tourism	Rekreasyonel Turizm (Kar Parkı)
Giritlioğlu ve Avcıkurt (2010)	Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilere Yönelik Okul Web Site Özelliklerinin Kano Modeline Göre Sınıflandırılması Üzerine Bir Araştırma	Turizm Eğitimi
Kuo vd. (2011)	African Journal of Business Management	Identifying Critical Service Quality Attributes for Higher Education in Hospitality And Tourism: Applications of the Kano Model And Importance Performance Analysis (IPA)	Turizm Eğitimi
Lin vd. (2011)	International Journal of Computer Science and Network Security	Using the Kano Two-Dimensional Quality Model to Evaluate Service Quality of Resort Hotels	Konaklama İşletmeleri
Lee vd. (2011)	International Conference on Advancements in Information Technology	Managing Service System Requirements for Korean Medical Tourism	Sağlık Turizmi
Chen (2011)	Omega	A Novel Approach to Regression Analysis for the Classification of Quality Attributes in the Kano Model: an Empirical Test in the Food and Beverage Industry	Yiyecek ve İçecek
Chang ve Chen (2011)	Total Quality Management	Applying The Kano Model And QFD To Explore Customers' Brand Contacts In The Hotel Business: A Study Of A Hot Spring Hotel	Konaklama İşletmesi
Yang vd. (2011)	Quality & Quantity: International Journal of Methodology	Using Integrated Quality Assessment for Hotel Service Quality	Konaklama İşletmeleri
Ponnam vd. (2011)	Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing	Satisfaction-Based Segmentation: Application of Kano Model in Indian Fast Food Industry	Yiyecek ve İçecek
Chang vd. (2012)	International Journal of Tourism Research	Identifying Critical Brand Contact Elements of a Tourist Destination: Applications of Kano's Model and the Importance-Satisfaction Model	Turizm Destinasyonu
Liu vd. (2012)	The Journal of Human Resource and Adult Learning	Starbucks Experience Explored in Taipei	Yiyecek ve İçecek
Ho vd. (2013)	African Journal of Business Management	Integration of Kano's Model and Servqual for Enhancing Standard Hotel Customer Satisfaction	Konaklama İşletmeleri
Korkmaz (2013)	Yüksek Lisans Tezi (Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD)	Müşteri Memnuniyetinde Kano Modeli: Türkiye'deki Havayolu Yolcuları Örneği	Havayolu Taşımacılığı
Dominici ve Palumbo (2013)	International Journal of Leisure and Tourism Marketing	The Drivers of Customer Satisfaction in the Hospitality Industry: Applying the Kano Model to Sicilian Hotels	Konaklama İşletmeleri
Gregory ve Parsa (2013)	Journal of Hospitality Marketing & Management	Kano's Model: An Integrative Review of Theory and Applications to the Field of Hospitality and Tourism	Konaklama ve Turizm
Chen (2013)	Tourism Management	A Novel Framework for Customer-Driven Service Strategies: A Case Study of a Restaurant Chain	Yiyecek ve İçecek
Giritlioğlu ve Korkmaz (2014)	Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	Turizm Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Turistik Tüketici Kapsamında Gece Kulüplerinden Beklentilerinin Kano Modeli'ne Göre Sınıflandırılması	Eğlence Hizmetleri
Ban ve Mester (2014)	Journal of tourism – studies and research in tourism	Using Kano Two Dimensional Service Quality Classification and Characteristic Analysis from the Perspective of Hotels' Clients of Oradea	Konaklama İşletmeleri
Lin vd. (2014)	Tourism Management	Integration of Kano's Model into FQFD for Taiwanese Ban-Dohbanquet Culture	Yiyecek ve İçecek
Kuo vd. (2014)	Quality & Quantity: International Journal of Methodology	Integration of The Kano and QFD Model in Health Food Development: Using Black Beans as Examples	Yiyecek ve İçecek
Yi-Min vd. (2015)	Acta Oeconomica	Exploring Green Service Quality Elements for International Tourist Hotels in Taiwan From the Aspect	Konaklama İşletmeleri

		of Two-Dimensional Quality Model	
Mathe-Soulek vd. (2015)	International Journal of Hospitality Management	Applying Mixed Methods to Identify What Drives Quick Service Restaurant's Customer Satisfaction at the Unit-Level	Yiyecek İçecek İşletmesi
Chen ve Chen (2015)	Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism	Integrating Kano Model and SIPA Grid to Identify Key Service Attributes of Fast Food Restaurants	Yiyecek İçecek İşletmeleri
Huyen (2015)	Doktora Tezi (Southern Cross University)	A Study of the Determinants Influencing Customer Satisfaction in the Medical Tourism Industry in Singapore	Sağlık Turizmi
Palumbo (2015)	The International Journal of Digital Accounting Research	Developing A New Service for the Digital Traveler Satisfaction: The Smart Tourist App	Turizmde Teknoloji Uygulamaları
Hsieh (2015)	Review of Integrative Business and Economics Research	Integrating Fuzzy Servqual into Refined Kano Model to Determine the Critical Service Quality Attributes of Chain Restaurants	Yiyecek ve İçecek
Mikulic ve Prebezac (2016)	Annals of Tourism Research	The Kano Model In Tourism Research: A Critical Note	Turizmde Kano Modeli Uygulamaları
Kuo vd. (2016)	Journal of Hospitality Marketing & Management	Implementing City Hotel Service Quality Enhancements: Integration of Kano and QFD Analytical Models	Konaklama İşletmeleri
Kuo vd. (2016)	Journal of Hospitality Marketing & Management	Implementing City Hotel Service Quality Enhancements: Integration of Kano and QFD Analytical Models	Konaklama İşletmeleri
Velikova vd. (2017)	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Application of Kano Model to Identification of Wine Festival Satisfaction Drivers	Turizm Festivali
Karakuş (2017)	Doktora Tezi (Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İşletme ABD)	Turistik Bölgeler İçin Yeni Ürün Geliştirme Modeli: Nevşehir İli Üzerine Bir Uygulama	Turizmde Yeni Ürün Geliştirme
Beheshtinia ve Azad (2017)	Total Quality Management & Business Excellence	A Fuzzy QFD Approach Using Servqual and Kano Models Under Budget Constraint for Hotel Services	Konaklama İşletmeleri
Karakuş ve Çoban (2018)	Anais Brasileiros de Estudos Turísticos (ABET)	Evaluation of Stakeholders' Expectations Towards Congress Tourism by Kano Model: Case of Nevşehir	Kongre Turizmi
Karakuş vd. (2018)	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	Yöneticilerin, Aşçıların Yetkinliklerine Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi: Nevşehir Konaklama İşletmeleri Örneği	Yiyecek İçecek Personeli
Göral ve Topuz (2018)	Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi	Otel Hizmetlerine Dair Konuk Beklentilerinin Kano Modeli ile Sınıflandırması ve Önceliklendirilmesi	Konaklama İşletmeleri
Pai vd. (2018)	Total Quality Management & Business Excellence	Classifying Restaurant Service Quality Attributes by Using Kano Model and IPA Approach	Yiyecek ve İçecek
Zobnina ve Rozhkov (2018)	Worldwide Hospitality and Tourism Themes	Listening to the Voice of the Customer in the Hospitality Industry: Kano Model Application	Konaklama İşletmeleri
Davras ve Caber (2019)	International Journal of Hospitality Management	Analysis of Hotel Services by Their Symmetric and Asymmetric Effects on Overall Customer Satisfaction: A Comparison of Market Segments	Konaklama İşletmeleri

Tablo 4'e bakıldığında 2001 ve 2003 yıllarında birer çalışmanın yayınlandığı, 2003 ve 2006 yılları arasında turizm alanında yayınlanmış Kano Modeli çalışması olmadığı tespit edilmiştir. 2006 yılında yayınlanan 3 çalışmanın ardından 2007 yılında yayınlanan çalışma sayısı 1'dir. 2008 yılında 2 çalışma, 2009 yılında 1 çalışma ve 2010 yılında 2 çalışmaya ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda turizm alanında Kano Modeli

kullanılarak en çok çalışma yapılan yılın, 7 çalışma ile 2011 yılı olduğu bilgisi ortaya çıkmıştır. 2012 yılında 2 çalışma yayınlanmasının ardından bu sayı 2013 yılıyla beraber artarak devam etmiş, 2013 yılında 5, 2014 yılında 4, 2015 yılında 6 çalışma yayınlanmıştır. 2016 ve 2017 yıllarında yayınlanan çalışma sayısı 3 olup, 2018 yılında yapılan 5 çalışmaya ulaşılmıştır. 2019 yılında şu ana kadar bu konuyla ilgili yayınlanmış olan çalışma sayısı 1'dir.

Tablo 4: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yayın Yılı	2001	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Çalışma Sayısı	1	1	3	1	2	1	2	7	2	5	4	6	3	3	5	1

Tablo 5'de görüldüğü üzere; yapılan araştırma sonucunda, en çok çalışma yapılan uygulama alanının Konaklama İşletmeleri, daha sonra Yiyecek ve İçecek İşletmeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışmalardan 3'ünün turizm destinasyonlarıyla ilgili olup; turizm eğitimi, sağlık turizmi, havayolu taşımacılığı alanlarında yapılan çalışma sayısının, her bir alan için iki olduğu görülmektedir. Havayolu taşımacılığıyla ilgili yapılan çalışmaların bu alanda değerlendirilmesi, turizmde yapılan toplu geziler nedeniyle birbirleriyle ilişki halinde olan disiplinler olmasıdır. Araştırmanın doğrultusunda; rekreasyonel turizm, eğlence hizmetleri, turizmde teknoloji uygulamaları, turizm alanında yapılan kano modeli uygulamaları, turizm festivalleri, turizmde yeni ürün geliştirme, kongre turizmi, yiyecek içecek sektörü çalışanları başlıklı konularla ilgili yapılan çalışma sayılarının, her bir alan için 1 olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Çalışmaların Uygulama Alanlarına Göre Dağılımı

Uygulama Alanı	Çalışma Sayısı
Konaklama İşletmeleri	18
Yiyecek ve İçecek İşletmeleri	13
Turizm Destinasyonları	3
Turizm Eğitimi	2
Sağlık Turizmi	2
Havayolu Taşımacılığı	2
Rekreasyonel Turizm	1
Eğlence Hizmetleri	1
Turizmde Teknoloji Uygulamaları	1
Turizmde Kano Modeli Uygulamaları	1
Turizm Festivalleri	1
Turizmde Yeni Ürün Geliştirme	1
Kongre Turizmi	1
Yiyecek ve İçecek Sektörü Çalışanları	1

Turizmde Kano Modeli kullanılarak yapılan çalışmaların bibliyometrik olarak incelendiği bu çalışma sonucunda ulaşılan çalışmaların en çok turizm ve turizm işletmeciliği dergilerinde yayınlandığı görülmüştür. 2. olarak kalite, servis kalitesi ve hizmet kalitesini konu alan dergilerin geldiği tespit edilmiş olup, bunları takiben işletme yönetim, pazarlama ve sosyal araştırma dergilerinde de Kano Modeli kullanılarak yapılan turizm çalışmalarına rastlanmıştır. Ulaşılan çalışmalardan 1 tanesinin yüksek lisans, 1 tanesinin doktora tezi olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında ulaşılan 47 çalışmadan 28'inin Asyalı yazarlar tarafından yayınlandığı görülürken, 8 çalışmanın Türk yazarlara ait olduğu tespit edilmiştir. 47 çalışmanın 11'inin ise başta İtalya olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerindeki yazarlara ait olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmada, turizm alanında Kano Modeli kullanılarak yapılan akademik çalışmalara yer verilmiştir. Bu çalışmalara ulaşmak için Google Akademik, Research Gate, Science Direct ve Web of Science veri tabanlarından yararlanılmış olup, 'kano model tourism', 'kano model restaurant', 'customer satisfaction tourism' anahtar kelimeleri ile arama yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında ulaşılan akademik çalışmalar yayınlandıkları yıllara, uygulama alanlarına ve yayınlandıkları yerlere göre bibliyometrik olarak incelenmiştir. Ulaşılan çalışmalarda uygulama alanı olarak konaklama işletmelerinin ön plana çıktığını ve turizm ve turizm işletmeciliği dergilerinde yayınlandığı tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında 2000 yılından sonra yayınlanan akademik çalışmalar incelenmiş olup, en çok çalışma yapılan yılın 7 çalışma ile 2011 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ulaşılan 47 çalışmadan yalnızca 2 tanesinin akademik bitirme tezi olduğu görülmüştür.

Yapılan bu çalışma sonucunda, Kano Modelinin turizm alanındaki uygulanma azlığı dikkat çekmektedir. Müşteri memnuniyetini sağlamanın ve devam ettirmenin önemli olduğu turizm alanında, birçok alanda sıklıkla tercih edilen ve efektif sonuçlar veren Kano Modelinin kullanımının artması beklenmektedir.

Çalışmada ele alınan akademik çalışmaların sadece belirli parametreler açısından incelenmiş olması bu çalışmanın bir sınırlılığıdır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda turizm alanında Kano Modeli kullanılarak yapılmış akademik çalışmaların içeriği, kullandıkları yöntemler ve sonuçlarına ilişkin kapsamlı incelemelerde bulunulabilir.

KAYNAKÇA

ALTAŞ, A. (2017). Türkçe'ye tercüme edilen gastronomi kitaplarının bibliyometrik analizi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1:103-117

AYAZ, N. ve TÜRKMEN, B. M. (2018). Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1):22-38

AYDIN, B. (2017). Yükseköğretim kurulu tez merkezinde (Yöktez) yiyecek içecek işletmeciliği alanında kayıtlı bulunan tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 2(1):23-38

BAN, O. I. ve MEŞTER, I. T. (2014). Using Kano two dimensional service quality classification and characteristic analysis from the perspective of hotels' clients of Oradea. *Journal Of Tourism - Studies And Research In Tourism*, 18(18):30-36

BOZOK, D., KILIÇ, S. N. ve ÖZDEMİR, S. S. (2017). Turizm literatüründe kırsal turizmin bibliyometrik analizi. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 187-202

CHEN, L-F. (2012). A novel approach to regression analysis for the classification of quality attributes in the Kano Model: an empirical test in the food and beverage industry. *Omega*, 40(2012):651-659

DEMİRBAĞ, Ş. ve ÇAVDAR, E. (2016). Üniversite öğrencilerinin akıllı telefonlar ile ilgili gereksinimlerinin Kano Modeli ile analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1):17-44

DOMINICI, G. ve PALUMBO, F. (2013). The drivers of customer satisfaction in the hospitality industry: applying the Kano's Model to Sicilian hotels. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 3(3):215-236

EVREN, S. ve KOZAK, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. *Anatolia – An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(1), 61-80

GİRİTLİOĞLU, İ. ve AVCIKURT, C. (2010). Lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilere yönelik okul web site özelliklerinin Kano Modeline göre sınıflandırılması üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(3):64-78

GİRİTLİOĞLU, İ. ve KORKMAZ, A. (2014). Turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin turistik tüketici kapsamında gece kuluçkularından beklentilerinin Kano Modeli'ne göre sınıflandırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4):153-165

GÖRAL, R. ve TOPUZ, Ç. (2018). Otel hizmetlerine dair konuk beklentilerinin Kano Modeli ile sınıflandırılması ve önceliklendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3):823-842

GÜÇLÜ NERGİZ, H. (2014). Türkiye’de Lisansüstü Turizm Tezlerinin Bibliyometrik Profili (1990-2013). *VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Kuşadası, Aydın, Nisan, 212-221

GÜL, G., BOL, P. ve ERBAYCU, A. E. (2012). Sağlık hizmeti sunumunda hasta-hekim iletişiminin hasta memnuniyetine etkisi: bir Kano Model analizi. *İzmir Göğüs Hastanesi Dergisi*, 26(3):183-194

HSU, Y-L., HSU, C-C. ve BING, P-C. (2007). Capturing passengers' voices: the application of Kano’s Model in the airline industry. *International Conference on Logistics, Shipping and Port Management*, Taoyuan, Tayvan, Mart

KARAKUŞ, Y., ONAT, G., ve ARDIÇ YETİŞ, Ş. (2018). Yöneticilerin, aşçıların yetkinliklerine yönelik beklentilerinin değerlendirilmesi: Nevşehir konaklama işletmeleri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4):299-321

KORKMAZ, H. (2013). *Müşteri Memnuniyetinde Kano Modeli: Türkiye’deki Havayolu Yolcuları Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, Balıkesir, ss.31-36

KÖKSEL, A. (2014). *A Methodology To Measure Customer Expectations By Using Kano’s Model*. Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstri Mühendisliği, İstanbul, ss.3-15

KÖSEOĞLU, M. A., ŞEHİTOĞLU, Y. ve PARNELL, J. A. (2015). A bibliometric analysis of scholarly work in leading Tourism and hospitality journals: the case of Turkey. *Anatolia – An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 26(3), 359-371

LIU, K-T., HUANG, J-C. ve CHEN, W-C. (2012). Starbucks experience explored in Taipei. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 8(2):107-116

OKUMUŞ, B., KÖSEOĞLU, M. A. ve MA, F. (2018). Food and gastronomy research in Tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74

ÖZEL, Çağıl Hale ve KOZAK, Nazmi. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (2000-2010) ve bir atıf analizi çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 715-733

PALUMBO, F. (2015). Developing a new service for the digital traveler satisfaction: The Smart Tourist App. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 15:33-67

PAWITRA, T. A. ve TAN, K. C. (2003). Tourist satisfaction in Singapore – a perspective from Indonesian tourists. *Managing Service Quality*, 13(5):399-411

SÖKMEN, C. ve ÖZKANLI, O. (2018). Gastronomi turizmi alanyazının gelişimi: *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* dergisinde yayımlanan makaleler üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2):99-127

ŞAHİN, S. ve ACUN, A. (2015). Turist rehberliği alanının bibliyometrik profili (ulusal turizm kongreleri bildirimleri). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(34), 213-234

TAN, K. C. ve PAWITRA T. A. (2001). Integrating Servqual and Kano's Model into QFD for service excellence development. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(6):418-430

WANG, T. ve Jİ, P. (2010). Understanding customer needs through quantitative analysis of Kano's Model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(2):173-184

YANG, C-C. (2005). The refined Kano's model and its application. *Total Quality Management & Business Excellence*, 16(10):1127-1137

YILMAZ, G. (2017). Restoranlarda bahşiş ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/ Journal of Travel and Hospitality Management*, 14(2):65-79

YILMAZ, G. (2017). Ulusal turizm kongrelerinde gastronomi ve mutfak sanatları alanı ile ilgili yayınlanan bildirimler üzerine bir araştırma. *Turizm ve Araştırma Dergisi - Journal Of Tourism And Research*, 6(1), 24-39

ZOBNINA, M. ve ALEKSANDR, R. (2018). Listening to the voice of the customer in the hospitality industry: Kano Model application. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(4):436-448