



KAMU KURUMLARINDA ÇALIŞANLARIN OTEL SEÇİM KRİTERLERİ*
HOTEL SELECTION CRITERIA FOR EMPLOYEES IN PUBLIC INSTITUTIONS

Yrd. Doç. Dr. Halil AKMEŞE

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
Konya/Türkiye

Arş. Gör. Sercan ARAS

Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
Konya/Türkiye

ÖZ

Turizm sektöründe faaliyet gösteren otel işletmeleri pazarlama faaliyetleri esnasında hedef kitlenin işletmeden beklentilerini dikkate almaktadır. Müşterilerin işletmeden istek ve beklentilerinin belirlenmesi ve bilinmesi pazarlamanın daha kolay ve etkin yapılmasına olanak sağlayabilecektir. Çalışmanın amacı, kamu kurumlarında çalışan kişilerin otel seçimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörler ile katılımcıların demografik özellikleri arasında bir farklılık olup olmadığının saptanmasıdır. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucunda kadınların odalar ve ön büro hizmetlerine daha fazla önem verdikleri görülürken; erkek katılımcıların ise daha çok güvenlik ve diğer faktörlerine önem verdikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Otel işletmeleri, kamu kurumları çalışanları, otel seçim kriterleri.

ABSTRACT

Hotel enterprises in the tourism sector takes account of expectations of the target group during the marketing activities of the business. It allows marketing to be made easier and more efficient so that customers' expectations and expectations can be identified and known. The aim of the study is to determine the factors affecting the hotel choices of the people working in the public institutions and to determine whether there is a difference between these factors and the demographic characteristics of the participants. Questionnaire technique was used as a means of gathering data. The obtained data was analyzed and interpreted by means of statistical package program. As a result of the study, female participants pay more attention to room and front desk services; male participants were more concerned about safety and value factors.

Keywords: Hotel enterprises, Employees of public institutions, Hotel selection criteria.

1. GİRİŞ

Turizm, sosyal ve ekonomik yararlar sağlayan bir endüstri olarak tanımlanmaktadır. Turizm, insanların ikamet ettikleri yerler dışında sürekli olarak yerleşmemek, ekonomik ve ticari bir amaç gütmek üzere, iş, merak, din, sağlık, spor vb. amaçlarla kişisel veya toplu olarak yaptıkları seyahatlerden ve gittikleri yerde 24 saati aşan bir süre kalmaları ya da ülkenin bir konaklama tesisinde en az bir geceleme yapmaları ile ortaya çıkan bir hizmet endüstrisidir (Usal ve Kurgun, 2006: 1). Tanımdan da anlaşılacağı gibi bir olayın turizm olarak sayılabilmesi için bazı ölçütlerin dikkate alınması ve gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ekonomik ölçüt olarak insanların seyahat ettikleri yerlerde maddi (parasal) bir kazanç elde etmemeleri gerekmektedir.

Seyahat süresi bir diğer ölçüt olarak dikkate alınmalıdır. İnsanların gittikleri yerde 24 saatten fazla kalmaları veya gidilen yerdeki bir konaklama tesisinde geceleme yapması gerekmektedir. Bunlarla birlikte turizm kavramının tanımında dikkat edilmesi gereken diğer değişkenler de Tablo 1'de gösterilmektedir. Türkiye'de

* Bu çalışma, 27-29 Nisan 2017 tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen "Innovation and Global Issues in Social Sciences" adlı uluslararası kongrede sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'na göre turizm faaliyetlerinde ülke içindeki seyahatlerin 6 ayı, yurtdışına yönelik seyahatlerin ise 12 ayı aşmaması gerekmektedir.

Tablo 1: Bazı Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler

Tanımlı Yapan Kurum/Kuruluş	Değişkenler
Kanada Turizm Komisyonu	80 km; toplam süre 12 ayı geçmemeli. İş vb. amaçlar rutin turlar kapsam dışında tutuluyor.
Kültür ve Turizm Bakanlığı (Türkiye)	İkamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetlerdir. Ülke içindeki seyahatleri 6 ay, yurtdışına yönelik seyahatler ise 12 aydan fazla olmamalıdır.
Avustralya Turizm Araştırma Bürosu	Gecelemeye dâhil olan seyahatler için sınır 40 km ve en fazla süre 12 ay olarak belirlenmiştir. Günü birlik veya bazı hallerde ise sınır 50 km ve süre en az dört saattir. İş vb. amaçlı rutin seyahatler ile geceleme seyahatlerinde yapılan gününbirlik seyahatler kapsam dışında tutulmaktadır.
Ontario Turizm Bakanlığı (Kanada)	Günübirlik turlarda sınır 40 km'dir. Geceleme yapılan turlarda herhangi bir sınır söz konusu değildir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. İş vb. amaçlı rutin turlar kapsam dışındadır.
New Hampshire Kuruluşu (ABD)	Kişinin hukukî anlamda yerleşim yeri dışındaki seyahatlerini kapsamaktadır (uzaklık, zaman ve harcama miktarına bakılmamaktadır).
Tayvan Turizm Bürosu	Kişinin sürekli yaşadığı çevrenin dışına yapmış olduğu seyahatleri içermektedir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. Alışveriş, iş vb. amaçlı seyahatler kapsam dışındadır.
Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)	6 aylık süreyi geçmemek koşuluyla kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına yapmış olduğu geceleme seyahatleridir. Eğitim amaçlı seyahat eden devlet personeli ve askeri personel, geçici işçiler, eğitim amaçlı öğrenci seyahatleri kapsam dışında tutulmaktadır.
Yeni Zelanda Turizm Danışma Kurulu	Kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına geçici süreyle yapmış olduğu geceleme seyahatleridir.

Kaynak: Kozak ve diğ., 2014.

Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesinde en önemli süreçlerden biri konaklamadır. Konaklama, otel işletmelerini diğer işletmelerden belirgin bir şekilde ayıran temel işlev olarak görülmektedir (Özel, 2012: 7). Otel işletmeleri, konaklamanın yanı sıra yiyecek ve içecek, toplantı ve kongre, eğlence ve rekreasyon gibi olanakları sağlayarak hizmet sunabilmektedir (Medlik ve Ingram, 2000:4). Otel işletmeleri sunulan hizmetler konusunda farklılık gösterebilirler de bazı ortak özelliklere de sahip olmalıdır.

Otel işletmelerinin ortak özellikleri şu şekilde ifade edilebilir (Akıncı, 2016: 82-83):

- ✓ Otel işletmeleri, müşterilerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek uygunlukta teknik donanım ve fiziki koşullara sahip olmalıdır.
- ✓ Otel işletmeleri belirli bir süre boyunca (sezonluk) veya bütün yıl devamlı olarak faaliyetini sürdürmelidir.
- ✓ Otel işletmeleri, ürettiği ve sunduğu mal ve hizmetlerin karşılığında belirli bir ücret almalıdır.
- ✓ Otel işletmelerinin birincil tercihi müşterilerin konaklama ihtiyacını karşılamak olmalıdır.
- ✓ Otel işletmeleri, konaklama ihtiyaçlarının yanı sıra müşterilerin yeme-içme, dinlenme, eğlenme ve diğer sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olmalıdır.
- ✓ Otel işletmeleri, müşterilere sunulacak mal ve hizmetin üretim ve sunumunda ihtiyaç duyulan sayıda nitelikli personeli istihdam etmelidir.
- ✓ Otel işletmeleri, kanunlarla belirlenen mevzuata uygun kurallara ve standartlara göre hizmet sunmalıdır.
- ✓ Otel işletmeleri, faaliyetlerini sürdürdükleri çevreye karşı (ekolojik, ekonomik, sosyal vb.) kurumsal olarak sosyal sorumluluklarını yerine getirmelidir.
- ✓ Otel işletmeleri, hem çalışanlarının hem de müşterilerinin istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik bir yönetim anlayışına sahip olmalıdır.
- ✓ Otel işletmeleri, sunduğu hizmetin karşılığında kar elde etmeyi, varlığını sürdürmeyi ve sosyal fayda sağlamayı amaçlayan ticari işletmeler olmalıdır.
- ✓ Otel işletmeleri, hem çalışanların hem de müşterilerin güvenliklerini teminat altına alacak tedbirlerin alınmasını sağlamalıdır.

Farklı ülkelerde veya bölgelerde konaklama yerinin seçimi, turistler için önem ve öncelik taşımaktadır. En uygun oteli seçmek oldukça karmaşık karar verme sürecini gerektirebilmektedir. Kapsamlı otel seçim kriterleri, otel yöneticilerini, turistleri ve turizm endüstrisini yüksek kaliteli memnuniyet oranı için daha kaliteli göstergelere dayalı kararlar almaya teşvik edebilmektedir (Sohrabi, Vanani, Tahmasebipur ve Fazli, 2012: 96).

Müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini bilmek onların nasıl bir otel tercih edeceklerini anlayamaya yardımcı olabilmektedir. Müşterilerin ihtiyaçlarının ve otel seçme eğilimlerinin bilinmesi, otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine katkıda bulunabilecek ve otel işletmelerinin gelişimleri ile doluluklarına olumlu yansımaları olabilecektir (Yavaş ve Babakuş, 2005: 359).

Çalışmada kamu kurumlarında çalışan kişilerin otel seçim kriterlerinin ve eğilimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, otel yöneticilerinin özellikle yerli turist düzeyinde hedef pazar seçiminde yararlanabilecekleri bir çalışma olarak görülebilir.

2. LİTERATÜR

Literatürde turistler veya farklı gruplar üzerine yapılmış otel seçim kriterlerine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmaların, değişen ve gelişen turizm faaliyetleriyle birlikte güncellenmesi de otelcilik sektörü açısından önemli olabilmektedir. Otel seçim kriterlerine yönelik çalışmalar, genellikle otel seçim kriterlerin belirlenmesi ve demografik özelliklerin otel seçim kriterleri üzerine etkisinin incelenmesine yöneliktir.

Akgündüz ve Bardakoğlu (2012) turizm amaçlı seyahate çıkan kişilerin otel seçimlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla İzmir ilinde araştırma yapmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmış ve rastgele örnekleme yöntemiyle seçilmiş 166 kişiye uygulanmıştır. Çalışma sonucunda lisansüstü eğitilmiş kişilerin hizmet kalitesine; kadınların odaların temizliğine; lisans mezunu kişilerin ise fiyata daha fazla önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

McCleary, Choi & Weaver (1998) tarafından yapılan çalışmada, iş seyahatine çıkan Amerikalı ve Koreli turistlerin otel seçim tercihleri karşılaştırılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda araştırmaya katılan Amerikalı turistlerle, Koreli turistlerin otel seçim kriterleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Fiyat otel seçimlerinde etkili bir faktör olarak görülmektedir. Fiyat dikkate alınmadığında ya da fiyatı önemsemeyecek düzeyde gelire sahip turistlerin seçim kriterlerin de daha çok otellerin çekici unsurlarının yer aldığı görülmektedir. Tsai, Yeung ve Yim (2011) çalışmalarında Çinli turistler ile yabancı turistlerin Hong Kong'daki otelleri seçme kriterlerini karşılaştırmışlardır. Veri toplama aracı olarak anket tekniğinin kullanıldığı çalışma sonucunda Çinli turistlerin otel seçiminde yabancı turistlerle kıyaslandığında kendi bütçelerine uygun olan küçük otelleri seçtikleri görülmüştür. Yabancı turistler ise daha çok hizmet ve aktivite sağlayan otelleri seçtikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür incelendiğinde yapılan çalışmalarda, otel seçim kriterlerinin farklı boyutlara ayrıldığı görülmektedir. Chu ve Choi (2000) Hong Kong otel endüstrisinde otel seçim faktörlerinin belirlenmesi ve önem - performans analizinin yapılması amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada otel seçim kriterlerini altı boyut altında incelemişlerdir. Bunlar; hizmet kalitesi, iş amaçlı toplantı olanakları, odalar ve ön büro hizmeti, güvenlik, değer ve yiyecek-içecek ve rekreasyondur.

Yavaş ve Babakuş (2005) iş amacıyla ve tatil amacıyla seyahat eden iki turist grubu üzerine yapılan araştırmalarında otel seçim kriterlerinin boyutlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tekniğinin kullanıldığı çalışmada otel seçim kriterleri, "genel özellikler, rezervasyon ve kayıt kolaylığı, temel hizmetler, oda özellikleri ve ambiyans olmak üzere beş boyut olarak belirlenmiştir.

Küçükusta, Peng ve Chui (2013) çalışmalarında turistlerin demografik özelliklerinin ve seyahat karakteristiği ile SPA otel seçimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, gençlerin SPA otel seçiminde daha çok ambiyansa ve SPA tedavi hizmetine önem verdikleri belirlenmiştir. Ayrıca tüm katılımcılar için SPA otelinin marka bilinirliğinin en önemli seçim kriterlerinden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. YÖNTEM

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anketin oluşturulmasında Chu ve Choi (2000)'nin otel seçim kriterleri ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini kamu kurumlarında çalışan 3.341.049 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada, evren ve örneklem ortalaması arasında izin verilebilir hata değeri

(H) $\pm 0,05$ olarak alınmış, yapılan analizler, anlamlılık düzeyi (α) 0,05 alınarak değerlendirilmiştir. Buna göre genelleme yapabilmek için örneklem sayısının 385 kişi olması gerektiği hesaplanmıştır. Çalışmada kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kota örnekleme yönteminde gruplar (tabakalar) Devlet Personel Başkanlığı'nın 31 Aralık 2016 tarihli verilerine göre Tablo 2'deki gibi oluşturulmuştur.

Tablo 2: Kurum Türlerine Göre Kamuda Çalışan Sayısı

Kurum Türleri	Çalışan Sayısı
Genel bütçeli idareler (TBMM ve Cumhurbaşkanlığı)	4.015
Genel Bütçeli Diğer İdareler (Başbakanlık, Bakanlıklar, Kuvvet Komutanlıkları, Müsteşarlıklar, Başkanlıklar ve Genel Müdürlükler)	2.268.736
Özel Bütçeli Kurumlar (YÖK, Üniversiteler, İleri Teknoloji Enstitüleri)	240.190
Özel Bütçeli Diğer Kamu İdareleri (DSİ, GAP, MTA, TODAİE, Spor Genel Müdürlüğü, ...)	119.072
Sosyal Güvenlik Kurumları	35.914
Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar	3.244
5018 sayılı Kanun ve 190 sayılı KHK'da Yer Almayan Diğer Kurumlar	14.678
399 sayılı KHK'ya tabi KİT'ler	124.476
4046 sayılı Kanuna Tabi Kurumlar (Özelleştirme Programında Yer Alan Kurumlar)	6.121
399 sayılı KHK'nın EK 1 inci ve Geçici 9 uncu Maddesi Kapsamında Bulunan KİT'ler ve Özel Kanuna Tabi Kuruluşlar	9.598
İl Özel İdareleri	13.832
Belediyeler	179.072
Belediyelerin Bağlı Kuruluşları	20.932
Mahalli İdare Birlikleri	538
Kamu Bankaları (Merkez Bankası, Ziraat Bankası, Türkiye Halk Bankası, Vakıflar Bankası T.A.O.)	62.183
TSK'da İstihdam Edilen Askeri Personel	238.448
Genel Toplam	3.341.049

Kaynak: Devlet Personel Başkanlığı, 2016

Çalışmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular bulunurken, ikinci bölümde ise otel seçim kriterlerine yönelik olarak hazırlanan ifadeler bulunmaktadır. Ankette 5'li likert ölçeği kullanılmış olup "1- Çok önemsiz ile 5- Çok önemli" aralığında derecelendirilmiştir. Anketlerin bir kısmı yüz yüze bir kısmı ise internet ortamında yaptırılmıştır. Yüz yüze görüşme ve internet ortamında toplam 500 kişiye ulaşılmış olup 400 kişiden geri dönüş sağlanmıştır. 5 anket formu eksik ve hatalı doldurulduğu için toplam 395 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Değerlendirilmeye alınan 395 anket istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

Anket tekniği ile elde edilen verilerin analizi yapılmadan önce hangi analizlerin yapılacağına belirlenmesi amacıyla verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla Kolmogorov Smirnov testi yapılmıştır. Test sonucuna göre verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır. Bu nedenle analizlerde parametrik testler kullanılmıştır. Ayrıca ölçeğin güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla yapılan test sonucunda Cronbach Alpha değerinin " ,79" olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	219	55,4
Kadın	176	44,6
Toplam	395	100
Yaş		
20 yaş ve altı	10	2,5
21-30 yaş arası	167	42,3
31-40 yaş arası	161	40,8
41-50 yaş arası	50	12,7
51 yaş üstü	7	1,8
Toplam	395	100

Tablo 3 (Devamı): Katılımcıların Demografik Özellikleri

Eğitim seviyesi		
İlköğretim	11	2,8
Lise	82	20,8
Ön lisans	76	19,2
Lisans	179	45,3
Lisansüstü	47	11,9
Toplam	395	100
Medeni Durumu		
Bekâr	173	43,8
Evli	222	56,2
Toplam	395	100

Araştırmaya katılan kişilerin demografik özelliklerine yönelik bilgiler Tablo 3'te gösterilmiştir. Buna göre, katılımcıların %44,6'sı kadınlardan oluşurken, %53,4'ü erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların yaş dağılımlarında 21-30 yaş ile 31-40 yaş aralıklarının katılımcıların yaklaşık %83,1'ini temsil ettiği görülmektedir. Katılımcıların sadece %1,8'i 51 ve daha fazla bir yaşa sahiptir.

Anketi cevaplayan kamu çalışanlarının eğitim düzeylerine bakıldığında, %20,8 ile 82 kişi lise mezunu iken, %45,3 ile 179 kişinin ise lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların %11,9'unun ise eğitim düzeyinin lisansüstü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin %43,8'i bekâr iken %56,2'si ise evlidir.

Tablo 4: Otel Seçim Kriterleri Ölçeğinin Faktör Analizi Sonucu

	Faktör yükleri	Varyansın açıklanma yüzdesi	Kümülatif yüzdesi
1. Faktör: Odalar ve önbüro hizmeti		29,574	29,574
Otelde odanın konforlu, yatağın rahat olması	,898		
Odanın temiz olması	,885		
Oda içi ısıtma/soğutmanın iyi olması	,883		
Otel giriş-çıkış işlemlerinin hızlı yapılması	,895		
Otel rezervasyon sistemlerinin güvenilir olması	,898		
2. Faktör: Hizmet Kalitesi		20,039	49,613
Çalışanlar tarafından kaliteli bir hizmet sunulması	,915		
Çalışanların isteklerinizi anlaması ve bu istekleri hızlı bir şekilde yerine getirmesi	,825		
Çalışanların nazik ve arkadaş canlısı olması	,843		
Çalışanların yardımsever olması	,854		
Çalışanların temiz ve titiz bir görünüme sahip olması	,865		
3. Faktör: Güvenlik		12,022	61,635
Otelde yangın alarmının bulunması	,795		
Otelde güvenlik personelinin bulunması	,762		
Oda içerisinde kasa bulunması	,699		
Otelde güvenlik kamera sistemlerinin bulunması	,795		
Otelin otoparkının ışıklandırılmış ve güvenli olması	,811		
4. Faktör: Değer		9,214	70,849
Konaklama hizmeti için ödenilen paranın karşılığının alınması	,868		
Yiyecek içecek hizmeti için ödenilen paranın karşılığının alınması	,876		
Otelin konforlu ve görkemli bir ambiyansa (ortama) sahip olması	,596		
Otelin konumunun iyi bir yerde olması	,758		
5. Faktör: Yiyecek-içecek ve rekreasyon		7,450	78,300
Otelde yiyecek içecek olanaklarının çok çeşitli olması	,750		
Oteldeki yiyecek içeceklerin kalitelerinin iyi olması	,567		
Otelde eğlence ve animasyon olanaklarının bulunması	,852		
Odalarda mini-bar bulunması	,695		
Otelde 24 saat oda servisinin bulunması	,774		

Tablo 4'te otel seçim kriteri ölçeğine yönelik yapılan faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucuna göre 5 faktör ortaya çıkmıştır. Bunlar; "odalar ve önbüro hizmeti", "hizmet kalitesi", "güvenlik", "değer" ve

“yiyecek-içecek ve rekreasyon ”dur. Faktör analizi sonucunda varyansın açıklanma oranının %78,30 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5: Otel Seçim Kriterlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Aritmetik ortalama	Standart sapma
1. Faktör: Odalar ve ön büro hizmeti		
Otelde odanın konforlu, yatağın rahat olması	4,34	,83
Odanın temiz olması	4,42	1,04
Oda içi ısıtma/soğutmanın iyi olması	4,38	,81
Otel giriş-çıkış işlemlerinin hızlı yapılması	4,03	1,02
Otel rezervasyon sistemlerinin güvenilir olması	4,23	1,16
2. Faktör: Hizmet Kalitesi		
Çalışanlar tarafından kaliteli bir hizmet sunulması	4,42	,97
Çalışanların isteklerinizi anlaması ve bu istekleri hızlı bir şekilde yerine getirmesi	4,37	,80
Çalışanların nazik ve arkadaş canlısı olması	4,35	,98
Çalışanların yardımsever olması	4,26	,82
Çalışanların temiz ve titiz bir görünüme sahip olması	4,45	,80
3. Faktör: Güvenlik		
Otelde yangın alarminin bulunması	4,57	,64
Otelde güvenlik personelinin bulunması	4,62	,59
Oda içerisinde kasa bulunması	4,18	,83
Otelde güvenlik kamera sistemlerinin bulunması	4,58	,52
Otelin otoparkının ışıklandırılmış ve güvenli olması	4,43	,61
4. Faktör: Değer		
Konaklama hizmeti için ödenilen paranın karşılığının alınması	4,52	,76
Yiyecek içecek hizmeti için ödenilen paranın karşılığının alınması	4,54	,71
Otelin konforlu ve görkemli bir ambiyansa(ortama) sahip olması	4,17	,91
Otelin konumunun iyi bir yerde olması	4,20	,77
5. Faktör: Yiyecek-içecek ve rekreasyon		
Otelde yiyecek içecek olanaklarının çok çeşitli olması	4,17	,70
Oteldeki yiyecek içeceklerin kalitelerinin iyi olması	4,51	,67
Otelde eğlence ve animasyon olanaklarının bulunması	3,82	,96
Odalarda mini-bar bulunması	3,40	1,12
Otelde 24 saat oda servisinin bulunması	3,86	,92

Tablo 5’te, araştırmaya katılan kamu kurumlarında çalışan kişilerin otel seçim kriterleri doğrultusunda sorulan ifadelerle yönelik önem düzeyleri gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların ifadelerle yönelik önem düzeyleri değerlendirildiğinde, odalar ve önbüro hizmeti faktöründe yer alan ifadelerden “odanın temiz olması” katılımcıların en fazla önem verdikleri ifade olarak bulunmuştur. Otel seçim kriterleri ölçeğinde yer alan ifadeler içerisinde katılımcılar tarafından en fazla önem verilen ifade ise güvenlik faktörünün içerisinde yer alan “otel güvenlik personelinin bulunmasıdır”.

Tablo 6: Kamu Kurumlarında Çalışanların Otel Seçim Kriterleri ile Cinsiyetleri Arasındaki Farklılık Analizi

Faktörler	Cinsiyet	N	Mean	Sig.	t
Odalar ve Ön büro hizmeti	Erkek	219	3,88	,001	11,05
	Kadın	176	4,78		
Hizmet kalitesi	Erkek	219	4,34	,439	,775
	Kadın	176	4,40		
Güvenlik	Erkek	219	4,45	,019	3,66
	Kadın	176	4,28		
Değer	Erkek	219	4,39	,001	8,77
	Kadın	176	3,95		
Yiyecek-içecek ve rekreasyon	Erkek	219	3,94	,440	2,95
	Kadın	176	3,88		

Kamu kurumlarında çalışanların otel seçim kriterleri ile cinsiyetleri arasındaki farklılık analizi sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir. Buna göre; odalar ve önbüro hizmeti, güvenlik ve değer faktörleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre güvenlik ve

değer konularına daha fazla önem verdikleri görülmüştür. Diğer yandan kadın katılımcılar odalar ve ön büro hizmetlerine daha erkek katılımcılardan daha fazla önem vermektedir.

Tablo 7: Kamu Kurumlarında Çalışanların Otel Seçim Kriterleri ile Medeni Durumları Arasındaki Farklılık Analizi

Faktörler	Medeni Durum	N	Mean	Sig.	t
Odalar ve Ön büro hizmeti	Bekâr	173	4,05	,153	,120
	Evli	222	4,00		
Hizmet kalitesi	Bekâr	173	4,31	,144	,115
	Evli	222	4,42		
Güvenlik	Bekâr	173	4,27	,046	3,95
	Evli	222	4,45		
Değer	Bekâr	173	4,12	,014	-,135
	Evli	222	4,25		
Yiyecek-içecek ve rekreasyon	Bekâr	173	4,13	,022	,318
	Evli	222	3,81		

Tablo 7’de kamu kurumlarında çalışanların otel seçim kriterleri ile medeni durumları arasındaki farklılık analizine yönelik bulgular gösterilmiştir. Katılımcıların medeni durumları ile güvenlik, değer ve yiyecek-içecek ve rekreasyon faktörleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılardan evli olanların güvenlik ve değer faktörlerine daha fazla önem verdikleri, bekar katılımcıların ise yiyecek-içecek ve rekreasyon faktörüne daha fazla önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

5. SONUÇ

Otel işletmeleri, 24 saat faaliyetini sürdüren, dinamik ve emek-yoğun işletmelerdir. Otel işletmelerinin turizm sektörü içindeki payı ve ekonomiye sağladığı katma değer düşünüldüğünde önem verilmesi gereken bir alan olduğu görülmektedir. Otel işletmeleri uluslararası olaylardan çabuk etkilenebilen işletmelerdir. Olası bir uluslararası kaynaklı olumsuz durumda otel işletmeleri açısından yerli turistlerin otel işletmelerine çekilmesi için pazarlama faaliyetinde bulunulması gerekebilmektedir. Özellikle yaşanan bu durumlarda veya normal zamanlarda yerli turiste yönelik yapılacak pazarlama faaliyetlerinde, hedef kitlenin özelliklerinin bilinmesi otel işletmeleri açısından faydalı olabilecektir.

Bu doğrultuda, çalışmada kamu kurumlarında çalışanların otel seçim kriterlerinin belirlenmesi amacıyla kamu kurumlarında çalışan 395 kişiden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Yapılan faktör analizinde 5 boyut ortaya çıkmıştır. Bunlar; odalar ve önbüro hizmeti, hizmet kalitesi, güvenlik, değer, yiyecek-içecek ve rekreasyondur.

Çalışmada, otel işletmeleri seçim kriterlerinin ortalama ve standart sapma değerleri göz önünde bulundurulduğunda katılımcılar tarafından en fazla önem verilen ifadenin güvenlik ile ilgili olduğu görülmüştür. Bu sonuç, literatürdeki otel seçim kriterleriyle ilgili çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Çalışmada, otel seçim kriterlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla T-testi yapılmış ve bunun sonucunda, otel seçim kriterlerinden odalar ve önbüro hizmeti, güvenlik ve değer boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların erkeklere göre Odalar ve önbüro hizmetine daha fazla önem verirken; güvenlik ve değere ise erkeklerin daha fazla önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle kadınları hedef pazar olarak gören işletmelerin odalar ve önbüro hizmetini ön plana çıkarmaları, erkekleri hedef pazar olarak gören işletmelerin ise güvenlik ve değer konularını ön plana çıkarmaları pazarlama açısından faydalı olabilecektir.

Ankete katılanların medeni durumlarıyla otel seçim kriterleri arasında bir fark olup olmadığı incelenmesi sonucunda ise yiyecek-içecek ve rekreasyon, güvenlik ve değer boyutlarıyla medeni hal arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre değer ve güvenliğe evli kişilerin bekârlara oranla daha fazla önem verdiği, bekârların ise yiyecek-içecek ve rekreasyona evlilere oranla daha fazla önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre evli çiftlere yönelik pazarlama yapan otel işletmelerinin değer ve güvenlik konularına daha fazla önem vermeleri pazarlama açısından rakiplerine göre avantaj sağlayabilir.

Kamu kurumlarında çalışanların otel seçim kriterleri dikkate alınarak yapılacak pazarlama faaliyetleri, kamu kurumlarında çalışanların bu yöndeki bazı endişelerini ortadan kaldırabileceği için daha kolay otel seçimi yapmalarına da olanak sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Akıncı, Z. (2016). Otel İşletmeciliği ve Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Chu, R.K.S. ve Choi, T. (2000). An Importance-Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travellers, *Tourism Management*, 27, 363-377.
- Devlet Personel Başkanlığı (2016). <http://www.dpb.gov.tr/tr-tr/istatistikler/kamu-personeli-istatistikleri> (10.03.2016).
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2014). Genel Turizm: İlkeler - Kavramlar, 15. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükusta, D., Pang, L. ve Chui, S. (2013). Inbound Travelers' Selection Criteria for Hotel Spas in Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(6), 557-576.
- Medlik, S. ve Ingram, H. (2000). *The Business of Hotels*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Özel, Ç.H. (2012). Otelcilik Endüstrisi. Kozak, M.A. (Edt.). *Otel İşletmeciliği içinde* (s. 1-28). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sohrabi, B., Vanani, I.R., Tahmasebipur, K. ve Fazli, S. (2012). An Exploratory Analysis of Hotel Selection Factors: A Comprehensive Survey of Tehran Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 96-106.
- Usal, A. ve Kurgun, O.A. (2006). *Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri*, 3. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tsai, H., Yeung, S. ve Yim, P.H.L. (2011). Hotel Selection Criteria Used by Mainland Chinese and Foreign Individual Travelers to Hong Kong. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 12(3), 252-267.
- Yavaş, U. ve Babakuş, E. (2005). Dimensions of Hotel Choice Criteria: Congruence Between Business and Leisure Travelers. *Hospitality Management*, 24, 359-367.