

Kuşadası Ve Didim’ deki Üniversite Öğrencilerinin Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Sunulan Hizmetlerle İlgili Beklentileri ve Bu Hizmetlerin Kalite Ölçümü

Fırat Biçici*
Murat Hancıer**

Özet

*Bu çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin yiyecek-
içecek işletmelerindeki hizmet kalitesiyle ilgili beklenti düzeylerinin
çeşitli nedenlerle farklılık gösterip göstermediğini araştırmak ve
yiyecek-içecek işletmelerinde sunulan hizmetlerin kalite ölçümünü
yapmaktır. Çalışmanın literatür kısmında; hizmet, hizmet kalitesi,
hizmet kalitesi ölçümü, beklenti ve hizmet algılamalarıyla ilgili
temel tanımlar verilmiş ve bir yiyecek-içecek işletmesinin müşteri
beklentilerine cevap verebilmesi için gerekli olan unsurlar ve
üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarıyla ilgili
değişimler ortaya konmuştur. Araştırma verilerin elde edilmesi için
Kuşadası Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Didim
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu öğrencilerine*

* Adnan Menderes Üniversitesi, Kuşadası Turizm İşletmeciliği ve
Otelcilik Yüksekokulu, Yüksek Lisans Programı Öğrencisi,
fbicici@adu.edu.tr

** Oklahoma Eyalet Üniversitesi, Otelcilik ve Restoran Yönetimi Okulu,
Öğretim Üyesi, murat.hancer@okstate.edu

hizmet kalitesi ölçümü yapmak üzere anket uygulanmıştır. Yapılan hizmet kalitesi ölçümünde üniversite öğrencilerinin, Kuşadası ve Didim’de bulunan ve öğrencilerin hizmetlerini satın aldıkları yiyecek-içecek işletmelerindeki beklentilerinin karşılanmadığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrenci beklentilerinin, yiyecek-içecek işletmelerinin tipine ve öğrencilerin buldukları sınıfların düzeyine göre farklılık gösterdiği; ancak yemek yeme sıklığına, cinsiyete ve yiyecek-içecek işletmelerini tercih nedenlerine göre ise herhangi bir farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır.

***Anahtar kelimeler:** Öğrenciler, hizmet kalitesi, yiyecek içecek beklentileri, algılanan hizmet*

College Students’ Expectations of the Services Provided by Food and Beverage Firms: An Examination of the Service Quality in Kusadası & Didim

Abstract

The purposes of this study are to measure the quality of the services provided in the food and beverage firms and to examine the expectations of services provided by food and beverage firms for college students. The literature review includes a selection of topics related to fundamentals of service, service quality and its measurement, the different types of expectations of college students in terms of food and beverages and food consumption habits of college students’. Data was collected via a survey from the students of School of Hotel & Tourism Management and Didim Vocational School at Adnan Menderes University. Results suggest that college students’ expectations of food have not been met by food and beverage firms in the area. In addition, while the types of food providers and the rank of students differ in the expectations, gender, food eating frequency were not differed.

Keywords: College students, service quality, food and beverage expectations, perceived services

GİRİŞ

Hizmet sektörü sürekli bir değişim içerisinde. Gelişen ülkeler dahil olmak üzere ülkelerin birçoğunda GSMH'nin %40 ile %70 arasındaki kısmı hizmet sektörlerinden sağlanmaktadır (Ekin, 1996). Hizmet sektörü bünyesinde değerlendirilen yiyecek içecek işletmeleri, her geçen gün artan sayılarıyla ve farklı türdeki müşterilere sundukları hizmetlerle büyük bir gelişim göstermektedirler. Tüketicilerin bu yiyecek-içecek işletmelerinden talep ettikleri hizmetlerin karşılığı olarak yaptıkları harcamaların ekonomi içindeki oranı da sürekli artmaktadır. Avrupa Birliğinde yeme içme harcamalarının en fazla olduğu yerlere bakılırsa dışarıda yemek yemenin hayatın bir parçası olduğu görülür. Fransa, İtalya ve İspanya buna örnek gösterilebilir. Sektörün iş hacmi Avrupa Birliği genelinde 1996 rakamlarıyla 100 milyar avrodur ve yıllık % 3-5 arasında bir artış gösterdiği ortaya çıkmaktadır (Soriano, 2001).

Yönetim bilimindeki gelişmeler modern yönetim yaklaşımlarına ve yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yönetim bilimindeki bu gelişmeler artan rekabet koşullarında yiyecek-içecek işletmelerini de etkilemektedir. Çünkü başarılı bir işletme grafiği için yemek servisi yöneticilerinin bu yeni kavramlara göre faaliyetlerini planlamaları ve uygulamaları gerekir. Bahsedilen yeni kavramlardan biri de müşteri odaklılıktır. Müşteri odaklılık; işletmenin, müşteri ve pazardaki gelişmelerini merkez alarak faaliyetlerine yön vermesi felsefesine dayanmaktadır (Akın, 2001). Bu felsefeyi benimseyen işletmelerin; hizmet kalitesi standartlarını belirleyebilmeleri için, müşterilerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını hangi unsurların etkilediğini ve bunların karşılanıp karşılanmadığını bilmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda üniversitelerin buldukları yörede yiyecek-içecek sektörüne olan talep artırıcı etkisinin göz ardı edilmemesi ve öğrenci beklentilerinin karşılanıp karşılanmadığının hizmet kalitesi ölçümüyle belirlenmesi gerekmektedir. Son yıllarda üniversite öğrencilerine yönelik kurulan yeme-içme işletmeleri, yönetim şekillerinde, planlamalarında, ödeme şekillerinde, menü düşüncelerinde ve servis şekillerinde meydana gelen değişimlerden birçok tecrübeler elde etmiştir. Bu değişimler; yaş, kültürel geçmiş, yaşam şekli, eğitim durumu ve yeme alışkanlıklarında müşteri

taleplerini etkileyen çeşitli demografik özellikler (Bowman, McProud, Usiewicz, Gendreau, ve Mitchler, 1995; Chi & Brown, 1996; Tayce, Gassenheimer, ve Ingram, 1999) ve yönetim bilimindeki gelişmeler olarak açıklanabilir. Bugünün öğrencileri taze, sağlıklı yiyecekler ve çok çeşit istemektedirler. Öğrenciler, sağlıklı beslenme ile ilgili daha da bilinçlenmekte, “junk food” olarak nitelendirilen hamburger ve kızartmalara alternatifler aramaktadırlar (Stratus, 1993). Üniversitedeki müşteriler geniş çeşitlilik içinde en iyi seçeneği, esnek ve isteğe göre değiştirilebilecek taze hazırlanmış yemekleri istemektedirler (Buzalka ve Law, 2003). Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarındaki bu gibi değişimlerin bilinmesi; bu yönde kurulan yiyecek-içecek işletmeleri için önem kazanmaktadır. Özellikle; öğrencilerin hizmet kalitesiyle ilgili müşteri beklenti ve algılama düzeylerinin ölçülmesiyle yiyecek-içecek işletmelerindeki eksikliklerin belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü günümüzde; müşteri odaklı çalışan yiyecek-içecek işletmelerinde, hizmet standartlarının geliştirilmesi ve bu standartlara yönelik ürünlerin sunulması için müşterilerin beklentilerinin ve bu beklentilerin karşılanma düzeylerinin ölçülmesi gerekmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Hizmet ve Hizmet Kalitesi Kavramları

Hizmet genel bir kavram olarak, insanların gereksinimlerini gidererek, yarar ve doyum sağlayan, soyut faaliyetler bütünüdür. Endüstriyel anlamda açıklamak gerekirse; hizmet, insanların ya da insan gruplarının gereksinimlerini gidermek amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan, soyut faaliyetler bütünüdür (Öztürk, 1996: 65).

Hizmet üretimi yapan işletmelerin tarihi çok eski olmasına rağmen mal üreten endüstrilerden farklı yönlerinin ortaya konması 1930'larda olmuştur. 1935'te Fisher “üçüncü sektör”, 1964'te Judd “tecrübe edilen varlık” şeklinde tanımlar yaparak, hizmet sektörünü mal üreten sektörlerden ayırt eden özelliklerini vurgulamıştır (Demirer, 1996: 115). 80'li yıllardan itibaren ABD

ve İskandinav Ülkelerinde hizmet üretimi ve hizmet kalitesi konusunda çalışmaların giderek arttığı görülmüştür. Günümüzde hizmet kalitesi işletmeler tarafından giderek benimsenmeye başlamıştır. Ancak hizmet kalitesinin ölçümü; hizmet endüstrisindeki hizmetlerin soyutluğu, üretim ve tüketimin eş zamanlılığı, stoklamanın olmayışı, mal ve hizmet karışımı mamullerin olması (Yazıcıoğlu, 2000) gibi bazı özelliklerinden dolayı zordur. Hizmet kalitesinin ölçülebilmesi için ilk olarak kalite tanımının yapılması gereklidir. Kalite günümüzde işletmeler tarafından stratejik bir kavram, tüketiciler tarafından ise tercihleri belirleyen ana unsurlar haline gelmiştir. Kalite, bir ürün veya hizmete ait özellikleri halen mevcut veya ileride duyulabilecek müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneği olarak tanımlanabileceği gibi, bir ürünün gerekliliklere uygunluk derecesi ve kullanıma uygunluk olarak da tanımlanabilir (Güngör, 2002).

Hizmet endüstrisi içinde yer alan yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümü için yöneticilerin müşteri beklentilerini ve kalite algulamalarını belirlemesi gerekir. Literatüre bakıldığında beklentilerin tatmin kararlarının verilmesinde önemli olduğu görülebilir (Boulding ve diğerleri 1993; Stevens, Knutson, ve Patton, 1995). Çünkü müşteri tatmini, beklentilerin azaltılmasıyla artırılabilir. Bunun yanında bütün müşterilerin beklenti düzeyleri bir olmayabilir (Parasuraman ve diğerleri, 1988). Kişiden kişiye değişen beklentiler müşteri tatmininin sağlayarak, müşterileri tekrar işletmeye getirip devamlı müşteri haline getirmekte ve işletmenin pazar payını artırmaktadır (Kivela, Inbakaran ve Reece 1999). Müşterinin ne istediğinin ve hangi unsurların müşteriye geri getirdiğinin bilinmesi önemlidir (Soriano, 2001: 1056).

Hizmet kalitesinin ölçülmesi için Parasuraman ve arkadaşları genel olarak bazı kriterler belirlemişlerdir. Bu kriterler; güvenilirlik, heveslilik, yetenek, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, inanılabilirlik (dürüstlük), güven, anlaşılabilirlik ve fiziksel varlıklardır (Öztürk ve Seyhan, 2005: 172). Bu 10 kriterin sayısı birbirine yakın olanların birleştirilmesiyle 5'e indirilmiştir (Hussain ve Nadiri 2005). Bu kriterler:

Fiziksel Varlıklar: Nesnelerin ve kişilerin fiziksel yönü; ekipman, ve personelin görünümü.

Güvenilirlik: Hizmeti doğru bir şekilde ve zamanında yerine getirebilme.

Heveslilik: Hizmet etme konusunda istekli olma.

Güven: Personelin bilgisi, nezaketi ve hizmet hakkındaki bilgisi ve güven vermesi.

Anlayış: İşletmenin müşteriye karşı olan ilgisi.

Aslında hizmetlerin soyut olduğu düşünüldüğünde hizmet kalitesi yerine algılanan hizmet kalitesi terimini kullanmak daha doğru olacaktır. Algılanan hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti almadan önce beklentileri (beklenen hizmet) ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimiyle (algılanan hizmet) kıyaslamasının bir sonucu olup, tüketicilerin beklentileri ile algılanan performansları arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak değerlendirilmektedir (Parasuraman, Zeithmal ve diğerleri, 1985).

Hizmet kalitesini ölçmeye yönelik en kapsamlı ölçek "Servqual"dir. Servqual algılanan kaliteyi ölçmeye yöneliktir. Bu modele göre, beklenti seviyeleri performans algılama seviyelerinden yüksek olduğu takdirde düşük kalite seviyeleri ortaya çıkar. Tersine, beklenti seviyelerinin algılama seviyelerine eşit veya daha düşük olması durumunda ise yüksek kalite seviyeleri ortaya çıkar. Servqual; hizmet üretimi yapan farklı sektörlerde uygulanabilir bir yöntem olma iddiasında olmuştur ve bu yöntemin farklı hizmet sektörlerine adaptasyonu sağlanarak uygulanmıştır (Stevens ve diğerleri, 1995; Knutson ve diğerleri, 1990; Aigbedo ve Parameswaran, 2004). Lodgeserve yöntemiyle Knutson ve arkadaşları (1990) konaklama sektöründe, Dineserv yöntemiyle Stevens ve arkadaşları (1995) yiyecek-içecek işletmelerinde Servqual'ın adaptasyonunu sağlayarak hizmet kalitesi ölçümleri yapmıştır.

Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Ölçümü

Yurt dışında hizmet kalitesi ölçümü çalışmaları birçok alanda yapılmıştır. Türkiye’de de özellikle turizm alanında hizmet kalitesi ölçümüne yönelik birçok çalışma yapıldığı görülmektedir (Atılğan, 2001; Güngör, 2002; Yetiş, 2001; Öztürk, 1996; Öztürk ve Seyhan (a), 2005; Öztürk ve Seyhan (b) 2005; Tütüncü, 2001). Fakat bu çalışmalar özellikle konaklama işletmelerindeki ve seyahat acentelerindeki hizmet kalitesi çalışmalarıdır. Yiyecek-içecek hizmetleriyle ilgili hizmet kalitesi, genel olarak konaklama işletmelerinin yiyecek-içecek departmanları tarafından verilen hizmet bazında ölçülmüştür. Ayrıca konaklama işletmelerinde yiyecek-içecek bölümü ve diğer hizmet bölümlerinde hizmet kalitesinin artırılması için, işgörenlere işin gerektirdiği mesleki bilgilerin kazandırılması ve hizmet kalitesinin düşüren diğer eksikliklerin tamamlanmasının eğitim yoluyla gerçekleşeceği vurgulanmıştır (Öztürk ve Seyhan 2005). Görüldüğü gibi literatürde spesifik olarak yiyecek-içecek işletmelerine yönelik bir hizmet kalitesi ölçümü çalışmasının Türkiye’de yapılmadığı görülmektedir. Bu eksiklik gün geçtikçe sayıları artan yiyecek-içecek işletmeleri açısından düşünülürse tamamlanması gereken bir durumdur. Çünkü yiyecek-içecek işletmelerinde beklentilerin ve hizmet gerçekleşmesi kombinasyonunun müşteri tarafından algılanma sonuçları önemlidir. Yiyecek-içecek işletmelerinde beklentilerin ve algılamaların arasındaki fark, yemek servisi yöneticisine performansı değerlendirmesi ve tatmin düzeyinin artırılması için gereken değişikliklerin yapılması noktasında yardımcı olur.

Bu araştırma, üniversitelerin buldukları bölgede ticaret hayatını canlandırması ve özellikle yiyecek-içecek sektörünün gelişimine ivme kazandırması nedeniyle üniversite öğrencileri için yapılmıştır. Bunun yanında, üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ve hizmet ile ilgili değişen beklentileri ve bilinçli tüketici olarak ifade edilen ve ne istediğini bilen istekleri ve beklentileri doğrultusunda satın alması davranışına yön veren tüketici gelişim sürecinin üniversite öğrencilerini etkilediği de ortaya koyulmak istenmiştir. Bahsedilen sebeplerden dolayı üniversite öğrencilerinin hizmetlerinden yararlandıkları yiyecek-içecek işletmelerinin, günümüzdeki sert rekabet ortamında öğrenci

beklentilerini ve bu beklentilerin işletme tarafından ne kadar karşılandığını belirlemesi gerekmektedir. Bu amaçla Kuşadası Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Didim Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin hizmetlerinden faydalandıkları yiyecek-içecek işletmelerinde genel olarak bir hizmet kalitesi ölçümü yapılmış ve öğrencilerin sunulan hizmetlerden tatmin olup olmadıkları ve yiyecek-içecek işletmelerindeki beklentilerinin çeşitli faktörlere göre değişip değişmediği araştırılmıştır. Özellikle turizm eğitimi gören öğrencilerin seçilmesinin nedeniyse, bir hizmet sektörü olan turizme yönelik eğitilmeleri ve konuyla ilgili olmalarıdır.

YÖNTEM

Örneklem, Veri Toplama ve Anket

Araştırmanın örnekleme, araştırmanın turizm eğitimi alan öğrencilere yönelik bir hizmet kalitesi ölçümü olması nedeniyle Kuşadası Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Didim Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu öğrencileri olarak seçilmiştir. Bu amaçla 2006 yılı Ocak ayındaki ikinci vize sınavlarında öğrencilere doldurulmak üzere 300 adet anket formu dağıtılmış ve öğrencilerden anketleri doldurup öğrenci işlerine bırakmaları istenmiştir. Dağıtılan 300 anketten 204 tanesi geri dönmüştür.

Bu çalışma; üniversite öğrencilerinin yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet kalitesiyle ilgili beklentilerini ve bu beklentilerin algılanma düzeylerini, Aigbedo ve Parameswaran'ın yaptığı çalışma baz alarak anket yöntemiyle belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla Kuşadası Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Didim Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin son bir ayda hizmetlerinden satın aldıkları yiyecek-içecek işletmelerine yönelik hizmet kalitesi ölçümü yapılmıştır. Aigbedo ve Parameswaran, Servqual yöntemini baz alarak restoranlardaki hizmet kalitesi ölçümü için geliştirilen Dineserv yöntemini kullanıp, üniversite öğrencilerine yönelik bir hizmet kalitesi ölçümü çalışması yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada; hizmet kalitesi beklentileriyle ilgili Dineserv yönteminde bulunan ve hizmet kalitesi boyutlarını oluşturan 29

nitelik cümlesini 20'ye indirmişlerdir. Bu değişiklik, üniversite öğrencilerine yönelik kurulan yiyecek-içecek işletme yöneticileriyle yapılan görüşmelerden sonra, bu yiyecek-içecek işletmelerinin hizmetleriyle ilgili olmayanların boyutlardan çıkarılması ve faktör analizleri sonucunda yapılmıştır. Yapılan değişiklikten sonra, nitelik cümlelerinin kalite boyutlarına göre dağılımı şöyledir: 1.,2.,3., 4., 5., ve 6. sorular fiziksel varlıklar boyutunda; 7. ve 8. sorular güvenilirlik boyutunda; 9., 10. ve 11. sorular heveslilik boyutunda; 12., 13., 14. ve 15. sorular güven boyutunda; 16., 17., 18., 19. ve 20. sorular anlayış boyutundadır.

Hizmet kalitesi ölçümü için öncelikle bu 20 nitelik cümlesinin çevirisi yapılmıştır. Çevirisi yapılan ifadelerinin Türkçe anlamlarının doğruluğu, İngilizce orijinal sorular ve çeviriler arasındaki karşılaştırmalar yapılarak tekrar kontrol edilmiştir. Nitelik cümlelerinin çevirisinden sonra anket formunun düzenlenmesine geçilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde hizmet kalitesi ölçümü için beklenti ve algılamalara ilişkin nitelik cümleleri bulunmaktadır. Ankette beklenti ve algılamalarının ölçümü için 5'li Likert tutum ölçeği kullanılmıştır. Hizmet kalitesi ölçümünde beklenti ve algılamaların ölçülmesi için nitelik cümleleri anket formunun ortasına yerleştirilmiş, sol tarafta beklentiler ve sağ tarafta da algılamalarla ilgili 5'li Likert tarzında cevaplama kutucuklarının bulunduğu bir anket formu tasarlanmıştır. Anketin ikinci bölümünde demografik sorularla beraber, son bir ayda hizmeti satın alınan yiyecek-içecek işletme türünü belirten bir soru, satın alma kararını etkileyen unsurlara ilişkin bir soru ve son olarak da dışarıda yemek yeme sıklığını belirlemeye ilişkin bir soru bulunmaktadır. Anket ulaşılabilir öğrenci sayısının fazla olacağı düşünülerek 2006 yılı Ocak ayında yapılan güz dönemi ikinci vize sınavlarında öğrencilere dağıtılmış ve doldurulduktan sonra öğrenci işlerine bırakılması istenmiştir.

Araştırmada öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili beklentilerinin farklılık gösterip göstermediği kurulan şu hipotezlerle incelenmiştir.

H1: Üniversite öğrencilerinin cinsiyeti, öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili genel beklenti düzeylerinde farklılıklar yaratmaktadır.

H2: Üniversite öğrencilerini, bir yiyecek-içecek işletmesini tercih ederken etkileyen nedenler, öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili genel beklenti düzeylerinde farklılıklar yaratmaktadır.

H3: Üniversite öğrencilerinin hizmetini satın aldıkları yiyecek-içecek işletmesinin tipi öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili genel beklenti düzeylerinde farklılıklar yaratmaktadır.

H4: Üniversite öğrencilerinin yiyecek-içecek işletmelerindeki yemek yeme sıklığı öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili genel beklenti düzeylerinde farklılıklar yaratmaktadır.

H5: Üniversite öğrencilerinin buldukları sınıf düzeyleri(hazırlık, 1.sınıf, 2.sınıf, 3. sınıf, 4. sınıf), öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili genel beklenti düzeylerinde farklılıklar yaratmaktadır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında öğrencilere sınav zamanı dağıtılan 300 anketten 204'ü tam olarak cevaplanmış ve analizlerde kullanılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 12.0 programına girilmiştir. Çalışma öğrencilerin yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili beklentileri ve bu beklentilerin algılamalarıyla ilgili hizmet kalitesi ölçümüne yönelik olduğu için veriler aşağıdaki formülden hareketle hizmet kalitesi boyutlarının genel ortalamalarının karşılaştırılmasıyla analiz edilmiştir.

Hizmet Kalitesi Puanı = Algılanan hizmet – Beklenen Hizmet (Parasuraman, Zeithmal ve diğerleri, 1985).

Ayrıca oluşturulan hipotezlere yönelik t-bağımsızlık testi ve tek yönlü ANOVA varyans analizleri uygulanmıştır.

BULGULAR

Uygulanan ölçeğin güvenilirliği (Cronbach Alpha's) 0,93'tür. Bu oran 0,70'ten büyük olduğu için ölçeğin güvenilirliği açısından tatmin edicidir.

Tablo 1'e bakıldığında anketi cevaplayan toplam 204 üniversite öğrencisine ait bazı demografik değişkenler, bir yiyecek-içecek işletmesini tercih ederken dikkate aldıkları unsurlar ve ankette değerlendirdikleri yiyecek-içecek işletmesine ait bilgiler yer almaktadır.

Tablo.1 Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Bay	126	61,8
	Bayan	78	38,2
Kaçınıcı sınıftasınız	Hazırlık	51	25
	1. Sınıf	83	40,7
	2. Sınıf	8	3,9
	3. Sınıf	12	5,9
	4. Sınıf	46	22,5
	Yüksek Lisans	4	2
Dışarıda yemek yeme sıklığı	Hiç	0	1
	Ayda bir	55	27
	Haftada 3-4 kez	127	62,2
	Hergün	22	10,8
Yiyecek-içecek işletmesini tercih nedeni	Fiyat	38	18,6
	İmaj	18	8,8
	Menü	21	10,3
	Kalite	89	43,6
	Tavsiye	12	5,9
	Birden çok neden	26	12,7
Ankette değerlendirilen yiyecek-içecek işletmesinin tipi	Fast-food	62	30,4
	Kafeterya	12	5,9
	Kantin	7	3,4
	Alakart	123	60,3
	Restoran		

Tablo.1'e göre; ankete katılanların %61,8'i (126) erkek, %38,2'si ise (78) bayandır. Bu öğrencilerin %25'i (51) hazırlık sınıfı, %40,7'si (83)1. sınıf, %3,9'u (8) 2. sınıf, %5,9'u (12) 3. sınıf, %22,5'i (46) 4.sınıf ve %2'si (4) yüksek lisans öğrencisidir. Üniversite öğrencilerinin yiyecek-içecek işletmelerindeki yemek yeme oranları incelendiğinde; (%10,8'inin (22) hergün, %62,2'sinin (127) haftada 3-4 kez, %27'sinin (55) ayda bir kez yiyecek-içecek işletmelerinin hizmetlerinden yararlandıkları görülmektedir. Öğrencilerin; %18,6'sı (38) fiyat, %8,8'i (18) imaj, %10,3'ü (21) menü, %43,6'sı (89) kalite, %5,9'u (12) tavsiye, %12,7'si (26) ise sayılan tercih nedenlerinin kombinasyonu ile bir yiyecek-içecek işletmesindeki hizmetleri satın almaya karar vermektedirler. Tercih nedenleri arasında kalitenin en yüksek oranla birinci sırada olması üniversite öğrencilerinde kalite bilincinin oluştuğunu göstermektedir. Ayrıca ankette hizmet kalitesi değerlendirilen yiyecek-içecek işletmelerinden %30,4'ü (62) fast-food, %5,9'u kafe, %3,4'ü (7) kantin ve %60,3'ü de (123) alakart servis yapan restoranlardır.

Üniversite öğrencilerinin Kuşadası ve Didim'de yer alan ve son bir ayda hizmetlerini satın aldıkları yiyecek-içecek işletmelerine yönelik ortalama beklenti değerleri, ortalama algılanan hizmet değerleri ve ortalama hizmet kalitesi puanlarının yönü ve değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ortalama Beklenti, Algılanan Hizmet ve Hizmet Kalitesi Değerleri

Boyutlar	Ortalama Beklenti Değerleri	Ortalama Algılanan Hizmet Değerleri	Ortalama Hizmet Kalitesi Değerleri
Fiziksel Varlıklar	3,75	3,32	-0,43
Güvenilirlik	3,58	3,22	-0,36
Heveslilik	3,44	3,09	-0,35
Güven	3,26	2,89	-0,37
Anlayış	3,35	3,07	-0,28
Genel Ortalama	3,48	3,11	-0,37

Tablo 2'deki genel ortalama beklenti değerlerine bakıldığında; üniversite öğrencilerinin bir yiyecek içecek işletmesinin; imajını yansıtabilen dekorunu, konforunu, personelinin temiz ve bakımlı olmasını, menüsünü ve yemek alanının temizliğini içeren fiziksel varlıklar boyutuyla ilgili beklentilerinin 3,75'lik bir oranla en yüksek ortalama sahip olduğu görülecektir. Fakat; sorulara tam olarak cevap verebilen, yemekler hakkında bilgi sahibi olan, kabiliyetli ve tecrübeli çalışanlar kriterlerini barındıran güven boyutuna yönelik ortalama beklenti değerinin (3,26) diğer boyutların ortalama beklenti değerlerinden en düşük olduğu göze çarpmaktadır. Hizmet kalitesinin bir diğer boyutu olan ve çalışanların müşteri isteklerine olan hassasiyetleri ve bu istekleri yerine getirmedeki davranışlarını içeren güven boyutunun ortalama beklenti değeri ise 3,26'dır. Ayrıca hizmetle ilgili problemi hızla çözen ve tutarlı hizmeti ifade eden güvenilirlik boyutunun ortalama değeri 3,58'dir. Son olarak hızlı ve dakik hizmeti, sorulara tam olarak cevap verebilen ve işin yoğun zamanlarında birbirlerine yardım eden çalışanlar değişkenlerini kapsayan heveslilik beklenti boyutunun genel ortalama değeri ise 3,44 olarak ortaya çıkmaktadır. Üniversite öğrencilerinin genel beklenti düzeyleri içinde fiziksel varlıklar boyutunun en yüksek değerde olması, müşteri kitlesi içinde üniversite öğrencileri olan yiyecek-içecek işletmeleri açısından önemsenmesi gereken bir durumdur. Çünkü bu sonuç, bir üniversite öğrencisi açısından yiyecek-içecek işletmesinin dekorunun, çalışanlarının görünümünün, menüsünün, konforunun ve temizliğinin önemsendiğine ve bu özelliklerinin çekici özellikte olmasının hizmet kalitesinin sağlanmasına olan etkisine dikkat çekmektedir.

Tablo 2'deki ortalama algılanan hizmet kalitesi değerlerinin en az olduğu boyut güven boyutudur. Algılanan hizmet kalitesi değerlerinin en yüksek olduğu boyut ise 3,32 ile fiziksel varlıklar boyutudur. Yalnız bu değerler, hizmet kalitesinin olumlu veya olumsuz olduğu yönünde yorum yapılmasına yeterli değildir. Çünkü yiyecek-içecek işletmelerinin kaliteli hizmet sunup sunmadıkları ortalama genel beklenti değerleriyle, ortalama algılanan kalite değerleri farklarına bakılarak anlaşılmaktadır. Çünkü bu değerlere bakılarak kaliteli hizmetin sunulup sunulmadığıyla ilgili yorumlar yapılmaktadır.

Tablo 2'deki ortalama hizmet kalitesi değerlerine bakıldığında, hiçbir hizmet boyutunda üniversite öğrencilerinin beklentilerinin tam olarak karşılanmadığı görülmektedir. Özellikle, öğrencilerin beklentilerinin en fazla olduğu fiziksel varlıklar boyutundaki beklentilerinin en az karşılandığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca hizmet kalitesi değerleri içinde anlayış boyutuyla ilgili öğrenci beklentilerinin -0,28'lik bir değerle en fazla karşılandığı söylenebilir. Ayrıca genel hizmet kalitesi değeri -0,37'dir. Elde edilen bu sonuçlarla; Kuşadası ve Didim'de bulunan ve üniversite öğrencilerinin, hizmetlerini satın aldıkları yiyecek-içecek işletmelerinin genel anlamda öğrenci beklentilerini karşılayamadığı ortaya çıkmaktadır.

Öğrencilerin bir yiyecek-içecek işletmesindeki ortalama beklenti değerlerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin analizi için t-bağımsızlık testi uygulanmıştır. Yapılan t-testine göre cinsiyet ile beklenti değerleri arasında ($t = -1,377$ ve $p > 0,05$) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Buna göre H1 reddedilir. Diğer hipotezlerde; ortalama beklenti değerlerini etkileyebilecek faktör kategorilerinin sayıları ikiden çok olduğu için tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; öğrencileri, bir yiyecek-içecek işletmesini tercih ederken etkileyen nedenler, yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili hizmet kalitesi beklenti değerleri üstünde farklılık yaratmamaktadır. ($p = 0,341 > 0,05$) H2 reddedilir. Fakat öğrencilerin hizmetini satın aldıkları yiyecek-içecek işletmesinin tipi öğrencilerin hizmet kalitesi beklenti değerleri üstünde farklılıklar yaratmaktadır. ($p = 0,00 < 0,05$). Bu farklılığın hangi yiyecek-içecek işletmesi tipine göre ortaya çıktığına bakabilmek Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre fast-food ya da alakart restoranlarla ilgili öğrenci beklenti düzeyleri kantin tipi yiyecek-içecek işletmelerine oranla daha yüksektir. Yani beklentilerin yiyecek-içecek işletmesinin tipine göre değiştığı hipotezi olan H3 kabul edilir. Bir diğer bulguda ise öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki yemek yeme sıklığının, hizmet kalitesi beklenti değerleri üstünde farklılıklar yaratmadığı ortaya çıkmıştır. ($p > 0,05$) Buna göre H4 reddedilir. Son hipotezle ilgili bulguda ise; öğrencilerin buldukları sınıf düzeylerinin (hazırlık, 1.sınıf, 2.sınıf, 3. sınıf, 4. sınıf) yiyecek-içecek işletmeleriyle ilgili hizmet kalitesi beklenti değerleri üstünde farklılık yarattığı

görülmektedir. ($p=0,00<0,05$). Bu farklılığın hangi sınıf düzeylerinden kaynaklandığına bakmak için yine Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Yapılan Tukey testinde özellikle 1. ve 4. sınıftaki öğrencilerin beklenti değerleri, hazırlık sınıfı öğrencilerine göre daha yüksek çıkmıştır. Buna göre öğrencilerin buldukları sınıf düzeyleri ile beklentileri arasında farklılık olduğu ileri sürülen H5 kabul edilir.

SONUÇ

Üniversitelerin, buldukları yörenin yiyecek-içecek işletmelerine talep artırıcı etkisi vardır. Artan işletme sayısı rekabetin artmasına ve daha da yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu şartlarda pazarda tutunmak ve yaşamını sürdürmek isteyen işletmelerin hizmet kalitesi standartlarına göre işletme faaliyetlerini müşteri odaklı olarak planlaması gerekmektedir. Müşteri odaklı çalışan işletmeler müşteri beklentilerini bilmedirler. Çünkü müşteri tatmini beklentilerin karşılanmasıyla gerçekleşmektedir.

Kuşadası Turizm İşletmeciliği Yüksekokulu ve Didim Turizm İşletmeciliği Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik uygulanan bu hizmet kalitesi çalışmasında; genel olarak öğrencilerin yiyecek-içecek işletmelerindeki beklentilerinin karşılanmadığı ortaya çıkmıştır. Ortalama beklenti değerlerine bakıldığında öğrencilerin bir yiyecek-içecek işletmesiyle ilgili beklentilerinin en yüksek olduğu boyutun fiziksel varlıklar, en düşük olduğu boyut ise güven boyutudur. Fiziksel varlıklar boyutuyla ilgili öğrenci beklentilerinin en yüksek olmasına rağmen hizmet kalitesi değerlerinde bu boyut en az bir değerle karşımıza çıkmaktadır. Yani yiyecek-içecek işletmelerindeki fiziksel varlıklar boyutuyla ilgili öğrenci beklentileri en fazla olarak karşılanmamaktadır. Bu sonuç Kuşadası ve Didim'de yer alan yiyecek-içecek işletmelerinin görünüm anlamında daha çekici olması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Hizmet kalitesi değerlerinde beklentilerin karşılanmaya en yakın olduğu boyut ise anlayıştır. Buna göre çalışanların öğrenci isteklerine karşı genelde olumlu tavırlar içinde olduğu ve isteklerin yerine getirilmesi konusunda tam olarak olmasa da ilgili oldukları söylenebilir.

Öğrenci beklentilerinin cinsiyete, bir yiyecek-içecek işletmesini tercih nedenlerine ve dışarıda yemek yeme sıklığına göre değişmediği görülmektedir. Fakat beklentiler yiyecek-içecek işletmesinin tipine göre farklılık göstermektedir. Örneğin öğrencilerin alakart servis sunan bir restoranla ilgili beklentileri kantin tipi bir yiyecek-içecek işletmesinden daha fazla olmaktadır. Beklentilerin farklı olduğu bir diğer durum ise öğrencilerin buldukları sınıf itibarıyla ortaya çıkmaktadır. Özellikle hazırlık sınıfında bulunan öğrenciler diğer sınıflara göre daha düşük beklenti değerlerine sahiptirler. Bu sonuç; öğrencilerin turizm ile ilgili aldıkları eğitimin, bir yiyecek-içecek işletmesiyle ilgili beklentileri üstünde artırıcı bir etkisinin olduğunu gösterir.

Üniversite öğrencilerinin yiyecek-içecek sektörüne olan etkileri işletmeler tarafından önemsenmelidir. Çünkü bu etkiler arasında yiyecek-içecek sektörüne olan talep artırıcı etkisi doğrudan bu işletmeleri ilgilendiren bir durumdur. Araştırma sonuçlarına bakıldığında genel anlamda üniversite öğrencilerinde bir tatminsizlik meydana gelmektedir. Yani yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet kalitesi düşük oranda gerçekleşmekte ve beklentiler karşılanmamaktadır. Beklentilerin karşılanmaması ise müşterilerin sürekli olma sürecini olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bu durum yiyecek-içecek işletmeleri açısından istenmeyen bir durumdur. İşletmeler müşteri beklentilerine ve bu beklentilerin karşılanmadığı hizmet kalitesi boyutlarına göre çalışmalar yapıp, eksik yönlerini tamamlamalıdır. Yapılan çalışmaların etkililiği sürekli değerlendirilmeli ve hizmet kalitesinin yüksek oranda gerçekleştirecek düzeltmeler ve ek çalışmalar yapılmalıdır. Hizmet kalitesi ölçümleri, işletmelere hizmet kalitesi standartlarının oluşturulması için yardımcı olmaktadır. Yiyecek-içecek işletmeleri yapılan bu ölçümlerle daha yüksek standartlarda hizmet yapmalı ve hizmet kalitesini yükseltmelidirler.

Kaynaklar

Aigbedo, H. ve Parameswaran, R. (2004). Importance-Performance Analysis for Improving Quality of Campus Food Service. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 21(8), 876-896.

Atılğan, E. (2001). *Hizmet Kalitesi Yönetimi ve Seyahat Sektörüne Yönelik Bir Uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akın, Ö. (2001). *Toplam Kalite Yönetimi ve İnsan*, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Boulding, W: Karla, A., Staelin, R, ve Zeithaml, V.A. (1993). A Dynamic Process of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-17.

Bowman, M.K., McProud, L.M., Usiewicz, R.A., Gendreau, M., ve Mitchler, J.B. (1995). Evaluation of the Effectiveness of Point-of-Choice Nutrition Information on Consumer Perceptions of Food Quality and Value in A University Food Service. *Journal of the National Association of College and University Food Services*, 17. Retrieved February 3, 2004. www.nacufs.org/resources/publications/journal/old/evaluation.asp

Buzalka, M. (2003). A Cross-Segment Business Forecast. *Food Management*, 38(2),34-50.

Demirer, H. (1996). *Turizm İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Ölçümü*. Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Y. O. Hafta Sonu Semineri III, Nevşehir.

Ekin, N. (1996). *Küreselleşme ve Gümrük Birliği*. İTO Yayın No: 32, İstanbul.

Güngör, A. (2002). *Yerli Turistlere Paket Tur Düzenleyen Seyahat Acentalarında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.

Hussain, K. ve Nadiri, H. (2005). Perceptions of Service Quality in North Cyprus Hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17 (6), 469-480.

Kivela, J., Inbakaran, R., ve Reece, J. (1999). Consumer Research in the Restaurant Environment, Part 1: A Conceptual Model of Dining Satisfaction And Return Patronage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 11/6, 269-286.

Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M. ve Yokoyama, F. (1991). LODGESERVE: A Service Quality Index for the Lodging Industry. *Hospitality Research Journal*, 14(2), 277-284.

Öztürk, S. A. (1996), Hizmet İşletmelerinde Kalite Boyutları ve Kalitenin Artırılması, *Verimlilik Dergisi*.

Öztürk, Y. ve Seyhan K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 16(2), 170-182.

Öztürk, Y. ve Seyhan K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Dergisi*, 1, 121-140.

Parasuraman, 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(3), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., ve Berry, L. L. (1988). SERVQUAL. A Multiple-item Scale For Measuring Consumer Perceptions of the Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1). 12-40.

Soriano, R. D. (2001). Customer's Expectations Factors in Restaurants. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(8/9), 1055-1067.

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.

Stratus, K. (1993). R&I Forecast: Colleges. *Restaurants & Institutions*, 103(1), 59.

Tütüncü, Ö. (2001). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Müşteri Tatmininin Ölçülmesi*. Ankara: Turhan Kitapevi.

Yazıcıoğlu, İ. (2000). Restoranlarda Standart Maliyet Sisteminin Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* 3, 119-135.

Yetiş, H. (2001). Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile Ölçülmesi ve Bir Uygulama. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 14(4), 1429-1442.