

IDEA STUDIES JOURNAL

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies

Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing
IDEAJournal (ISSN:2587-2168)

 ideastudies.com  ideastudiesjournal@gmail.com



Disciplines: Business Administration, Economy, Econometrics, Finance, Labour Economics, Political Science, Public Administration, International Relations

Article Type	Research Article
Volume	5
Issue	13
Page	311-320
Article Arrival Date	19.11.2019
Article Published Date	26.12.2019
Doi Number	http://dx.doi.org/10.26728/ideas.216
Reference	Sunar, H. & Yılmaz, R. (2019). "Yiyecek- İçecek İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Ölçümü ve Hizmet Kalitesi Boyutlarının Ahs Yöntemi İle Demografik Değişkenlere Göre Önceliklerinin Belirlenmesi", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (ISSN:2587-2168) Vol:5, Issue:13; pp:311-320.

YİYECEK- İÇECEK İŞLETMELERİNDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ VE HİZMET KALİTESİ BOYUTLARININ AHS YÖNTEMİ İLE DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERE GÖRE ÖNCELİKLERİNİN BELİRLENMESİ

MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY IN FOOD AND BEVERAGE COMPANIES AND DETERMINING THE PRIORITIES OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ACCORDING TO DEMOGRAPHIC VARIABLES WITH AHS METHOD

Öğr. Gör. Halil SUNAR

Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak MYO, Turizm, Seyahat ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Giresun/Türkiye

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5131-4056>

Öğr. Gör. Refik YILMAZ

Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, Giresun/Türkiye

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6080-7824>



ÖZ

Günümüzde küreselleşme ile işletmeler, yoğun rekabet ortamında varlıklarını devam ettirebilmek amacıyla çevresindeki gelişmelere ve değişimlere uyum sağlamak zorundadır. Yiyecek-içecek işletmeleri ise varlıklarını devam ettirebilmek amacıyla sürekli olarak mevcut hizmet kalitelerini korumaları ve geliştirmelerini gerekli kılmaktadır. Araştırmanın amacı, Hatay'ın Arsuz İlçesindeki yiyecek- içecek işletmelerinin hizmet kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının demografik değişkenlere göre AHS yöntemi ile öncelikleri belirlenerek karşılaştırmaktır. Araştırma örneklemini olarak ise, Haziran-Ekim 2019 tarihleri arasında Arsuz'un Karaağaç mevkiindeki restoranların müşterilerine uygulanmıştır. Elde edilen 309 anket istatistik paket programı ile analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ayrıca hizmet kalitesinin boyutları demografik değişkenlere göre Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi ile önem dereceleri belirlenerek karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek-İçecek, AHS, Hatay, Hizmet Kalitesi

ABSTRACT

The enterprises of our age have to adapt to the developments and changes in their environment in order to survive in the intense competition environment created by the impact of globalization. Food and beverage establishments that have a share in this competition are required to continuously improve their service quality in order to maintain their existence. The aim of the study is to

measure the service quality of food and beverage enterprises in Arsuz district of Hatay and to compare the service quality dimensions with demographic variables by using AHS method. As the research sample, customers of the restaurants in Karaağaç area of Arsuz were selected between June and October 2019. The 309 questionnaires were analyzed with statistical package program. In the research, the dimensions of service quality were determined according to demographic variables by determining the importance levels with Analytical Hierarchy Process method.

Key Words: Food-Beverage, AHP, Hatay, Service Quality

1. GİRİŞ

Teknolojik alanda özellikle internetin yaygınlaşması ile birlikte kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler insanların bilgiye kolay erişim sağlamasına neden olmuştur. Bu durum aynı zamanda insanların işlerini kolaylaştırmış ve kullanıma göre yeni ihtiyaçları ortaya çıkartmıştır. Bu ihtiyaçlar teknolojinin gelişmesine yön vererek teknoloji ile insanlar arasında çift yönlü bir etkileşim sağlamıştır. Bu gelişmeler neticesinde insan ihtiyaçları daha fazla farklılaşmış ve bu doğrultuda tüm alanlarda daha spesifik çalışmalar başlamıştır. Makrodan mikroya doğru olan daha kapsamlı ve ayrıntıların oluşması aynı zamanda hedef kitle hakkında bilgi erişimini öngörü sahibi olma ihtiyacını oluşturmuştur. Bu durum özellikle işletmeler açısından bakıldığında günümüz yoğun rekabet ortamında rakiplerine üstünlük sağlamak, eksikliklerini gidermek, kendi mevcut oluşturdukları kalite algısını değerlendirmek, geliştirmek ve müşteri istek ve beklentilerinin karşılayabilmek amacıyla birtakım çalışmalar gerçekleştirmeyi gerekli kılmaktadır. Bu nedenle işletmeler belirli zaman aralıkları ile hizmet kalitesi ölçümü yaparak performanslarını değerlendirmeleri gerekmektedir. Alanyazın incelendiğinde yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kaliteleri ile ilgili farklı araştırmacılar tarafından farklı zaman dilimlerinde ve farklı destinasyonlarda birçok çalışma yapılmıştır. Fakat bu çalışmada alan yazındaki çalışmalardan farklı olarak demografik değişkenlere göre hizmet kalitesi boyutları önem dereceleri Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yöntemi ile ağırlıklandırılmıştır.

Bu çalışmada Hatay'ın Arsuz İlçesindeki yiyecek- içecek işletmelerinin hizmet kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının demografik değişkenlere göre AHS yöntemi ile öncelikleri belirlenerek karşılaştırılmıştır.

2. ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ (AHS) YÖNTEMİ

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), karar verme problemlerinin çözümü için ilk olarak 1968 yılında Myers ve Alpert tarafından ortaya atılmıştır (Yaralıoğlu, 2001). AHS sürecinin teorik gelişimi ise, 1974 ve 1977 yıllarında Profesör Thomas Lorie Saaty tarafından karar verme problemlerinin çözümünde kullanılabilir hale gelmesi için bir model olarak geliştirilmiştir (Saaty, 1987:161). Daha sonra birçok araştırmacı tarafından kullanılarak eksik yönleri ve sorunları belirtilmiş (Belton ve Gear, 1982), bunun üzerine Saaty 1994 yılında düzenlemeleri uygun görerek ideal AHS modeli olarak kabul etmiştir. AHS yöntemi temelinde ikili karşılaştırmalara dayanmakta ve "Hangisi?" sorusuna cevap aramakta (Ünal, 2011: 2) ve alternatiflerinin kıyaslanması, değerlendirilmesi, sıralanması ve seçilmesinde kullanılmaktadır (Chandran vd., 2005: 2235). AHS karar vericilerin karmaşık problemleri, problemin ana hedefi, kriterleri, alt kriterler ve alternatifleri arasındaki ilişkiyi gösteren bir hiyerarşik yapıda modellemelerine imkân sağlayan (Karabıçak vd., 2016; Uzun ve Kazan, 2016), nitel ve nicel yöntemleri bir arada kullanılan çok kriterli karar verme tekniğidir (Russell ve Taylor, 2003: 86).

AHS yöntemi karar verme ve tahminleme yöntemi olup, kararı etkileyen kriterler ve kriterlere göre karar noktalarının önem değerleri açısından, ikili karşılaştırmalar yapılmaktadır. İkili karşılaştırmalar neticesinde kriterler önem değerlerine göre sıralanmaktadır (Turgut, 2015: 73-74). Bu ikili karşılaştırmalar yapılırken birtakım değerlerden yararlanılmaktadır. Bu değerlendirme puanları ve taşıdığı anlamlar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Saaty Tarafından Geliştirilen AHS Önem Ölçeği

Önem Düzeyi	Tanım	Açıklama
1	Eşit Önemli	İki aktivite amaca eşit oranda hizmet etmektedir.
3	Zayıf Önemli	Tecrübe ve yargılar, zayıf olarak iki aktiviteden biri lehinedir.
5	Kuvvetli Önemli	Tecrübe ve yargılar, kuvvetli olarak iki aktiviteden biri lehinedir.
7	Çok Kuvvetli Önemli	Tecrübe ve yargılar, çok kuvvetli olarak iki aktiviteden biri lehinedir.
9	Aşırı Derecede Önemli	Kanıtlar bir aktivitenin diğerinden olabilecek en yüksek seviyede üstün olduğu yönündedir.
2,4,6,8	Ara Değerler	Yukarıdaki değerler arasında kararsız kalındığı durumlarda kullanılacak değerler

Kaynak: Saaty, 1990: 15.

Tablo 1’de yer alan değerler aracılığıyla belirlenen kriterlerin öncelik değerleri hesaplanırken, oluşturulan matrisin her sütununun karşılaştırılmış değerlerinin o sütunun toplamına bölünüp çıkan sonuçların elde edilmesiyle, bu değerlerin satır toplamları alınarak değerlerin satırdaki eleman sayısına bölünmesiyle elde edilmektedir (Sunar vd., 2019). AHS yönteminde karar vericinin yapmış olduğu bu ikili karşılaştırmalardan elde edilen değerleri test edebilmek amacıyla "tutarlılık derecesi belirleme" yöntemi kullanılmaktadır. AHS yönteminde, ikili karşılaştırma matrisleri için hesaplanan "tutarlılık oranı" kabul edilebilir değeri 0,1 ve altında olması gerekmektedir (Ünal, 2011: 6).

AHS yöntemi eğitim, sosyal, ekonomik vb. alanlarda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Zhu vd., 2011:179). Alan yazın incelendiğinde fast food restoran seçiminde (Öztürk, 2019; Siew vd., 2017; Kecek ve Gürdal, 2016), turizm ekonomisi performansı ölçümünde (Sunar vd., 2019), lojistik sektöründe personel seçimi (İlgaz, 2018), şirketlerin finansal performansının ölçülmesinde (Göktolga ve Karakış, 2018), kargo şirketi seçimi (Asoğlu ve Eren, 2018), en iyi personel seçimi (Akdeniz, 2018), ailelerin çocuklar için en iyi eğitim ve öğretim sağlayacak ilkökul seçiminde (Özden, 2008), öğretim üyesi seçiminde (Mamat ve Daniel, 2007), akademik personelin performanslarının ölçülmesinde (Mustaffa ve Kamis, 2007), otomobil seçiminde (Güngör ve İşler, 2005) AHS yöntemini kullanmışlardır.

3. HİZMET KALİTESİ VE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜ

Kalite kavramı, “nasıl oluştuğu” anlamına gelen Latince’deki “*qualitas*” kelimesinden türemiştir (Grönroos, 2004: 100). Türkçe’ye İngilizce’deki “*quality*” sözcüğünden geçmiş olan kalite Türk Dil Kurumu (2019) Büyük Türkçe Sözlüğüne göre “*nitelik*” olarak tanımlanmaktadır. Hizmet kalitesi kavramı ise, “*bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme veya geçebilme yeteneği*” olarak ifade edilmektedir (Odabaşı, 2004: 93). Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere, hizmet kalitesini belirleyen en önemli husus müşteri beklentileridir (Torlak, 1998: 360). Hizmet kalitesinde müşterinin beklentileri ile algılamaları arasındaki karşılaştırma hizmet kalitesini ortaya çıkarmaktadır (Parasuraman vd., 1985: 42).

Hizmet kalitesi beklentileri kişiden kişiye değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri (Eker, 2007: 21), müşteri istek ve beklentilerini kavrayabilmeleri, eksiklikler, beklentiler veya değişen çevre koşullarında kendilerini geliştirebilmeleri için hizmet kalitesini ölçülmesi son derece önemlidir (Yılmaz vd., 2007: 235). Hizmet kalitesinin artırılması, aynı zamanda müşterilere sunulan hizmetin ne derece algıladığını anlamayı ve hizmete daha başka ne gibi özelliklerin eklenebileceğini belirlemeyi içermektedir (Bütün, 2009: 63). Yiyecek-içecek işletmelerinde hizmet kalitesi ile ilgili farklı araştırmacılar tarafından birçok çalışma bulunmaktadır. Bunlardan bazıları;

Akbaş (2019) tarafından yapılan çalışmada hastanelerde çalışan bireylere sunulan yemek hizmetleri kalitesini belirleyen faktörleri ölçümlenmiştir. Araştırmacı sonuç olarak, kullanılan gıda malzemelerinin kalitesi, temizlik, tazelik, pişirme yöntemi, lezzeti, porsiyon büyüklüğü, besin/kalori değeri, görsel sunum ve sunum esnasındaki hijyen koşulları, personelin mesleki özellikleri ve deneyimi olduğunu belirtmiştir. Uçar (2018) yiyecek içecek işletmeleri üzerine yapmış olduğu çalışmada kalite bileşenlerini “ambiyans, personel tutum ve davranışları, gıda kalitesi, hijyen koşulları ve iyi yönetim” olduğunu belirtmiştir. Hanaysha (2016) yiyecek içecek işletmeleri üzerine yapmış olduğu çalışmada hizmet kalitesi bileşenlerini “lezzet, görsel çekicilik, servis hızı, hijyen” olarak belirtmiştir. Shariff vd. (2015) ise çalışmalarında, hizmet kalitesini “mönü zenginliği, görsellik ve sunum, sağlıklı alternatifler sunma, lezzet, uygun sıcaklıkta servis ve kullanılan ürünlerin tazeliği” olarak belirtmiştir. Goyal ve Singh (2007) çalışmalarında yiyecek içecek işletmelerinin hizmet kalitesi boyutlarını “menü zenginliği, lezzet ve gıda kalitesi, ambiyans, hijyen, servis hızı, fiyat ve işletmenin konumu” olarak belirtmişlerdir.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmada, Hatay’ın Arsuz İlçesindeki yiyecek- içecek işletmelerinin hizmet kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının demografik değişkenlere göre AHS yöntemi ile öncelikleri belirlenerek karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın amacına göre oluşturulan anket katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik, hizmet kalitesini ölçmeye yönelik ve hizmet kalitesini boyutlarının ikili karşılaştırma matrisleri olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, gelir düzeyi olmak üzere beş soru bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümü olan hizmet kalitesi ölçeği Aydoğdu, Yaşarsoy ve Dilsiz (2019) çalışmasında kullandığı ölçek araştırmanın amacına uygun olarak uyarlanmıştır. Aydoğdu vd. (2019) tarafından geliştirilen ölçekte işlevsel

kalite (6), teknik kalite (5) ve imaj kalitesi (4) olmak üzere 15 önermeden oluşmaktadır. Bilgin (2017) ve Güripek (2018) çalışmalarından yararlanılarak işlevsel kalite boyutuna 2, teknik kalite boyutuna 1, imaj kalitesi boyutuna 1 olmak üzere toplamda 4 önerme araştırmanını amacına uygun olarak eklenmiştir. Böylece hazırlanan ankette işlevsel kalite (8), teknik kalite (6) ve imaj kalitesi (5) olmak üzere 19 önermeden oluşmaktadır. Hizmet kalitesi ölçeğinin alan yazında daha ayrıntılı boyutlarla ele alan çalışmalar bulunmaktayken, bu üç boyutlu ölçeğin tercih edilme nedeni ise, AHS yöntemiyle ikili karşılaştırma matrislerini oluşturmada anketi dolduran katılımcılar açısından karmaşıklığını azaltarak hata payını en aza indirmektir. Anket formunun ikinci bölümünde 3 boyuttan oluşan 19 ifade için 5'li likert ölçek kullanılmıştır. Bu bağlamda; (1) "Kesinlikle Katılmıyorum", (2) "Katılmıyorum", (3) "Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum", (4) "Katılıyorum" ve (5) "Kesinlikle Katılıyorum" anlamlarını taşımaktadır. Anket formunun üçüncü bölümünde ise hizmet kalitesinin boyutları olan işlevsel kalite, teknik kalite ve imaj kalitesi boyutlarının AHS yöntemi ile önceliklerinin belirlenmesi amacıyla ikili karşılaştırma tablosu yer almaktadır.

Anket çalışması Haziran-Ekim 2019 tarihleri arasında Hatay'ın Arsuz ilçesinin Karaağaç mevkiindeki restoranlarda gerçekleştirilmiştir. Bu bölgenin seçilmesindeki temel neden menülerin zengin olması ve özellikle meze kültürüyle ön plana çıkması ve bu bölgedeki restoranlardaki müşterilerin yoğun ve uzun süre kalmalarıdır. Anketin yapılma tarihlerinin seçilmesi nedeni ise, Arsuz bölgesinin yazlık yer olması ve özellikle okulların tatil süresi boyunca nüfusun artması ve bu restoranların yoğun olmasıdır. Anketler 17 yiyecek-içecek işletmesinin müşterilerine, hem yüzyüze hem de çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmiştir. İşletmelerden izin alınarak müşterilerin restoranı deneyimlemesi sonrası telefonlarına oluşturulan çevrimiçi anket linki telefonlarına yollanarak doldurmaları istenmiştir. Buradaki amaç anketin doldurulması müşteriler ve işletmeler açısından zaman kazandırmak ve rahatsızlık vermemektir. Yüz yüze ve çevrimiçi ortamda elde edilen toplam 346 anket hatalı veya eksik bilgilerin yer aldığı 14 anket verilerin doğru analiz edilmesi açısından çıkartılmıştır. Daha sonra katılımcılar tarafından doldurulan anketin üçüncü bölümündeki ikili karşılaştırma matrislerinin tutarlılık oranları hesaplanarak, bu oranın %10'dan büyük olan 23 anket araştırmaya dâhil edilmeyerek 309 anket verisi istatistik paket programı ile analizleri gerçekleştirilmiştir. AHS yöntemi ile hesaplanan hizmet kalitesinin boyutlarının öncelik değerleri katılımcıların vermiş oldukları cevapların ortalamalarıyla ağırlıklandırma işlemi yapılarak toplam puanları hesaplanmıştır. Bu sayede ağırlıklandırma işlemi ile normal yapılan değerler karşılaştırılarak farklılıklar ortaya konulmuştur.

5. BULGULAR

Katılımcılardan elde edilen veriler istatistik paket programı ile analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz olarak frekans dağılımları, güvenilirlik analizi, Kaiser Meyer Olkin (KMO) ve Bartlett testi, verilerin geçerliliğini belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Demografik değişkenlere göre katılımcıların hizmet kalitesi algılamaları ve hizmet kalitesi boyutları algılamaları katılımcıların ikili karşılaştırma matrislerinden elde edilen değerler ile önem dereceleri hesaplanarak ağırlıklandırılmış ve karşılaştırma yapılmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Bilgileri

CİNSİYET	f	%	AYLIK GELİR	f	%
Erkek	149	48,2	2020TL ve Altı	63	20,4
Kadın	160	51,8	2021TL-3000TL	57	18,4
MEDENİ DURUM	f	%	3001TL-4000TL	f	%
Evli	103	33,3	4001TL-5000TL	44	14,2
Bekâr	206	66,7	5001TL ve Üzeri	58	18,8
YAŞ ARALIĞI	f	%	EĞİTİM DURUMUNUZ	f	%
...-20 yaş	39	12,6	İlköğretim	27	8,7
21-30 yaş	62	20,1	Lise	111	35,9
31-40 yaş	89	28,8	Önlisans/Lisans	98	31,7
41-50 yaş	46	14,9	Lisansüstü	73	23,6
51+...yaş	73	23,6	TOPLAM	309	100

Tablo 2'de katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde %48,2'si erkek, %51,8'i kadın, %33,3'ü evli, %66,7'si bekar, %12,6'sı 20 yaş ve altında, %20,1'i 21-30 yaş aralığında, %28,8'i 31-40 yaş aralığında, %14,9'u 41-50 yaş aralığında, %23,6'sı 51 ve üzeri yaş aralığında, %20,4'ü 2020 TL ve Altı gelir düzeyine, %18,4'ü 2021 TL-3000TL gelir düzeyine, %28,2'si 3001 TL-4000 TL gelir düzeyine, %14,2'si 4001 TL - 5000 TL gelir düzeyine, %18,8'i 5001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu ve %8,7'si ilköğretim düzeyinde, %35,9'u lise düzeyinde, %31,7'u önlisans/lisans düzeyinde, %23,6'sı lisansüstü düzeyde eğitime sahip oldukları görülmüştür.

Faktör analizi yapabilmek için verilerin uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser Meyer Olkin (KMO) testi (Hair vd., 2010) ve değişkenlerin tutarlılığını ölçmek için Bartlett's testi (Çokluk vd., 2012) yapılmıştır.

Tablo 3. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

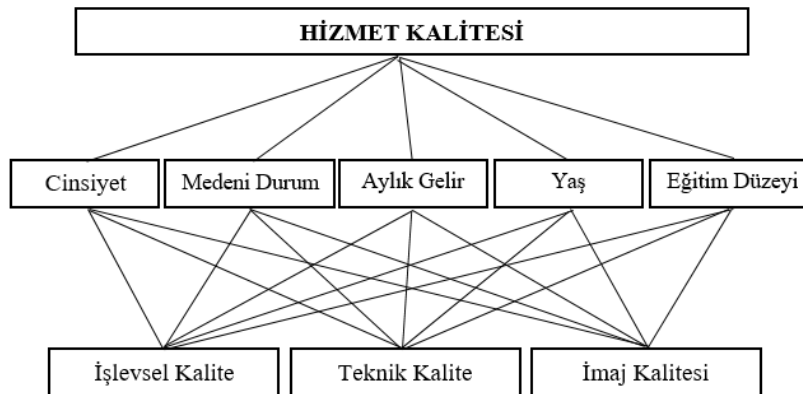
Kaiser- Meyer- Olkin	Ölçütü	0,860
	Yaklaşık Ki-Kare	3181,753
Bartlett Küresellik Testi	df	171
	Anlamlılık	,000

Veriye uygulanan KMO testi sonucu 0,860 olarak hesaplanmıştır. Bu değer verilerin faktörlenebilmesi için gerekli olan $0,50 < KMO$ değerinin üzerinde olması; Bartlett's değeri 0,001'den küçük olduğu için verilerin faktör analizi yapılmasına uygun olduğu kabul edilmektedir.

Tablo 4. Hizmet Kalitesi Ölçeğinin Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Toplam Varyans (%)	
İşlevsel Kalite					
7.Tuvalet, otopark gibi yan hizmetler yeterli düzeydedir	,858			58,627	
5.Yiyecek ve içecek personeli yardımseverdir	,854				
4.Yiyecek ve içecek personeli cana yakındır	,837				
8.Yiyecek ve içeceklerin içerikleri hakkında yeterli bilgi düzeyine sahiptir.	,797				
3.Yiyecek ve içecek personeli güler yüzlüdür	,740				
6.Yiyecek ve içecek personeli temizdir	,720				
1.Yiyecek ve içecek personeli hizmet sunumunda isteklidir	,705				
2.Yiyecek ve içecek personeli hizmet sunumunda yeterlidir	,688				
Teknik Kalite					
12.Sunulan yiyecek ve içeceklerin tat ve lezzetleri güzeldir		,757			
14.Sunulan yiyecek ve içecekler uygun sıcaklıkta servis edilmiştir		,717			
11.Yiyeceklerin ve içeceklerin sunum biçimi oldukça ilgi çekicidir		,678			
10.Sunulan yiyecek ve içeceklerin miktarı uygundur		,659			
9.İşletmenin sunduğu yiyecek ve içecek çeşitliliği yeterlidir		,657			
13.Sunulan yiyecek ve içecekler Hatay mutfak kültürünü yansıtmaktadır		,554			
İmaj Kalitesi					
17.İşletmeyi tanıdıklarına tavsiye ederim			,860		
16.İşletme görünüm açısından temizdir			,802		
18.İşletmeyi tekrar tercih ederim			,790		
19.İşletmenin sunduğu hizmetler oldukça etkileyicidir			,648		
15.Yiyecek ve içecek hazırlanan alanlar temizdir			,513		
Özdeğer	6,480	2,485	2,175		
Açıklanan Varyans (%)	34,103	13,077	11,447		
Cronbach's Alpha	,917	,782	,807	,871	

Tablo 4 incelendiğinde ölçeğin güvenirliliğini test etmek amacıyla yapılan Cronbach's Alpha testi sonucu herhangi bir sorun tespit edilmemiştir. İstatistik analiz paket programı ile yapılan faktör analizi sonucunda 19 önerme 3 faktör altında toplanmıştır. 8 önermeden oluşan işlevsel kalite boyutu ölçekte ölçülmeye çalışılan özelliğin %34,103'ünü açıklamakta, 6 önermeden oluşan teknik kalite boyutu ölçekte ölçülmeye çalışılan özelliğin %13,077'sini açıklamakta ve 5 önermeden oluşan imaj kalitesi boyutu ölçekte ölçülmeye çalışılan özelliğin %11,447'sini açıklamaktadır. Toplamda bu ölçek ölçülmeye çalışılan hizmet kalitesi özelliğinin %58,657'sini açıklamaktadır.



Şekil 1. Demografik Özelliklere Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Karar Hiyerarşisi

Oluşturulan karar hiyerarşisinde hizmet kalitesini ölçülemek amacıyla katılımcıların cinsiyet, medeni durum, aylık gelir, yaş, eğitim düzeyleri kriterler olarak belirlenirken, hizmet kalitesi boyutları olan işlevsel kalite, teknik kalite ve imaj kalitesi alternatifler olarak belirlenmiştir.

Tablo 5. Demografik Değişkenlere Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarının Ortalama Değerleri

Değişken		n	Kriterler ve Ağırlıklandırılmaları			Toplam
			İşlevsel Kalite	Teknik Kalite	İmaj Kalitesi	
Cinsiyet	Erkek	149	4,2584	4,2908	3,3946	4,041
	Kadın	160	4,2250	4,2646	3,4388	4,030
Medeni Durum	Evlü	103	4,3726	4,2443	3,6175	4,133
	Bekar	206	4,1754	4,2937	3,3175	3,987
Yaş	...-20 yaş	39	4,0192	4,2564	3,6872	4,006
	21-30 yaş	62	4,2661	4,4247	3,4387	4,098
	31-40 yaş	89	4,1882	4,3071	3,3101	3,994
	41-50 yaş	46	4,4212	4,2210	3,1565	4,025
	51+...yaş	73	4,2894	4,1621	3,5507	4,054
Aylık Gelir	2020TL ve Altı	63	4,0575	4,1693	3,2317	3,875
	2021TL-3000TL	57	4,2588	4,3246	3,6316	4,114
	3001TL-4000TL	87	4,2917	4,3391	3,3310	4,053
	4001TL-5000TL	44	4,1477	4,2879	3,4318	4,003
	5001TL ve Üzeri	58	4,4181	4,2471	3,5276	4,129
Eğitim Durumu	İlköğretim	27	4,3657	4,3210	3,6074	4,152
	Lise	111	4,2387	4,2748	3,3333	4,011
	Önlisans/Lisans	98	4,1798	4,2806	3,4673	4,024
	Lisansüstü	73	4,2808	4,2603	3,4082	4,044

Tablo 5 incelendiğinde demografik değişkenler olan cinsiyet, medeni durum, yaş, aylık gelir düzeyi, eğitim durumlarına göre işlevsel kalite, teknik kalite ve imaj kalitesi ile ilgili anket formlarında vermiş oldukları cevaplamaların ortalama değerleri yer almaktadır.

Tablo 6. Demografik Değişkenlere Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarının Ağırlık Değerleri

Değişken		n	Kriterler ve Ağırlıklandırılmaları		
			İşlevsel Kalite	Teknik Kalite	İmaj Kalitesi
Cinsiyet	Erkek	149	0,255	0,405	0,337
	Kadın	160	0,309	0,396	0,290
Medeni Durum	Evlü	103	0,301	0,396	0,298
	Bekar	206	0,274	0,402	0,320
Yaş	...-20 yaş	39	0,288	0,403	0,305
	21-30 yaş	62	0,298	0,396	0,311
	31-40 yaş	89	0,268	0,396	0,332
	41-50 yaş	46	0,302	0,376	0,317
	51+...yaş	73	0,280	0,424	0,292
Aylık Gelir	2020TL ve Altı	63	0,287	0,399	0,311
	2021TL-3000TL	57	0,266	0,407	0,323
	3001TL-4000TL	87	0,282	0,378	0,335
	4001TL-5000TL	44	0,265	0,437	0,294
	5001TL ve Üzeri	58	0,309	0,401	0,285
Eğitim Durumu	İlköğretim	27	0,296	0,384	0,314
	Lise	111	0,270	0,412	0,315
	Önlisans/Lisans	98	0,298	0,377	0,321
	Lisansüstü	73	0,277	0,420	0,298

Hizmet kalitesi ölçeğinin boyutlarının ağırlık değerleri incelendiğinde erkek ve kadın katılımcılar en fazla teknik kaliteye önem vermektedir. Erkek katılımcılar önem derecesine göre 3 boyuttan en az önem verdikleri işlevsel kalite olurken, kadın katılımcıların en az önem verdikleri ise imaj kalitesi olmuştur. Hizmet kalitesi ölçeğinin boyutlarının katılımcıların medeni durumlarına göre ağırlık değerleri incelendiğinde evli ve bekâr katılımcılar en fazla teknik kaliteye önem vermektedir. Evli katılımcılar önem derecesine göre 3 boyuttan en az önem verdikleri imaj kalitesi olurken, bekâr katılımcıların en az önem verdikleri ise işlevsel kalite olmuştur. Hizmet kalitesi ölçeğinin boyutlarının katılımcıların yaş durumlarına, eğitim durumlarına ve aylık gelir durumlarına göre ağırlık değerleri incelendiğinde bütün katılımcılar en fazla teknik kaliteye önem vermektedir.

Tablo 7. Demografik Değişkenlere Göre Hizmet Kalitesi Boyutlarının Ağırlıklandırılmış Ortalama Değerleri ve Toplam Puanları

Değişken		Kriterler ve Ağırlıklandırmaları			Toplam Puanı
		İşlevsel Kalite	Teknik Kalite	İmaj Kalitesi	
Cinsiyet	Erkek	1,085	1,737	1,143	3,967
	Kadın	1,305	1,688	0,997	3,991
Medeni Durum	Evli	1,316	1,680	1,078	4,074
	Bekar	1,144	1,726	1,061	3,931
Yaş	...-20 yaş	1,157	1,715	1,124	3,997
	21-30 yaş	1,271	1,752	1,069	4,092
	31-40 yaş	1,122	1,705	1,098	3,927
	41-50 yaş	1,335	1,587	1,000	3,922
	51+...yaş	1,201	1,764	1,036	4,002
Aylık Gelir	2020TL ve Altı	1,164	1,663	1,005	3,833
	2021TL-3000TL	1,132	1,760	1,173	4,065
	3001TL-4000TL	1,210	1,640	1,115	3,966
	4001TL-5000TL	1,099	1,873	1,008	3,981
	5001TL ve Üzeri	1,365	1,703	1,005	4,073
Eğitim Durumu	İlköğretim	1,292	1,659	1,132	4,084
	Lise	1,144	1,761	1,049	3,955
	Önlisans/Lisans	1,245	1,613	1,113	3,972
	Lisansüstü	1,185	1,789	1,015	3,990

Restoranların hizmet kalitesi boyutlarının ağırlıklandırılmış ortalamaları ile hesaplanan toplam puanları yer almaktadır. Tablo 7’de yer alan demografik değişkenlere göre hizmet kalitesi boyutlarının ortalama değerleri cinsiyete göre toplam hizmet kalitesi algısı erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek iken, ağırlıklandırılmış hizmet kalitesi algıları kadın katılımcıların hizmet kalitesi algıları erkek katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır.

Katılımcıların restoranların hizmet kalitesi algılamaları ve ağırlıklandırılmış hizmet kalitesi algılamaları medeni durumlarına göre sıralama değişiklik göstermemektedir.

Katılımcıların restoranların hizmet kalitesi algılamaları yaş durumlarına göre sıralama 21-30 yaş, 51 ve üzeri yaş, 41-50 yaş, 20 yaş ve altı, 31-40 yaş şeklindedir. Katılımcıların ağırlıklandırılmış hizmet kalitesi algılamaları yaş durumlarına göre sıralama 21-30 yaş, 51 ve üzeri yaş, 20 yaş ve altı, 31-40 yaş, 41-50 yaş şeklindedir.

Katılımcıların restoranların hizmet kalitesi algılamaları aylık gelir durumlarına göre sıralama 5001TL ve Üzeri, 2021TL-3000TL, 3001TL-4000TL, 4001TL-5000TL, 2020TL ve altı şeklindedir. Katılımcıların ağırlıklandırılmış hizmet kalitesi algılamaları aylık gelir durumlarına göre sıralama 5001TL ve Üzeri, 2021TL-3000TL, 4001TL-5000TL, 3001TL-4000TL, 2020TL ve altı şeklindedir.

Katılımcıların restoranların hizmet kalitesi algılamaları ve ağırlıklandırılmış hizmet kalitesi algılamaları eğitim durumlarına göre sıralama İlköğretim, Lisansüstü, Önlisans/Lisans, Lise şeklindedir.

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Araştırmada Hatay’ın Arsuz İlçesindeki yiyecek- içecek işletmelerinin hizmet kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının demografik değişkenlere göre AHS yöntemi ile öncelikleri belirlenerek karşılaştırılması amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda Aydoğdu vd. (2019) tarafından geliştirilen ölçek baz alınmış, Bilgin (2017) ve Güripek (2018) çalışmalarından önermelerde eklenerek ölçek uyarlanmıştır. Oluşturulan bu anketin geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Anketin boyutları olan işlevsel kalite, teknik kalite, imaj kalitesi boyutlarının önceliklerinin belirlenmesi için AHS yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların hizmet kalitesi ölçeği boyutları algılamaları ile boyutların ağırlıklandırıldıktan sonra toplam hizmet kalitesi değerleri karşılaştırılmıştır.

Bireylerin herhangi bir konu hakkında görüşleri veya algılamaları farklılık göstermektedir. Bu farklılık dışında ise, kullanılan ölçek boyutlarının da kişiden kişiye göre önem dereceleri de farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle çok kriterli karar verme yöntemleri en doğru kararı vermede oldukça kullanılan yöntemlerdendir. Bu yöntemlerle herhangi bir seçim yaparken öznel görüşe dayalı hatayı en az paya indirebilmek ve en doğru veriye, bilgiye ulaşmayı amaçlanmaktadır. Ağırlıklandırma ile hizmet kalitesinin boyutlarının önem derecelerine göre hesaplanması daha ayrıntılı ve daha güvenilir bilgi almamızı sağlamaktadır.

Araştırmada sonuç olarak toplam hizmet kalitesi algılamaları ağırlıklandırma işlemi sonrası katılımcıların cinsiyet, yaş durumu, gelir düzeyi durumuna göre sıralamalarında değişiklik gösterirken, medeni durum ve eğitim durumlarına göre sıralamada değişiklik göstermemiştir. Bu durum herhangi bir konuda hata payını en aza indirmek ve en doğru kararı verebilmek amacıyla ölçeklerde kullanılan boyutlarda kendi aralarında ikili karşılaştırmalara tabi tutulmalıdır. Gelecek çalışmalar için ise, hizmet kalitesi, hizmet kalitesi beklentileri ile deneyimleme kalitesini karşılaştıran çalışmalarda, müşteri memnuniyeti, tekrar ziyaret etme niyeti gibi çok boyutlu olabilecek çalışmalarda etki veya ilişki ölçerken ağırlıklandırma işleminin etkisinin ölçülmesi, bu ve buna benzer çalışmaların aynı veya farklı bir yerde, farklı zaman aralıklarıyla çalışmalar yapılması elde edilen bulgu ve sonuçların bu çalışma ile karşılaştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, E. (2019). *Hastane Çalışanlarının Yemek Kalitesi Algısını Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Akdeniz, E. (2018). Ahp Yöntemi İle Bir İşletmede En İyi Çalışanın Seçilmesi: BT Sektöründe Bir Organizasyon İncelemesi. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 31(1).
- Asoğlu, İ., ve Eren, T. (2018). AHP, TOPSIS, PROMETHEE Yöntemleri ile Bir İşletme için Kargo Şirketi Seçimi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 102-122.
- Belton, V. ve Gear, T. (1982). On a Shortcoming of Saaty' s Method of Analytic Hierarchies. *Omega*, 11(3): 226-230
- Bütün, H. (2009). Hizmet İşletmelerinde Kalitenin Önemi ve Servqual Tekniği, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Chandran, B., Golden, B. ve Wasil, E. (2005). Linear Programming Models for Estimating Weights in the Analytic Hierarchy Process, *Computers & Operations Research*, 32(9), 2235-2254
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik, Spss ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi, 122.
- Eker, E. (2007). *Hizmet Süreci Kalitesindeki Değişimlerin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisinin Servqual Yöntemiyle Ölçümü ve Servis Hizmetlerine Yönelik Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi.
- Goyal, A., ve Singh, N. (2007). Consumer Perception About Fast Food in India: An Exploratory Study. *British Food Journal*, Vol.109, No.2, 182-195.
- Göktolga, Z. G., Ve Karakış, E. (2018). Bireysel emeklilik şirketlerinin finansal performanslarının bulanık AHP ve VIKOR yöntemi ile analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 92-108.
- Grönroos, C. (2004). The relationship marketing process: communication, interaction, dialogue, value. *Journal of business & industrial marketing*, 19(2), 99-113.
- Güngör, İ. ve İşler, D. B. (2005). Analitik Hiyerarşi Yaklaşımı İle Otomobil Seçimi, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, s. 21-33.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis a global perspective*. New Jersey: Pearson.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40.
- Ilgaz, A. (2018). Lojistik Sektöründe Personel Seçim Kriterlerinin Ahp Ve Topsis Yöntemleri İle Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(32), 586-605.
- Karabıçak, Ç., Boyacı, A.İ., Akay, M.K., Özcan, B. (2016). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ve Karayolu Şantiye Yeri Seçimine İlişkin Bir Uygulama, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 106-121.

- Kecek, G., ve Gürdal, H. (2016). Determination of Preference Ranking of Fast Food Companies with Analytic Hierarchy Process: An Application in Dumlupınar University. *European Journal of Business and Management*, Vol.8, No.5, 28-34
- Mamat, N. J. Z. ve Daniel, J.K. (2007). Statistical Analyses on Time Complexity and Rank Consistency Between Singular Value Decomposition and The Duality Approach in AHP: a Case Study of Faculty Member Selection, *Mathematical and Computer Modeling*, 46 (7-8): 1099-1106.
- Mustaffa, W. S. W. ve Kamis, H. (2007). *Prioritizing Academic Staff Performance Criteria in Higher Education Institutionsto Global Standards*, 13. Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Avustralya.
- Odabaşı, Yavuz (2004). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*, 4. Baskı, İstanbul, Sistem Yayıncılık.
- Özden, Ünal H. (2008). Analitik Hiyerarşi Yöntemi İle İlkokul Seçimi, *Marmara Üniversitesi, İ. İ. B. F. Dergisi*, Cilt 24, 1, 299-320.
- Öztürk, A. (2019). “Fast Food Restoranlarının Tercih Edilmesinde Etkili Olan Faktörlerin Ahs Metodu İle Önceliklendirilmesi”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3): 2679-2695.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A. ve Berry, Leonard L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol.49, Fall, pp. 41-50.
- Russell, R.S. ve Taylor, B.W. (2003). *Operations Management*. 4th Edition, PrenticeHall, New Jersey
- Saaty, T. (1972). *An Eigenvalue Allocation Model for Prioritization and Plannig Energy Managment and Policy Center*. Universty of Pennsylvania.
- Saaty, T. (1990). How to make A Decision: The Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operational Research*, 48(1): 9-26
- Saaty, T. (1990). How to make A Decision: The Analytic Hierarchy Process. *European Journal of Operational Research*, 48(1): 9-26.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. Pittsburg: RWS Publications
- Shariff, S. N. F. B. A., Omar, M. B., Sulong, S. N. B., Majid, H. A. B. M. A., Ibrahim, H. B. M., Jaafar, Z. B. ve Ideris, M. S. K. B. (2015). The Influence of Service Quality and Food Quality Towards Customer Fulfillment and Revisit Intention. *Canadian Social Science*, 11(8), 138-144.
- Siew, L. W., Wai, C. J., ve Hoe, L. W. (2017). Analysis on the Preference of Fast Food Restaurants with analytic Hierarchy Process Model. *International Journal of Psychology and Cognitive Science*, 3(6), 72-76
- Sunar, H., Ateş, A. ve Yılmaz, R. (2019). Türkiye Turizm İstatistiklerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Performans Değerlendirmesi ve Karşılaştırılması, 3. *Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi* (Futourism 2019) Bildiriler Kitabı 26-28 Eylül 2019 - Mersin/TÜRKİYE, 354-359.
- Torlak, Ö. (1998). Hizmet Kalitesini İyileştirmede Belediye Hizmet Kullanıcılarının Şikayet Sürecinin Düzenlenmesi, *Kamu Yönetiminde Kalite 1. Ulusal Kongresi*, 26- 27.Mayıs, Ankara, TODAİE Yayın No. 289, I. Cilt, 357-370.
- Turgut, E. Ç. (2015). *Tedarik Zinciri Yönetiminde AHP ve Bulanık AHP Yöntemi Kullanılarak Tedarikçilerin Performansının Ölçülmesi, Yeni Yöntem Önerileri ve Uygulamaları*, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Endüstri İşletmeciliği Programı Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Türk Dil Kurumu. (TDK). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 10.11.2019.
- Uçar Z. (2018). Kalite Bileşenlerinin Yönetimsel Bakış Açısıyla Tespiti: Lokanta/Restoran İşletmelerine Yönelik Keşifsel Bir Araştıma, *BMIJ*, 6(3): 331-345.
- Uzun, S. ve Kazan, H. (2016). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden AHP TOPSIS ve PROMETHEE Karşılaştırılması: Gemi İnşada Ana Makine Seçimi Uygulaması, *Journal of Transportation and Logistics*, 1(1), 99-113. İstanbul.

Ünal, Ö. F. (2011). Analitik Hiyerarşi Prosesi ve Personel Seçimi Alanında Uygulamaları, *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C.3, S.2, 18-38.

Yaralıoğlu, K. (2001). Performans Değerlendirmede Analitik Hiyerarşi Prosesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 16(1), 129-142.

Yılmaz, V., Çelik H.E., Depren B. (2007). Devlet ve Özel Sektör Bankalardaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 8 (2) 2007, 234-248.

Zhu, F. ve Liu, Y. (2011). Assessment of the information disclosure level about government website through AHP-TOPSIS method, 2011 International Conference of Information Technology, *Computer Engineering and Management Sciences*, 29 December, China.