

Hizmet Beklentilerinin Kuşaksal Pazarlama Bağlamında Farklılaşması: Konaklama Sektörü Üzerine Bir Araştırma¹ (The Differentiation of Service Expectations in the Context of General Marketing: A Research on the Hospitality Sector)

Sena ALTIN^a Mehmet BAŞ^b

^a Kayseri Üniversitesi, Pınarbaşı Suna Yalçın Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Bölümü, Kayseri, Türkiye. sena.altin@kayseri.edu.tr

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Ankara, Türkiye. mehmet.bas@hbv.edu.tr

| MAKALE BİLGİSİ | ÖZET |
|--|--|
| Anahtar Kelimeler: Kuşaklar Hizmet Pazarlaması Hizmet Beklentileri Konaklama İşletmeleri | Amaç – Çalışmada X, Y ve Z kuşak tüketicilerin konaklama işletmelerindeki hizmet beklentileri arasındaki farklılıkların ortaya konması ve işletmelere beklentileri karşılaştırarak gelecekteki stratejilerini belirlemekte yol gösterici olmak amaçlanmaktadır. Yöntem – Çalışmanın örneklem grubunu Ankara ilinde bulunan X, Y ve Z kuşağını temsil eden tüketiciler oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Verilerin analizi R Programı ve SPSS 23.0 programı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların kişisel özelliklerinin analizi için frekans, yüzde, ortalama, standart sapma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki farklılık ve ilişkileri analiz etmek için Ki- Kare Uyum testi, Ki- Kare Bağımsızlık Testi, Z Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi, İki Yönlü Varyans Analizi kullanılmıştır. Bulgular – Araştırma sonuçlarına göre belirlenen hipotezlerin birçoğu sağlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda X, Y ve Z kuşakları arasında ön büro, kat hizmetleri, mevsimsellik, genel hizmetler ve iş görenler alt boyutları bazında anlamlı bir farklılık olduğu; yeme- içme alt boyutu bazında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Kuşakların cinsiyetlerine göre hizmet beklentileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Kuşakların rezervasyon yapacaklarında kullandıkları araç tercihleri ve ödeme yapacaklarında tercih ettikleri yöntemler arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Kuşakların konaklama işletmelerinde çalışan personelin davranış tutumlarına yönelik beklentileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Tartışma – Konaklama işletmeleri turizm faaliyetleri içerisinde önemli hizmet işletmelerinden biridir. Bu yüzden de işletmelerin tüketicilerin beklentilerine göre hizmetler sunmaları için her kuşağın beklentilerinin ortak ve farklı yönlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Konaklama işletmelerinin hizmet sunumlarını her kuşağın istek, ihtiyaç ve beklentilerine uygun hale getirmeleri, tüketici beklentilerinin karşılanması açısından gerekli önemin verilmesi ve buna uygun şekilde kendilerini revize etmeleri gerekmektedir. |
| Gönderilme Tarihi 5 Eylül 2020 Revizyon Tarihi 15 Kasım 2020 Kabul Tarihi 5 Aralık 2020 | |
| Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi | |
| ARTICLE INFO | ABSTRACT |
| Keywords: Generations Service Marketing Service Expectations Hospitality Businesses | Purpose – In this study, it is aimed to show the searches between the service expectations of X, Y and Z generation consumers in accommodation businesses and to be guiding in determining their future strategies by comparing what is expected to be operated. Design/methodology/approach – The sample group of the study, those representing the X, Y and Z generations in Ankara. The survey method was used as a data collection tool in the study. The analysis of the data was carried out with the R Program and the SPSS 23.0 program. Frequency, percentage, average and standard deviation were used to analyze the personal characteristics of the participants. In the study, Chi-Square Fit Test, Chi-Square Test of Independence, Z Test, One-Way Analysis of Variance, Two-Way Analysis of Variance were used to analyze the relationships and relationships between independent and dependent variables. Findings – Many of the changeable hypotheses were provided according to the research results. In the analysis, there is a meaningful quote on the basis of front office, housekeeping, seasonality, general services and employees between the X, Y and Z generations; There is a writing information on the basis of eating and drinking sub-dimension. It seems that there is a precious value among the service expectations of generations according to their gender. It is seen that there is a significant difference between the preferences of the vehicles used by the generations in their reservations and the methods |
| Received 5 September 2020 Revised 15 November 2020 Accepted 5 December 2020 | |
| Article Classification: Research Article | |

¹ Bu makale Prof. Dr. Mehmet BAŞ danışmanlığında hazırlanan Sena ALTIN' in doktora tezinden uyarlanmıştır.

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Altın, S., Baş, M. (2020) Hizmet Beklentilerinin Kuşaksal Pazarlama Bağlamında Farklılaşması: Konaklama Sektörü Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (4), 4380-4395.

they prefer. As well as there is a significant difference between generations' expectations for the behavior of personnel working in hospitality businesses.

Discussion – Hospitality businesses tourism is one of the third university service businesses. Therefore, the demands of the common and different aspects of the expectations of the enterprises are expected to provide services according to the expectations of their consumers. It may be necessary and appropriate for accommodation businesses to adapt their service offerings to their needs and expectations and to meet the demands of the consumer.
