

**ALANYA'YA GELEN YABANCI
TÜRİSTLERİN TÜRK HAMAMLARINA
İLİŞKİN MEMNUNİYET
ALGILAMALARI**

Doç. Dr. Hulusi DOĞAN
Akdeniz Üniversitesi
Alanya Ticaret ve Sanayi Odası
MYO Müdürü

Tablo 1. Demografik Özellikler

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Yüzde %
Kadın	278	63.27
Erkek	144	36.73
Yaş		
18-25	45	11.73
26-35	137	34.94
36-45	138	35.2
46 ve üstü	71	18.11
Eğitim Durumu		
İlköğretim	77	19.64
Ortaöğretim	164	41.83
Onlisans/Lisans	111	28.31
Lisans üstü	40	10.2
Milliyet		
Rus	136	34.69
Alman	104	26.53
İskandinav	68	17.34
Hollandalı	60	15.3
İngiliz	24	6.12
Hamam Deneyimi		
1 defa	95	24.48
2 defa	136	34.69
3 defa	95	24.48
4 ve daha fazla	64	16.32

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	Değişkenler	Ort	St. Sapma
1	Hanamlarda hizmet kalitesinin daha da artırılması gerektiğini düşünüyorum.	2.84	1.29
2	Hanamlarda hizmette yetersizlikler olduğunu düşünüyorum.	2.75	1.34
3	Hanamlarda acele olaylarının yaşanmadığını düşünüyorum.	3.20	1.26
4	Hanamlarda acele olaylarının yaşanmasına ihtimal vermiyorum.	3.17	1.34
5	Hanamların genel hijyen kurallarına uygun olduğunu düşünüyorum.	3.31	1.20
6	Hanamlarda kullanılan araç gereçlerin hijyenik olduğunu düşünüyorum.	3.30	1.20
7	Hanamlar çalışanlarının kişisel hijyen kurallarına dikkat ettiğini düşünüyorum.	3.29	1.30
8	Hanamlar çalışanlarının yabancı dil bilgisi:ni yeterli olduğunu düşünüyorum.	3.45	1.24
9	Hanamlar çalışanlarının insan ilişkileri konusunda yeterli olduğunu düşünüyorum.	3.50	1.17
10	Türk hanamları:ni yeter:nce iyi olduğunu düşünüyorum.	3.15	1.07
11	Türk hanamları:ni dünya çapında bir marka haline getirebileceğini düşünüyorum.	3.60	1.00
12	Türk hanamları:ni turizmde bir marka unsuru olması gerektiğini düşünüyorum.	3.75	1.10
13	Türk hanamları:nda kültürel değerler içeren müzik yayını da olması gerektiğini düşünüyorum.	3.70	1.16
14	Türk hanamları:ni dünyada ayrıcalıklı bir yere sahip olduğunu düşünüyorum.	3.62	1.10
15	Masajın Türk hanamlarında hizmetin önemli bir parçası olduğunu düşünüyorum.	3.75	1.09
16	Masaj verilen hizmetin kalitesini daha da artırmaktadır.	3.55	1.18
17	Hanamlarda alınan hizmetin genel olarak memnuniyet kazandırıyor.	3.03	1.28
18	Hanamları:ni Türk turizm sektöründe önemli bir yere ve etkiye sahip olduğunu düşünüyorum.	3.35	1.13
19	Türk hanamları:ni mimarı açıdan özgün buluyorum.	3.35	1.13
20	Türk hanamları:nda kullanılan kıyafet verilen hizmete özgünlük katmaktadır.	3.42	1.07

Tablo 3. Faktör Analizi

Değişkenler	Ort.	Alpha	P
Marka Değeri	3,69	0,85	0.001
Hizmet Kalitesi	2,99	0,88	0.001
Hijyen	3,26	0,85	0.001
Özgünlük ve Memnuniyet	3,34	0,80	0.001
İşgören Yeterliliği	3,48	0,74	0.001

Tablo 5. Cinsiyete Değişkenine Göre T Testi Sonuçları

Araştırma Değişkenleri	Erkek		Kadın		T-Testi Analizi		
	X	SS	X	SS	F	t	P
İşgören Yeterliliği	3.42	1.076	3.52	1.077	0.046	-	0.830
	n:148		n:244			-0.839	
Özgünlük ve memnuniyet	3.27	0.826	3.39	0.899	0.112	-	0.039*
	n:148		n:244			-1.295	
Hijyen	3.17	1.000	3.17	0.994	0.067	-	0.795
	n:148		n:244			-1.441	
Hizmet Kalitesi	3.07	1.150	2.95	1.121	0.616	-	0.012*
	n:148		n:244			0.960	
Marka değeri	3.60	1.835	3.74	0.884	0.019	-	0.891
	n:148		n:244			-1.638	

*p<0.05

Tablo 6. Eğitim ve Yaş Durumlarına Göre ANOVA Testi Sonuçları

Bağımlı	Eğitim Durumu	Eğitim Durumuna Göre					Yaş Grupları	Yaş Gruplarına Göre				
		Mean	St. Dev.	Mean Square	F	Sig.		Mean	St. Dev.	Mean Square	F	Sig.
İşgören yeterliliği	İlköğretim	3.77	1.28	4.856	4.71	0.076*	15-25	3.55	1.18	2.735	2.79	0.049*
	Ortaöğretim	3.73	1.04	1.13			26-35	3.35	1.28	1.147		
	Çoköğretim	3.38	0.99				36-45	3.67	1.10			
	Lisansüstü	3.50	0.88				46 ve üstü	3.35	1.11			
Özgünlük ve memnuniyet	İlköğretim	3.23	0.97	5.48	7.55	0.000*	15-25	3.35	1.29	0.271	0.25	0.790
	Ortaöğretim	3.41	0.81	0.736			26-35	3.28	1.29	0.765		
	Çoköğretim	3.06	0.86				36-45	3.35	1.12			
	Lisansüstü	3.70	0.75				46 ve üstü	3.75	1.74			
Hijyen	İlköğretim	3.16	1.03	1.54	1.55	0.000*	15-25	3.41	1.13	0.97	1.58	0.400
	Ortaöğretim	3.22	1.00	0.971			26-35	3.15	1.13	0.995		
	Çoköğretim	3.27	0.99				36-45	3.31	1.15			
	Lisansüstü	3.56	0.91				46 ve üstü	3.25	1.56			
Hizmet Kalitesi	İlköğretim	3.04	1.20	1.636	1.28	0.003*	15-25	2.75	1.15	3.873	2.16	0.035*
	Ortaöğretim	2.87	1.17	1.254			26-35	2.85	1.13	1.265		
	Çoköğretim	3.14	1.09				36-45	3.17	1.17			
	Lisansüstü	2.97	0.93				46 ve üstü	3.37	1.17			
Marka değeri	İlköğretim	3.83	1.03	2.615	3.53	0.012*	15-25	3.75	1.13	0.873	1.16	0.340
	Ortaöğretim	3.77	0.84	0.779			26-35	3.61	1.18	0.752		
	Çoköğretim	3.78	0.80				36-45	3.65	1.15			
	Lisansüstü	3.07	0.69				46 ve üstü	3.85	1.19			

*p<0.05

Boyutlar	Hannam Deneyimine Göre						Milliyeye Göre					
	Hannam Deneyimine	Mean	St. Dev.	Mean Square	F	Sig.	Milliyeye	Mean	St. Dev.	Mean Square	F	Sig.
İşgören yeterliliği	1 Defa	3.17	1.26	2.15	11.36	0.000*	Akarsu	3.93	1.04	4.237	7.75	0.005*
	2 Defa	3.31	1.01	1.074			Hollanda	3.69	1.22	1.123		
	3 Defa	3.91	0.87				Rusya	3.64	1.02			
	4 ve daha fazla	3.71	0.25				İngiltere	2.85	0.94			
Özgünlük ve memnuniyeti	1 Defa	2.92	0.34	8.412	11.97	0.000*	İsveç	3.46	1.00			
	2 Defa	2.2	1.8	0.002			Akarsu	3.09	0.96	2.667	3.30	0.037*
	3 Defa	3.67	1.73				Hollanda	3.46	0.91	0.744		
	4 ve daha fazla	3.55	1.56				Rusya	3.3	0.96			
Hijyen	1 Defa	2.97	1.03	6.465	6.79	0.000*	İngiltere	3.33	0.77			
	2 Defa	3.15	1.39	0.937			İsveç	3.53	0.42			
	3 Defa	3.2	0.34				Akarsu	3.25	0.32	2.271	2.31	0.047*
	4 ve daha fazla	3.67	0.31				Hollanda	3.20	1.17	0.937		
Hizmet Kalitesi	1 Defa	2.73	1.07	5.742	4.39	0.004*	Rusya	3.47	1.10			
	2 Defa	2.3	1.08	1.232			İngiltere	2.67	0.80			
	3 Defa	3.12	1.31				İsveç	3.43	0.92			
	4 ve daha fazla	3.34	1.13				Akarsu	2.86	0.92	1.297	1.31	0.400
Marka Değeri	1 Defa	3.28	1.00	12.37	18.65	0.000*	Hollanda	2.96	1.07	1.282		
	2 Defa	3.02	1.10	0.664			Rusya	3.07	1.25			
	3 Defa	3.91	1.64				İngiltere	3.32	1.13			
	4 ve daha fazla	4.15	0.42				İsveç	2.96	1.16			
	1 Defa	3.28	1.00	12.37	18.65	0.000*	Akarsu	3.78	0.82	2.431	3.30	0.011*
	2 Defa	3.02	1.10	0.664			Hollanda	3.07	0.84	0.732		
	3 Defa	3.91	1.64				Rusya	3.67	0.97			
	4 ve daha fazla	4.15	0.42				İngiltere	3.09	0.82			
	1 Defa	3.28	1.00	12.37	18.65	0.000*	İsveç	3.57	0.72			
	2 Defa	3.02	1.10	0.664			Akarsu	3.78	0.82	2.431	3.30	0.011*
	3 Defa	3.91	1.64				Hollanda	3.07	0.84	0.732		
	4 ve daha fazla	4.15	0.42				Rusya	3.67	0.97			

*p<0.05

Araştırma Boyutları

- İşgören Yeterliliği
- Özgünlük
- Hijyen
- Hizmet Kalitesi
- Marka Değeri

“Çok Yıkanan Çok Memnun” Ya da
“Memnun Kaldıkça Daha Çok Yıkan”

- Tüm boyutlarda, “hamam deneyimi” arttıkça ortalamalar yükselmektedir.

- Eğitim seviyesi yükseldikçe

“ışgören yeterliliği”,
“özgünlük ve memnuniyet”
ile “marka değeri”

boyutlarına ilişkin ortalamalar
düşmektedir.

Yaş arttıkça “hizmet kalitesi”ne ilişkin memnuniyet yükselmektedir.

Yani yaşlılara oranla, genç turistler hizmet kalitesini daha yetersiz bulmaktadırlar.

“ışgören yeterliliğı” Boyutu

Hollandalılar (en çok memnun),

İngilizler (en az memnun).

“Özgünlük” boyutu

Ruslar (en çok memnun)

Almanlar (en az memnun)

“Hijyen” boyutu

Ruslar (en çok memnun)

İngilizler (en az memnun)

“marka değeri” boyutu

Hollandalılar (en çok memnun),

İngilizler (en az memnun)

Türk Hamamlarının

- “dünyada ayrıcalıklı bir yere” sahip olduğu,
- “dünyada bir marka olabileceği” ve
- “özgün yapılar olduğu” görüş ve inancı

Eksiklikler ve Sorunlar;

- “hijyen”,
- “personel yeterliliği” ve
- “taciz olayları”

MASAJ

- “Masaj hizmeti” turistler tarafından büyük ilgi görmekte,
- Hizmet kalitesini artırmada önemli bir rol oynadığı ve
- Masajın Türk hamamlarında önemli bir yere sahip olduğu düşünülmekte

ÖZGÜN BULUNAN UNSURLAR

- “Kıyafetlerin özgünlüğü”,
- “mimarının özgünlüğü” ve
- “dünyada ayrıcalıklı bir yere sahip olması” gerektiğine olan inanç.

ÖNERİMİZ

- İşletmeler bu özgünlüklerini korumalı ve daha belirgin şekilde yansıtacak farklılıklar yaratmalı

BİR BAŞKA ÖNERİ

- “Türk hamamlarında kültürel ezgiler içeren müzik yayını da olması gerektiğini düşünüyorum” önermesi özgünlük noktasında işletmeciler tarafından dikkate alınabilecek bir başka öneri.

YA BAŞKA?

Hamamlarda hizmeti veren personelin

**“mesleki bilgi”,
“insan ilişkileri” ve
“yabancı dil”**

konusunda donanımlarının artırılması

BİZİ BEKLEYEN ARAŞTIRMALAR

- Milliyetler açısından memnuniyet farklılıklarının nedenleri/gerekçeleri araştırılmalı,
- Yaşlı ve genç turistler arasındaki memnuniyet farklılıklarının nedenleri araştırılmalı,
- Turistlerin eğitim düzeyleri açısından memnuniyet farklılıklarının nedenleri araştırılmalı
- Bu ve benzer araştırmaların periyodik olarak yinelenmesi,
- Taraflar arasında daha aktif bir işbirliği,
- Araştırma sonuçları ve bilimsel çıktılar doğrultusunda etkin strateji ve politikaların geliştirilmesi



❖ TEŞEKKÜRLER