

# KALİTE YÖNETİM SİSTEMLERİ VE TÜKETİCİNİN KORUNMASI DUYARLILIĞI: İSTANBUL'DAKİ 5 YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA[\*]

Göksel Kemal GİRGIN<sup>\*\*</sup>

## ÖZ

**Problem Durumu:** Bu araştırmanın temel problemi, kalite yönetim sistemi uygulamalarının, tüketici hakları ve dolayısıyla tüketicinin korunması ile arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi (KYS), işletme içi (içsel) ve işletme dışı (dışsal) faydalardan, finansal ve insan kaynakları yönetimine katkıları bakımından birçok olumlu etkileri bulunmaktadır. Ancak yapılan yazın taraması sonucunda tüketicinin korunması yönünün üzerinde çok fazla durulmadığı belirlenmiştir.

**Araştırmanın Amacı:** Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde uygulanan kalite yönetim sistemlerinin tüketicilerin korunması üzerindeki etkilerinin ortaya konulmasından hareketle tüketicinin korunması açısından yapılması gerekenlerin öneriler şeklinde ortaya konulmasıdır.

**Yöntem:** İstanbul'da faaliyet gösteren ISO 9001:2008 KYS sertifikasına sahip 20 adet 5 yıldızlı otel işletmesine anket uygulanmıştır. Kullanılan anket formunda işletmelerin ISO 9001:2008 KYS'ni uygulamadaki başarılarını ölçmek ve bu sertifikaya sahip işletmelerin tüketici haklarının korunmasına yönelik duyarlılıklarını tespit etmek için hazırlanmış likert tipi (5'li) sorular ve anketin uygulandığı işletmeye ve katılımcıya ait özelliklerin tespiti için hazırlanmış çoktan seçmeli sorular bulunmaktadır. Yapılan anket sonucunda elde edilen veriler ise SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Science) paket programı ile analiz edilmiştir.

\* Bu çalışma "Kalite Yönetim Sistemleri ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığı: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

\*\* Arş. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi

**Bulgular ve Sonuçlar:** Başarılı bir şekilde uygulanan ISO 9001:2008 KYS'nin tüketici haklarının korunması duyarlılıklarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda, KYS ile Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı (Tİ-TEH), Seçme Hakkı (SH), Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı (TEÖSDH), Tazminat Hakkı (TH) ve Tüketici Eğitimi Hakkı (TEH) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Öneriler:** ISO 9001:2008 KYS'nin başarısında, işletmede istihdam edilen personelin (en alt kademeden en üst kademeye kadar) bu sistem hakkında bilgilendirilmesi ve bu sistemi benimsemelerinin sağlanması oldukça önemlidir. İşletmeler bu konuya hassasiyetle yaklaşmalıdır. Ayrıca günümüz rekabet koşullarında, işletmeler, sadece kendi menfaat ve anlık karlılıklarını düşünmemeli, aynı zamanda tüketicilerin haklarını ve çıkarlarını da göz önünde bulundurmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite, Toplam Kalite Yönetimi, Kalite Yönetim Sistemleri, ISO 9000, Tüketici, Tüketici Hakları, Tüketicilik, Tüketicinin Korunması, İstanbul, 5 Yıldızlı Oteller.

## Quality Management Systems And Sensivity Of Consumer Protection: An Application At Five-Star Hotels In Istanbul

### ABSTRACT

**Problem Situation:** The main problem of this research is to determine the relationship between the quality management system applications and consumer rights, in other words consumer protection. ISO 9000 Quality Management System (QMS) has many positive effects in terms of internal (endogenous) and non-business (external) benefits, and also contribution to managements of financial and human resources. However, it was found that little attention had been paid to consumer protection when examining prior related researches in the literature.

**The Aim of the Study:** The aim of this study is to make recommendations about the actions that have to be done by managements in terms of consumer protection by way of determining the effects of quality management systems on the protection of consumers in the hotel managements.

**Method:** The questionnaire was applied at twenty 5-star hotels in İstanbul which were certified with ISO 9001:2008 QMS. The questionnaire items used in the form were rated using a 5-point Likert Scale, ranging from "never (1)" to "always (5)"

in order to measure managements' success about application of ISO 9001:2008 QMS and to determine their sensitivity through the protection of consumer rights. There are also multiple-choice questions for the determination of the characteristics of the participants and managements. The data obtained from the survey conducted were analyzed with the SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Science) software package.

**Findings and Results:** As a result of the research, statistically significant and positive correlation has been found between QMS and “the right to satisfaction of basic needs”, “the right to choose”, “the right to be heard”, “the right to redress”, “the right to education”.

**Recommendations:** Informing employees of the managements (from the lower stage to the upper stage) about this system and providing adoption of them to this system are very important and essential for the success of ISO 9001:2008 QMS. Managements should approach to this issue in a sensitive manner. Also in today's competitive conditions, managements should not only think of their own interests and instant profitability, but also should take into account the rights and interests of consumers.

**Key Words:** Quality, Total Quality Management, Quality Management Systems, ISO 9000, Consumer, Consumer Rights, Consumerism, Consumer Protection, Istanbul, 5 Star Hotels.

## GİRİŞ

Her geçen gün önemini arttıran ISO 9000'in bu önemini kazanmasında en büyük pay Avrupa Birliği'dir. Çünkü birlik içerisinde imzalanan anlaşma gereği, katılımcı ülkeler arasındaki ticarete sadece ISO 9000 standardının kullanılmasına karar verilmiştir (Al-Asiri, 2004, 12). Avrupa'daki bu yaygın kullanım, kıta içerisinde birçok ülkede ISO 9000'e olan talebi artırmış ve ISO 9000 sertifikası, Avrupa Birliği'ne üye ülkelerle iş yapmak isteyen işletmeler için bir pasaport haline gelmiştir.

Kalite Yönetim Sistemleri, müşterilere beklentilerinin karşılanacağı noktada güvence vermeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Bu tasarımın bekleneni verebilmesi için; müşterilerin ürün ya da hizmetten bekledikleri hakkında doğru bilgi toplanması sağlanmalı ve kalitenin bütün aşamalar (tasarım, ürün, satış vb) için geçerli olduğu gözden uzak tutulmamalıdır (Çağlar ve Kılıç, 2006, 117).

Hırslı bir şekilde satış ve karlarını artırmak isteyen işadamları genellikle etik olmayan iş uygulamalarına yönelebilmektedirler. Bunlar; arızalı ürün satışı, eksik hizmet verilmesi, haksız ve kısıtlayıcı ticaret uygulamalarının benimsenmesi, fahiş fiyat, güvenli olmayan, tehlikeli, sahte mal ve hizmetlerin sunulması ve yanıltıcı ve aldatıcı reklamlara düşkünlük olarak sayılabilir (Verma ve Nanda, 2007: 74).

Tüketicilik ve tüketicinin korunması kavramı ise her ne kadar yeni gibi görünse de tarihi gelişimi eski çağlara, Hammurabi Kanunlarına kadar uzanmaktadır. Bu ve bundan sonraki tüketicinin korunması ile ilgili eski düzenlemelerde yiyeceklerin saflığının korunmasına ve ölçülerde dürüstlüğü sağlanmasına ilişkin düzenlemeler bulunmaktadır (Tiryaki, 2006, 5). Günümüze geldiğinde ise, 1962 yılında Kennedy'nin "Tüketici Hakları Bildirgesi"nde tüketicinin korunması için ortaya konan güvenlik, bilgi edinme, seçme ve temsil edilme-sesini duyurma hakkı gibi temel tüketici hakları belirlenmiştir. Daha sonra da Birleşmiş Milletler tarafından bu haklara ilaveler yapılarak tüketicinin korunması konusunda olumlu gelişmeler sağlanmıştır.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde konunun daha iyi anlaşılabilmesi için kalite, toplam kalite yönetimi, ISO 9001:2008 KYS, tüketici hakları ve tüketicinin korunması kavramları açıklanmıştır.

### 2.1. Kalite ve Toplam Kalite Yönetimi (TKY)

Kalitenin kökü oldukça belirgin olmakla birlikte, bunu açıklamak genellikle zordur. Cusins (1994, 26) bu zorluğu şöyle ifade etmektedir: "Ben, kalite nasıl tanımlanır bilmiyorum, ama ortada kalite yokken biliyorum". Bu sözler, kaliteyi tam olarak tanımlamanın zorluğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, kalitenin tanımı ve algılaması, her kişinin değerleri ve bakış açısına bağlı olarak bireyler arasında farklılık gösterir (Kwong, 2008, 13).

Kalite, toplam kalite yönetiminin önde gelen gurularından olan Juran tarafından kullanıma uygunluk (Kuei ve Lu, 1997, 25; Aydın, 2007, 262; Çekirge, 2009, 2; Sharabi ve Davidow, 2010, 190), Deming tarafından müşterilerin gelecekteki beklentilerinin doğru tahminine göre yapılan yenilikler olarak tanımlanmakta (Aydın, 2007, 262; Çekirge, 2009, 2), Japon Standartlar Enstitüsü (JIS) ise kaliteyi, ürün veya hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketici hizmetlerine cevap veren bir üretim sistemi olarak tanımlamaktadır (Çoban, 2004, 86).

Kalitenin tanımlanmasının ardından ISO 9001:2008 KYS'ne geçmeden önce Toplam Kalite Yönetimi (TKY)'nin açıklanmasında fayda vardır. Çünkü ISO 9001:2008 KYS'nin temelinde toplam kalite anlayışı yatmaktadır.

TKY kısaca, mükemmelliği elde etmek için bir yönetme sanatı olarak tanımlanmaktadır (Moghaddam ve Moballeghi, 2008, 912). TKY yine kısaca, müşterilerin tatmin ya da memnun edilmesini amaçlayan kapsamlı bir yönetim anlayışı olarak tanımlanmıştır (Moreno-Luzon ve Peris, 1998, 339; Jabnoun, 2002, 184). Khan'a (2003, 375) göre ise TKY; gerçek üretim maliyetini en aza indirirken müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik süreklilik odaklı bir kültürdür.

## 2.2. Kalite Yönetim Sistemleri (ISO 9001:2008 KYS)

ISO standartları başlangıçta, tedarikçilerinden bu gereksinimleri takip etmelerini ve daha sonra ilgili sertifikayı elde etmelerini talep eden Avrupalı üreticiler tarafından kullanılmıştır (Greetham, 2010, 14). İlk olarak Avrupa'da geniş kabul görmüş bu kalite yönetim standardı, pek çok ülkede iş yapmak için bir pasaport haline gelmiştir (Boiral ve Roy, 2007, 226; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130).

ISO 9000 doğası gereği teknik değildir ve bu nedenle belirli bir sanayi ya da belirli bir ürüne yönelik değildir (Zhu ve Scheuermann, 1999, 294; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130). Aksine, bu standartlar müşteri beklentilerini ve taleplerini karşılamak için kullanılan hususi işlemsel usullerin ve yönetsel eylemlerin belgelendirilmesini gerektirir (Zhu ve Scheuermann, 1999, 294). Her şirketin, kendi özel koşulları ve ihtiyaçları ile mükemmel uyumlu olacak ISO 9000 standartları gereklerine dayalı kendi sistemini tasarlaması gerekmektedir (Poksinska, Eklund ve Dahlgaard, 2006, 491; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130). Ayrıca, ISO 9000 sertifikasyonu, ürünlerin / hizmetlerin kalitesini garanti etmemekte, daha ziyade işletme süreçlerinin belirli prosedürlere uygun bir şekilde yerine getirilmesini sağlamaktadır (Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010, 130).

## 2.3. Tüketici Hakları ve Tüketicinin Korunması

1962 yılında John F. Kennedy, tüm dünya için bir dönüm noktası teşkil edecek 4 tüketici hakkını açıklayarak, tüketici haklarının devletçe korunması gereğini ortaya koymuştur. Bu haklar (Estes, 1971, 6; Brunk, 1973, 12; Sigband, 1974, 7; İlban, 2002, 16; Quazi, 2002, 37; Reisch, 2004, 14; Mert, 2007, 13; Al-Ghamdi vd., 2007, 72; Mayer, 2008, 115; Özel, 2008, 295; Throne-Holst ve Strandbakken, 2009, 384; Cohen, 2010, 238; Mierzwinski, 2010, 580):

- Güvenlik Hakkı (GH)
- Bilgi Edinme Hakkı (BH)
- Seçme Hakkı (SH)
- Temsil Edilme ve Sesini Duyurma Hakkı (TEÖSDH)'dir.

Tüketicinin korunmasına yönelik genel hareketlenme Birleşmiş Milletler Örgütü'nü de etkilemiştir. Bu etkilenme neticesinde BM, 1985 yılında “Tüketicinin Korunması Hakkındaki Prensipleri” kabul etmiştir. Bu prensipler doğrultusunda BM tarafından “Evrensel Tüketici Hakları” tüm dünyaya duyurulmuştur. Kennedy tarafından ortaya konulan 4 tüketici hakkına ilave haklar şunlardır (İlban, 2002, 17; Wilkinson-Eno, 2005, 6; Pham, 2006, 14; Mert, 2007, 13; Özel, 2008, 295):

- Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı (TİTEH)
- Tazminat Hakkı (TH)
- Tüketici Eğitimi Hakkı (TEH)
- Sağlıklı Bir Çevre Hakkı (SÇH)

Dar anlamada tüketicinin korunması, tüketicinin alışverişlerde ödediği paranın tam karşılığını mal veya hizmet olarak alması (Mert, 2007, 6; Kırkbir ve Cengiz, 2008, 56), yani tüketicinin kötü ticari hizmetlerden korunması demektir (Peters ve Muraleedharan, 2008, 2137). Geniş anlamda tüketicinin korunması ise; tüketici ile üretici arasındaki ilişkiyi belirleyen gerekli idari, teknik, hukuki ve ekonomik önlemlerdir (Mert, 2007, 6). Tüketicinin korunması sadece ürün güvenliği ve bilginin dağıtılması (yayılmaması) için değil, aynı zamanda satın alma gücü, üretim öncelikleri, bankacılık politikası ve diğer konular için de geçerlidir (McMannon, 1994, 8).

### 3. YÖNTEM

Kalite Yönetim Sistemleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, bu sistemlerin sadece işletmeler için olan önemine, sağladığı faydalara ve uygulama zorluklarına değinildiği tespit edilmiş ve bu sistemlerin tüketicileri ilgilendiren boyutları ile ilgili eksiklikler olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, kalite yönetim sistemleri, tüketici hakları, tüketicilik ve tüketicinin korunması gibi konularda ağırlıklı olarak yabancı kaynaklar ve az sayıda yerli kaynaktan faydalanılarak gerekli literatür oluşturulmaya çalışılmıştır. Başarılı bir şekilde yürütülen Kalite Yönetim

Sistemlerinin uluslararası düzeyde belirlenen tüketici haklarının korunmasına yönelik duyarlılığını tespit etmek amacıyla anket oluşturulmuştur. Bu anket aracılığıyla elde edilen veriler istatistiki yöntemlerle analiz edilmiştir. Bu bölümde araştırma yöntemine ilişkin bilgiler verilmektedir.

### 3.1. Araştırmanın Modeli

Kalite Yönetim Sistemleri konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde, çalışılan konuların genellikle KYS'nin işletmelere sağladığı yararlar ve bu sistemin uygulanmasında karşılaşılan zorluklar üzerine olduğu anlaşılmaktadır (Ör. Rayner ve Porter, 1991; Marquardt, 1992; Prasad ve Naidu, 1994; Buttle, 1996; Carlson ve Carlson 1996; Buttle, 1997; Jones vd., 1997; Mo ve Chan, 1997; Lee, 1998; Brown, Van Der Wiele ve Loughton, 1998; Huarng vd., 1999; Beattie ve Sohal, 1999; Casadesus ve Giménez, 2000; Gotzamani ve Tsiotras, 2002; Casadesus ve Karapetrovic, 2005b; Casadesus ve Karapetrovic, 2005a; Casadesus ve Karapetrovic, 2005c; Singh vd., 2006; Fotopoulos, Psomas ve Vouzas, 2010; Keating ve Harrington, 2002). Fakat yukarıda belirtilen çalışmalar ve bu çalışmalara ilave olarak kalite yönetim sistemleri ile ilgili yapılan sınırlı sayıdaki çalışmaların içeriğinde çok kısa da olsa tüketici haklarını ilgilendiren bazı bilgilere değinilmiştir.

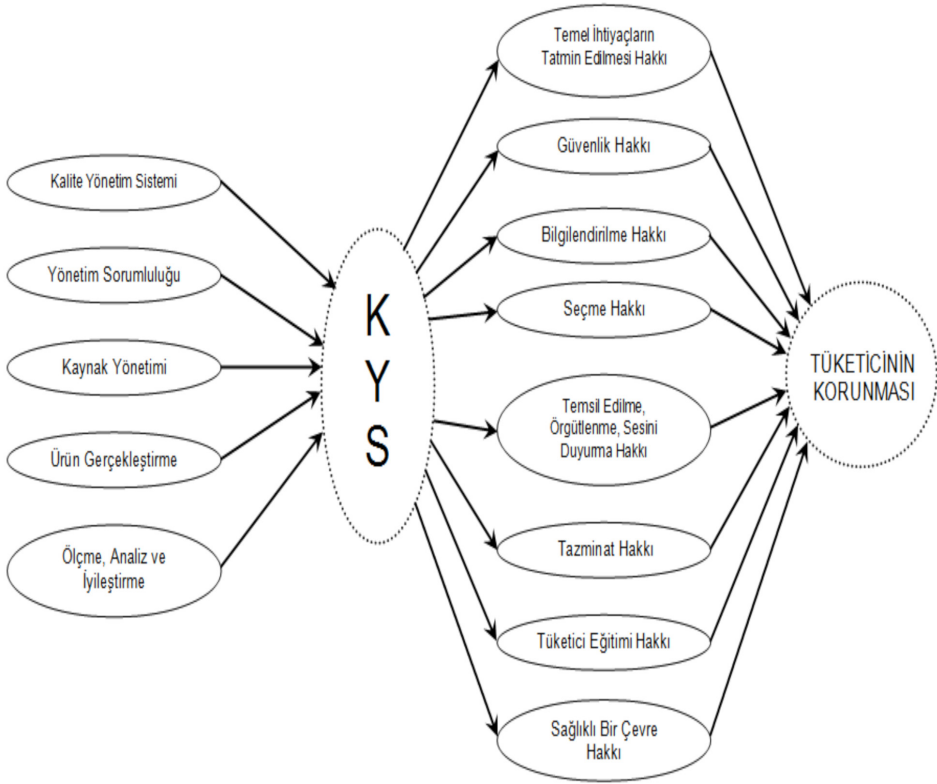
Laux'un (2007) yapmış olduğu çalışmada, bir KYS'nin müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasına katkı sağladığı belirtilmiştir. Yine Akın vd.'nin (1998) Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi ile ilgili çalışmalarında, kalite sisteminin etkin bir şekilde işleyişini gösterdikleri kalite hal-kasında, tüketici gereksinimlerinin belirlenmesinin alıcıya ulaşan kaliteyi etkilediğini ifade etmişlerdir.

Gaedeke (1969) ve Udo-Aka'nın (1974) tüketiciliğin uluslararasılaşması ile ilgili yaptıkları çalışmada, ISO'nun bilgilendirici etiketleme konusunda tüketicinin korunmasına katkısı olduğuna yer verilmiştir. Buttle (1996) ve Buttle (1997)'nin yaptıkları çalışmada KYS'nin, işletmelerin verdikleri bilgiler hakkında tutarlılık sağladığı ve dolandırıcılık / hile konusunda tüketicileri koruduğu belirlenmiştir. Gotzamani ve Tsiotras da (2002) KYS sayesinde işletmelerin tüketicilerle daha iyi iletişim kurma imkanına sahip oldukları ifade edilmiştir. Yine Ertuğrul (2006), Halis (2008) ve Halis'in (2010) ISO 9001:2008 KYS'nin yararlarına değindikleri çalışmada, tüketici tatmininin sağlanmasında hızlı iletişimin önemine vurgu yapılmıştır.

Al-Ghamdi, Sohail ve Al-Khaldi (2007), tüketiciyi koruma kuruluşlarına yönelik bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırma sonucunda, tüketicinin genel

memnuniyetinde, bu kuruluşların belirlemiş olduğu hedeflerin ve rollerin etkisinin büyük olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, işletmelerin de bu kuruluşların belirlemiş oldukları hedefler konusunda duyarlı olmaları sayesinde müşteri memnuniyetlerinin artırılmasında katkı sağlayacaktır. Singh vd. (2006) ISO 9000 serilerine yönelik yaptıkları çalışmada, bu standartların çevre şikayetlerini azaltma etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir.

“Kalite Yönetim Sistemi”, “Tüketici Hakları” ve “Tüketicinin Korunması”na ilişkin süreç, araştırma modelinin oluşturulmasında önemli bir rol oynamıştır. Araştırma amacı temel alınarak şekil 1’deki araştırma modeli oluşturulmuştur.



Şekil 1. Kalite Yönetim Sistemlerinin Tüketici Haklarını Koruması ve Tüketicinin Korunması Duyarlılığına İlişkin Araştırma Modeli



Yapılan bu araştırma ile benzer bir çalışmanın bulunmaması sebebiyle kalite yönetim sistemleri ile ilgili yapılmış çalışmalardan ve Birleşmiş Milletler tarafından belirlenmiş tüketici haklarından yola çıkarak, kalite yönetim sistemlerinin tüketicinin korunması duyarlılığını açıklayabileceği öngörülen aşağıdaki hipotezlerin test edilmesi, konunun açıklığa kavuşturulması için oldukça önemlidir.

## HİPOTEZLER

- **Hipotez 1:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 2:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Güvenlik Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 3:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Bilgilendirilme Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 4:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Seçme Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 5:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 6:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Tazminat Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 7:** Kalite Yönetim Sistemleri ile “Tüketici Eğitimi Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.
- **Hipotez 8:** Kalite Yönetim Sistemleri ile tüketicinin “Sağlıklı Bir Çevre Hakkı” arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

### 3.2. Araştırmanın Evreni

Araştırma evreni olarak İstanbul ilinde faaliyet göstermekte olan 5 yıldızlı otel işletmeleri yöneticilerinin seçilmesinin nedeni, büyük ölçekli otel işletmelerinin küçük ölçekli otel işletmelerine nazaran daha kurumsallaşmış ilkelere ve belirli bir sistematığe dayalı olarak yönetimlerinin gerçekleştirilmesi ve İstanbul ilindeki otel işletmelerin hem turistik amaçlı ziyarette bulunan hem de iş-toplantı amaçlı kişiler tarafından tercih edilmesi ve bunun yanı sıra 12 ay hizmet vermesi gibi sebeplerle tüketici tatmininin daha ön planda tutulması varsayımdır. Ayrıca araştırmada ISO 9001:2008 KYS'nin tüketicinin korunması duyarlılığının tespit edilmesi amaçlandığı için Uygunluk Sertifikası'na sahip olmayan işletmeler evrenin dışında bırakılmıştır.

Buradan yola çıkarak araştırma evreninin tespit edilmesi amacıyla bilgi edinme kanunu kapsamında İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden İstanbul'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinin listesi istenmiş ve 47 adet 5 yıldızlı otel işletmesinin bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırma evreninin tespiti için yapılan araştırma sonucuna göre 47 otelin 20'sinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla araştırmanın evreni, İstanbul'da faaliyet gösteren ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip 20 adet 5 yıldızlı otel işletmelerinden oluşmaktadır. Evrenin tamamı ulaşılabilir bir sayı olduğu için evrenin tamamından anket yoluyla veriler toplanmıştır.

### 3.3. Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Kalite Yönetim Sistemlerinin tüketicinin korunması duyarlılığını ortaya koyma amacına yönelik yapılan bu araştırmada veri toplanması için anket tercih edilmiştir. Anketin oluşturulması için kalite yönetim sisteminin başarılı bir şekilde yürütülüp yürütülmediğini ortaya koyan iç tetkik soruları ve tüketici hakları ile ilgili literatür taraması sonucu elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır. Bu bilgilerden yola çıkarak verilerin toplanması amacıyla anket formu geliştirilmiştir.

Anket 4 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, otel işletmelerinin tüketici haklarını koruma düzeylerinin tespit edilmesine çalışılmış ve tüketici hakları ile ilgili yapılmış çalışmalardan (Estes, 1971; Pham, 2006; Mert, 2007; Throne-Holst ve Strandbakken, 2009) yararlanılmıştır. İkinci bölümde otel işletmelerinin kalite yönetim sistemini uygulamadaki başarısının ortaya konması hedefine ulaşabilmek için ISO 9001:2008 KYS iç tetkik sorularından faydalanılmıştır. Üçüncü bölümde, araştırma evrenini oluşturan otel işletmelerinin özellikleri ve son olarak dördüncü bölümde ise katılımcıların sosyo-demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Otel işletmelerinin tüketici haklarını koruma düzeylerinin belirlenmesine yönelik 34 ifade ve kalite yönetim sisteminin başarısını ölçen 98 ifade belirlenmiştir. Bu ifadelerin değerlendirilmesinde “Likert Tipi Beşli Derecelendirme” kullanılmıştır.

### 3.4. Verilerin Analizi ve Güvenilirlik

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin değerlendirilmesinde ve analizinde SPSS 19.0 (Statistical Package for the Social Science) programından yararlanılmıştır. Bu amaçla anket formlarından elde edilen veriler bilgisayar ortamında SPSS programına kaydedilmiş ve verilerin analizi yapılmıştır. Araştırmaya katılan işletmeler ve katılımcılara ait bilgiler yüzde ve frekans değerleriyle analiz edilmiştir. Bununla birlikte otel işletmelerinde tüketici haklarının korunması düzeyleri ve kalite yönetim sistemlerinin başarı düzeyleri yine frekans ve yüzde dağılımları verilerek değerlendirilmiştir.

Güvenilirlik analizi, herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin, kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacı ile kullanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011, 286). Güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha en yaygın kullanılan güvenilirlik katsayısıdır), 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011, 286).

Geliştirilen anket formunun güvenilirliğini belirlemek amacıyla bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu pilot çalışma, Kasım (2012)-Ocak (2013) ayları arasında İstanbul'daki ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışmakta olan ve bu işletmelerdeki KYS'yle ilgilenen 15 kişinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışmanın ön testi yapılmış ve Cronbach Alfa “Kalite Yönetim Sistemi Başarı Ölçeği”nin katsayısı 0,993 ve “Tüketici Haklarının Korunması Ölçeği”nin katsayısı 0,842 bulunmuştur. Bu bağlamda araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anketin güvenilirlik düzeyinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

## 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR

Bu bölümde, ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip 5 yıldızlı otel işletmelerinin tüketici haklarının korunması düzeylerinin belirlenmesi ve KYS'nin tüketicinin korunması duyarlılığının ortaya konulması amacıyla araştırma analizlerine yer verilmiştir.

#### 4.1. Araştırmaya Katılan İşletmelere İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, evreni oluşturan otel işletmelerinin özelliklerinin ortaya konması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda anket formuyla işletmelere yöneltilen yönetim türleri, pansiyon türleri, faaliyet süreleri, yatak kapasiteleri, çalışan personel sayıları ve ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası'na sahip olma süreleri ile ilgili sorulardan elde edilen bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Araştırmaya Katılan İşletmelere İlişkin Bulgular

İşletmeye İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
<b>İşletme Yönetim Türü</b>		
Ulusal Zincir	5	25.0
Uluslararası Zincir	10	50.0
Bağımsız	5	25.0
<b>İşletme Pansiyon Türü</b>		
Oda-Kahvaltı	16	80.0
Herşey Dahil	3	15.0
Tam Pansiyon	1	5.0
Yarım Pansiyon	-	-
<b>İşletme Faaliyet Süresi</b>		
1-5 Yıl	5	25.0
6-10 Yıl	8	40.0
11-15 Yıl	1	5.0
16 Yıl ve üzeri	6	30.0
<b>İşletme Yatak Kapasitesi</b>		
250'den az	6	30.0
250-499 Yatak	7	35.0
500-749 Yatak	3	15.0
750-999 Yatak	1	5.0
1000 Yatak ve üzeri	3	15.0
<b>İşletme Personel Sayısı</b>		
0-49 Personel	-	-
50-249 Personel	13	65.0
250-499 Personel	6	30.0
500 Personel ve üzeri	1	5.0
<b>ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası Sahip Olma Süresi</b>		
0-2 Yıl	5	25.0
3-5 Yıl	10	50.0
6 Yıl ve üzeri	5	25.0

Tablo 1'de görüldüğü gibi, araştırma kapsamındaki 20 işletmenin % 50'si uluslararası zincir işletme olduğu, pansiyon türleri incelendiğinde ise % 80'inin sadece oda-kahvaltı hizmeti ile çalıştığı, faaliyet sürelerine ilişkin verilerin dağılımı incelendiğinde ise 8 otel işletmesinin (% 40.0) 6-10 yıl arası süredir faaliyetlerine devam ettiği tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan otel işletmelerinin yatak kapasitelerinin dağılımına bakıldığında, 7 otel işletmesinin (% 35.0) 250-499 yatak kapasitesine sahip olduğu, otel işletmelerindeki personel sayıları incelendiğinde, % 65'in 50-249 arasında personele sahip olduğu görülmektedir. Tablo 1'de ayrıca otel işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikasına sahip olma süreleri görülmektedir. Tablo incelendiğinde, otel işletmelerinin % 50'sinin 3-5 yıldır bu sertifikaya sahip olduğu görülmektedir.

#### 4.2. Araştırmaya Katılan Kişilere İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Bu amaçla katılımcılara, cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, işletmedeki pozisyonları, otelcilik sektöründeki çalışma süreleri, eğitim durumları ve eğitim alanları ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların bu sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikler

Katılımcıya İlişkin Bilgiler	Sıklık (N)	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	10	50.0
Kadın	10	50.0
<b>Yaş</b>		
21-25 Yaş	5	25.0
26-30 Yaş	5	25.0
31 Yaş ve üstü	10	50.0
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	14	70.0
Bekar	6	30.0
<b>İşletmedeki Pozisyon</b>		
Kalite (Yönetim) Temsilcisi	6	30.0
İnsan Kaynakları Müdürü	3	15.0
Önbüro Müdürü	6	30.0
Pazarlama Müdürü	2	10.0
Diğer	3	15.0
<b>Otelcilik Sektöründeki Çalışma Süresi</b>	<b>Sıklık (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
1-5 Yıl	7	35.0
6-10 Yıl	3	15.0
10 Yıldan fazla	10	50.0
<b>Eğitim Durumu</b>		
Lise	2	10.0
Üniversite	15	75.0
Lisansüstü	3	15.0
<b>Eğitim Alanı</b>		
Mesleki Turizm Eğitimi	7	35.0
Diğer	13	65.0

Tablodan da anlaşılacağı üzere araştırmanın evrenini oluşturan 20 otel işletmesindeki katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları eşittir. Otel işletmelerinde KYS ile ilgilenen çalışanların yaş dağılımlarına bakıldığında ise, % 50'sinin 31 yaş ve üstünde olduğu ve % 70'inin evli olduğu görülmektedir. KYS uygulamalarından sorumlu kişilerin % 30'unun Kalite (Yönetim) Temsilcisi ve yine % 30'unun Önbüro Müdürü olduğu tespit edilmiştir. Yine bu kişilerin % 50'sinin 10 yıldan daha fazla süredir bu sektörde çalıştıkları ve % 75'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu kişilerin mezun oldukları eğitim alanları incelendiğinde ise 7'sinin (% 35.0) mesleki turizm alanında eğitim aldıkları tespit edilmiştir.

### **4.3.Araştırma Alanına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma alanına ilişkin olarak hazırlanmış kapalı uçlu sorularla, araştırmanın evrenini oluşturan otel işletmelerinde Kalite Yönetim Sistemi'nin işletmede başarılı bir şekilde uygulanıp uygulanmadığı, otel işletmelerinin tüketici haklarının korunmasına verdikleri önemi belirlemeye ve son olarak başarılı bir şekilde uygulanan ISO 9001:2008 KYS'nin tüketici haklarının korunması üzerinde duyarlılığının belirlenmesine yönelik sorulardan elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

#### **4.3.1.ISO 9001:2008 KYS'nin Yönetilmesine İlişkin Genel Bulgular**

Araştırmanın bu bölümünde otel işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS uygulamalarının mevcut durumları ve başarıları değerlendirmeye çalışılmıştır. ISO 9001:2008 genel iç tetkik sorularından yola çıkarak oluşturulan “Kalite Yönetim Sistemi Başarı” ölçeği, kalite yönetim sistemi, yönetim sorumluluğu, kaynak yönetimi, ürün gerçekleştirme ve ölçme, analiz ve iyileştirme alt unsurlarından meydana gelmektedir.

Kalite Yönetim Sistemi başarı ölçeğini oluşturan ilk unsur Kalite Yönetim Sistemi (KYS) genel değerlendirmesini oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve bağıl değişkenlik katsayıları Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Kalite Yönetim Sistemi Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar ve Standart Sapmalar

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
Kalite Yönetim Sistemi için ihtiyaç duyulan prosesler ve bunların uygulamaları belirlenir.	4.60	.68	0.148
Proseslerin sırası ve etkileşimi belirlenir ve bunların çalıştırılması ve izlenmesi için gerekli kaynaklar ve bilgiler sağlanır.	4.30	.80	0.186
Proseslerin izleme, ölçme ve analizi yapılır.	4.40	.88	0.200
Proseslerin sürekli iyileştirilmesi için gereken faaliyetler uygulanır.	4.30	.80	0.186
Prosesler standart şartlarına uygun olarak yönetilmektedir.	4.55	.69	0.152
Kuruluş, ürünün şartlara uygunluğunu etkileyen dış kaynaklı proseslerini tanımlar ve bunların kontrolünü de sağlar.	4.45	.76	0.171
Kalite politikası ve kalite hedefleri dokümante edilir.	4.60	.88	0.191
Kalite el kitabı, ISO 9001:2008'de istenen prosedürleri, proseslerin etkin planlanması, uygulanması ve kontrolünü sağlamak için kuruluşun ihtiyaç duyduğu dokümanları, ISO 9001:2008'de istenen kayıtları içerir.	4.55	1.00	0.220
Kuruluş, kalite el kitabını oluşturur.	4.55	.76	0.167
El kitabı, KYS' nin dokümante edilmiş prosedürleri veya bunlara atıflarını içerir.	4.60	.94	0.204
El kitabı, KYS proseslerini ve aralarındaki etkileşimleri içerir.	4.45	1.00	0.225
İlgili kayıtların kontrol yöntemleri tanımlanır ve belirlenir.	4.40	.99	0.225
El kitabı, prosedürler, talimatlar yayınlanmadan önce yeterlilikleri için onaylanır.	4.35	1.04	0.239
Dokümanların gerektiğinde gözden geçirilmesi, güncelleştirilmesi ve tekrar onaylanması, doküman değişikliklerin ve güncel durumunun belirlenmesi sağlanır.	4.55	.94	0.206
Yürürlükteki dokümanların ilgili baskılarının kullanım noktalarında bulundurulması, dokümanların okunabilir olması ve kolaylıkla tanımlanabilmesi sağlanır.	4.70	.73	0.155
Dış kaynaklı dokümanlar belirlenmekte ve dağıtımlarının kontrol altına alınması, güncelliğini yitirmiş dokümanların istenmeyen kullanımının önlenmesi ve herhangi bir amaçla saklanması durumunda uygun bir işaretleme yöntemi uygulanır ve bu hususlar ilgili prosedürde yer alır.	4.65	.59	0.127
Kayıtlar oluşturulup muhafaza edilir.	4.55	.76	0.167
Kayıtlar okunabilir, kolaylıkla ayırt edilebilir ve tekrar ulaşılabilir durumdadır.	4.40	.75	0.170
Kayıtların muhafazası, korunması, tekrar ulaşılabilir olması, saklama süresi ve elden çıkarılması için gereken kontrollerin belirlenmesi amacıyla dokümante edilmiş prosedür oluşturulur.	4.10	.97	0.236
<b>KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ (KYS)</b>	<b>4.48</b>	<b>.67</b>	<b>0.149</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Tablo 3’te “Kalite Yönetim Sistemi Başarı Kriteri” ölçeğinin “Kalite Yönetim Sistemi (KYS)” genel kriterlerinin uygulama düzeyleri görülmektedir. Bu boyuta ilişkin aritmetik ortalamalar incelendiğinde, araştırma evrenini oluşturan 20 işletmenin hepsinin “çoğu zaman” ve “her zaman” düzeyinde bu şartları ve kontrolleri karşıladıkları tespit edilmiştir.

Tablo 3’ten yola çıkarak, KYS boyutuna ait standart sapma değerlerine ilişkin yorumlamalar yapılırken, bağıl değişken katsayısı da dikkate alınarak yorum yapılmıştır. Değişkenlik katsayısı ise aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Tetik, 2012, 290):

V: Bağıl değişkenlik, ss: Standart Sapma,  $\bar{x}$ : Aritmetik Ortalama

$$V = ss / \bar{x}$$

Yukarıdaki formülden hareketle değişkenlik katsayısı hesaplandığında, bulunan değer 0,30’dan küçük ise görüşler arasındaki farkın azaldığı, dolayısıyla cevapların homojen bir yapıya sahip olduğu; eğer bulunan değer 0,30’dan büyükse cevapların heterojen bir yapıda olduğu söylenebilir (Şahin, 2011, 410). Tablo 3’e bakıldığında KYS faktörüne ilişkin tüm önermelerin değişkenlik katsayılarının  $V \leq 0,30$ , yani önermelere ilişkin verilen cevapların homojen bir dağılım gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4, KYS Başarı Ölçeğini oluşturan ikinci alt unsur olan “Yönetim Sorumluluğu (YS)”nu oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve bağıl değişkenlik katsayıları göstermektedir.



**Tablo 4.** Yönetim Sorumluluğu Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
Üst yönetim, kalite politikasını oluşturup müşteri şartlarının ve yasal şartların yerine getirilmesinin öneminin çalışanlarca anlaşılmasını sağlar.	4.20	.89	0.212
Kalite hedefleri oluşturulur.	4.20	1.06	0.252
Yönetim gözden geçirmesi gerçekleştirilir.	4.20	1.06	0.252
Gerekli kaynaklar sağlanır.	4.15	.99	0.238
Üst yönetim, müşteri memnuniyetinin artırılması amacıyla yönelik müşteri şartlarının belirlenmesi ve yerine getirilmesini sağlar.	4.05	1.10	0.272
Üst yönetim, kuruluşun amacına uygun olarak kalite politikasını oluşturur.	4.05	1.05	0.259
Kalite politikası, KYS'nin sürekli iyileştirmesi taahhüdünü içerir.	4.05	1.14	0.281
Kalite politikasının kuruluş içinde iletilmesi, anlaşılması ve sürekli uygunluk için gözden geçirilmesi sağlanır.	4.10	1.16	0.283
Kalite hedefleri, kuruluşun ilgili fonksiyon ve seviyelerinde oluşturulur.	4.05	1.19	0.294
Üst yönetim, KYS planlamasını, bütünlüğünün sürdürülmesini sağlar.	4.15	1.18	0.284
Sorumluluk ve yetkiler üst yönetim tarafından tanımlanıp, kuruluş içinde iletilir.	4.20	1.20	0.286
KYS için gerekli proseslerin oluşturulması, uygulanması ve sürdürülmesi, KYS performansı ve iyileştirilme ihtiyaçları hakkında üst yönetime rapor verilmesi ve kuruluştaki müşteri şartlarının bilincinde olunmasının yaygınlaştırılmasının sağlanması yetki ve sorumluluklarına sahip bir üye temsilci olarak atanır.	4.25	1.07	0.252
Üst yönetim, kuruluş içinde uygun iletişim proseslerinin oluşturulmasını sağlar.	4.25	1.02	0.240
Üst yönetim, KYS'nin verimliliğini sağlamak için iletişimin etkin bir şekilde gerçekleşmesini sağlar.	4.20	.95	0.226
Üst yönetim, kuruluşun KYS'ni planlanan aralıklarda gözden geçirir.	4.35	.87	0.200
Yönetimin gözden geçirme kayıtları muhafaza edilir.	4.30	.98	0.228
Yönetimin gözden geçirmesi ile ilgili girdiler; Tetkiklerin sonuçlarını, müşteri geri beslemesini, proses performansı ve ürün uygunluğunu, önleyici ve düzeltici faaliyetlerin durumunu, önceki yönetim gözden geçirmelerinden devam eden takip faaliyetlerini, KYS'ni etkileyebilecek değişiklikleri, iyileştirme için önerileri, içerir.	4.20	.95	0.226
Yönetimin gözden geçirme çıktısı; KYS ve proseslerin etkinliğinin iyileştirilmesi, müşteri şartları ile ilgili ürünün iyileştirilmesi, kaynak ihtiyaçları ile ilgili karar ve eylemleri içerir.	4.35	.99	0.227
<b>YÖNETİM SORUMLULUĞU (YS)</b>	<b>4.18</b>	<b>.98</b>	<b>0.234</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Tablo 4'te yönetim sorumluluğu (YS) boyutuna ilişkin aritmetik ortalamalar, standart sapmalar ve değişkenlik katsayıları görülmektedir. Kalite Yönetim Sistemi boyutuna ilişkin çizelgede olduğu gibi bu boyuta ait aritmetik ortalamalarının da “çoğu zaman” ve “her zaman” düzeyinde değiştiği ve araştırma evrenini oluşturan 20 otel işletmesinin de yönetim sorumluluğunu ilgilendiren konuları karşıladıkları tespit edilmiştir. Yine tüm önermelerin değişkenlik katsayılarının 0,30'un altında olduğu ve önermelere ilişkin verilen cevapların homojen bir dağılım gösterdiği görülmektedir.

Kalite Yönetim Sistemi'nin yönetilmesine ilişkin diğer bir alt boyut “Kaynak Yönetimi (KY)” boyutudur (Tablo 5).

KY boyutuna ait aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayıları incelendiğinde, verilen önermelere katılım düzeylerinin “çoğu zaman” ve “her

**Tablo 5.** Kaynak Yönetimi Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{X}$	s.s.	V
Kuruluş, KYS için gerekli olan kaynakları belirler ve bu kaynakları sağlar.	4.40	.68	0.154
Ürün kalitesini etkileyen işi yapan personel, eğitim, öğrenim, beceri ve deneyim yönünden yeterlidir.	4.35	.74	0.170
Kuruluş, kaliteyi etkileyen personelin sahip olması gereken nitelikleri belirler.	4.50	.76	0.169
Kuruluş, personel için yeterli eğitimi sağlayıp etkinliğini değerlendirir.	4.60	.68	0.148
Kuruluş, personelinin yaptığı işlerin önemini ve uygunluğunun farkında olmasını sağlar.	4.45	.82	0.184
Kuruluş, eğitim, öğrenim, beceri ve deneyim konusunda uygun kayıtları muhafaza eder.	4.35	.81	0.186
Kuruluş, ürün şartlarında uygunluğu sağlamak için gerekli olan alt yapıyı belirler ve bu alt yapıyı sürdürür.	4.55	.60	0.132
Kuruluş, ürün şartlarında uygunluğu sağlamak için gerekli olan çalışma ortamını belirler ve bu ortamı yönetir.	4.45	.76	0.171
<b>KAYNAK YÖNETİMİ (KY)</b>	<b>4.46</b>	<b>.63</b>	<b>0.141</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

zaman” arasında değişiklik gösterdiği görülmektedir. Kaynak yönetimi boyutu değişkenlik katsayıları 0,30'dan küçüktür ve önermelere verilen yanıtlar homojen bir dağılım göstermektedir.

Tablo 6, ürün gerçekleştirme (ÜG) boyutunun aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayılarını göstermektedir.

**Tablo 6.** Ürün Gerçekleştirme Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	S.S.	v
Kuruluş, ürünün gerçekleştirilmesi için gerekli prosesleri planlar ve geliştirir.	4.45	.69	0.155
Kuruluş, ürün gerçekleştirme planlamasında; kalite hedefleri ve ürün için şartları belirler.	4.35	.81	0.186
Proseslerin ve ilgili dokümanların oluşturulması sağlanır.	4.25	.79	0.186
Ürüne özgü gerekli doğrulama, geçerli kılma, izleme, muayene ve deney faaliyetleri ve ürün kabulü için kriterler oluşturulur ve ilgili kayıtlar belirlenir.	4.35	.67	0.154
Kuruluş, teslim ve teslim sonrası faaliyetler için şartlar da dahil olmak üzere müşteri tarafından belirtilmiş olan şartları, müşteri tarafından beyan edilmeyen ancak belirtilen veya tanımlanan veya amaçlanan kullanım için gerekli olan şartları, ürünle ilgili yasal mevzuat şartlarını, ilave şartları belirler.	4.25	.85	0.200
Kuruluş ürüne bağlı şartları gözden geçirir.	4.20	.69	0.164
Bu gözden geçirme kuruluşun müşteriye ürünü sağlamayı taahhüt etmesinden önce yapılır.	4.40	.60	0.136
Bu gözden geçirme; Ürün şartlarının tanımlanmasını, önceden ifade edilenlerden farklı olan sözleşme veya sipariş şartlarının çözülmesini, kuruluşun tanımlanan şartları karşılama yeterliliğine sahip olmasını içerir.	4.50	.51	0.113
Gözden geçirme ve bu gözden geçirmeden kaynaklanan faaliyetlere ait sonuçların kayıtları muhafaza edilir.	4.55	.51	0.112
Kuruluş; tadiller de dahil olmak üzere ürün bilgisi, başvurular, sözleşmeler veya sipariş alımı, müşteri şikayetleri de dahil olmak üzere müşteri geri beslemesi ve müşterilerle iletişim için gerekli düzenlemeleri belirleyerek uygular.	4.70	.47	0.100
Seçme, değerlendirme ve tekrar tekrar değerlendirme için kriterler oluşturulur	4.60	.60	0.130
Değerlendirme sonuçları ve bu değerlendirme sonucu olarak ortaya çıkan gerekli faaliyetlerin kayıtları tutulur.	4.55	.60	0.132
Satın alma bilgisi satın alınacak ürünü açıklar.	4.50	.61	0.135
Satın alma bilgileri uygun olduğunda, ürün onayı prosedürleri, proses ve donanım için şartları, personelin niteliği için şartları, KYS şartlarını içerir.	4.40	.75	0.170
Kuruluş, satın alınan ürünün uygunluğu için muayene ve diğer faaliyetleri oluşturup uygular.	4.50	.61	0.135
Kuruluş, kontrollü şartlar altında üretim ve hizmet sağlamayı planlı bir şekilde yürütür.	4.60	.60	0.130
Kuruluş ürünü, ürün gerçekleştirilmesi boyunca uygun yollarla tanımlanır.	4.65	.49	0.105
Kuruluş, izlenebilirlik bir şart olduğunda ürünün belirlenmesini sağlayıp kayıt eder.	4.80	.41	0.085
Kuruluş, kullanım için veya ürünü oluşturacak şekilde birleştirmek için sağlanan müşteri mülkiyetini tanımlayıp, doğrulayıp, koruma ve güvenliğini sağlar.	4.80	.41	0.085
Herhangi bir müşteri mülkü kaybolursa, zarar görürse veya kullanım için uygun olmayan hale geldiğinde bu durum müşteriye raporlanıp, kayıtları muhafaza edilir.	4.75	.44	0.092
Kuruluş yapılacak izleme ve ölçmeyi ürünün belirlenen şartlara uygunluğunu kanıtlamak için gereken izleme ve ölçme cihazlarını belirler.	4.55	.51	0.112
Kuruluş, izleme ve ölçmelerin yapılabilmesini ve bunların izleme ve ölçme şartları ile tutarlı olmasını sağlayacak prosesleri oluşturur.	4.35	.49	0.113
Geçerli sonuçların sağlanması için gerekli olduğu yerlerdeki ölçme teçhizatı; belirli aralıklarla veya kullanımdan önce uluslar arası veya ulusal referans ölçme standartlarına göre izlenebilir ölçme standartları ile kalibre edilir veya doğrulanır.	4.45	.51	0.115
Bu cihazlar kullanım, taşıma, bakım ve depolama sırasında hasar ve bozulmalara karşı korunur.	4.60	.50	0.109
Kuruluş, teçhizatın şartlara uygunluğu bulunmadığı durumlarda daha önceden yapılmış ölçüm sonuçlarının geçerliliğini değerlendirip kaydeder.	4.60	.50	0.109
Kuruluş, bu durumdan etkilenen teçhizatı ve ürün hakkında uygun tedbiri alır.	4.70	.47	0.100
Kalibrasyon ve doğrulama sonuçlarının kayıtları tutulur.	4.40	.60	0.136
<b>ÜRÜN GERÇEKLEŞTİRME (ÜG)</b>	<b>4.51</b>	<b>.42</b>	<b>0.093</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

ÜG boyutuna işletmelerin katılım düzeyleri önceki boyutlarda olduğu gibi “çoğu zaman” ve “her zaman” arasında değişmektedir. Ölçeğin genel değişkenlik ortalaması da (0,093) 0,30’un altında hesaplanmış ve önermelere verilen yanıtların homojen bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Ölçme, Analiz ve İyileştirme (ÖAİ) boyutuna ait standart sapma, aritmetik ortalama ve değişkenlik katsayıları Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7.** Ölçme, Analiz ve İyileştirme Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{X}$	s.s.	V
Kuruluş, ürünün ve KYS'nin uygunluğu ve etkinliğinin sürekli iyileştirilmesi için, gerekli olan izleme, ölçme, analiz ve iyileştirme proseslerini planlar ve uygular.	4.55	.60	0.132
Ölçme, analiz ve iyileştirme prosesleri istatistik teknikler ve uygulanabilir metodlar belirlenerek yapılır.	4.60	.60	0.130
Kuruluş, müşteri memnuniyetini ölçüp, değerlendirmesini yapar.	4.65	.49	0.105
Kuruluş, planlı aralıklarla iç tetkikleri gerçekleştirir.	4.65	.49	0.105
Tetkik programı, geçmiş tetkiklerin sonuçları da dahil olmak üzere, tetkik edilecek alanların ve proseslerin önem ve durumları dikkate alınarak planlanır	4.65	.49	0.105
Tetkikçilerin seçimi ve tetkikin uygulanması, prosesin objektifliğini ve tarafsızlığını sağlar.	4.60	.50	0.109
Tetkikçiler kendi işlerini de kontrol eder.	4.55	.76	0.167
Takip faaliyetleri, alınan tedbirlerin doğrulanması ve doğrulama sonuçlarının raporlanmasını da kapsar.	4.70	.47	0.100
Kuruluş, KYS proseslerinin izlenmesi ve uygulanabilen durumlarda ölçümü için uygun metodları uygular.	4.60	.50	0.109
Planlanmış sonuçlar başarısızlığında, ürünün uygunluğunu sağlamak için gerektiğinde düzeltmeler ve düzeltici faaliyetler başlatılır.	4.60	.50	0.109
Kuruluş ürün şartlarının yerine getirildiğini doğrulamak için ürünün karakteristiklerini izler ve ölçer.	4.70	.47	0.100
Bu doğrulama ürün gerçekleştirme prosesinin uygun aşamalarında planlanan düzenlemelere göre gerçekleştirilir.	4.70	.47	0.100
Kabul kriterleri ile birlikte uygunluk kanıtları muhafaza edilir.	4.80	.41	0.085
Kayıtlar, ürünün serbest bırakılmasında yetkili kişi/kişilerin onayına sahiptir.	4.50	.76	0.169
Müşteri tarafından onaylanmadıkça, ürünün serbest bırakılması veya hizmet sunumunun gerçekleştirilmemesi sağlanır.	4.45	.82	0.184
Kuruluş, uygun olmayan ürün ile ilgili olarak tespit edilen uygunsuzluğu gidermek için tedbir alır.	4.35	.81	0.186
Mümkün olduğunda müşteriyle mutabakatla uygun olmayan ürünün kullanımı, serbest bırakılması veya kabulü için yetkilendirme yapılır.	4.35	.81	0.186
Uygunsuzlukların yapısı ve sonra alınan tedbirlere ait kayıtlar muhafaza edilir	4.40	.75	0.170
Uygun olmayan ürün düzeltildiğinde şartlara uygunluğunu göstermek için ürün yeniden doğrulanmaya tabi tutulur.	4.30	.92	0.214
Kuruluş, KYS'nin etkinliğini ve uygunluğunu göstermek ve KYS'nin etkinliğinin sürekli iyileştirilmesinin nerelerde yapılabileceğini değerlendirir için uygun verileri belirleyerek, toplayıp, analiz eder.	4.50	.83	0.184
Kuruluş, kalite politikasını, kalite hedeflerini tetkik sonuçlarını, verilerin analizini, düzeltici ve önleyici faaliyetleri ve YGG toplantılarını kullanmak yolu ile KYS'nin etkinliğini sürekli iyileştirir.	4.75	.44	0.093
Kuruluş, tekrarını önlemek amacıyla uygunsuzlukların sebeplerini giderecek düzeltici faaliyetleri başlatır.	4.70	.47	0.100
Düzeltilici faaliyet ile ilgili dokümanite edilmiş bir prosedür bulunur.	4.60	.50	0.109
Bu prosedür, müşteri şikayetleri dahil olmak üzere uygunsuzlukların gözden geçirilmesi, uygunsuzlukların nedenlerinin belirlenmesi, uygunsuzlukların tekrarını önlemek için faaliyet ihtiyacının değerlendirilmesi, gereken faaliyetlerin belirlenmesi ve uygulanması, başlatılan faaliyetin sonuçlarının kayıtları, başlatılan düzeltici faaliyetin gözden geçirilmesi için şartları içerir.	4.55	.69	0.152
Önleyici faaliyetle ilgili dokümanite edilmiş bir prosedür bulunur.	4.45	.82	0.184
Bu prosedür, potansiyel uygunsuzlukların ve bunların nedenlerinin belirlenmesi, uygunsuzlukların olmasını önlemek için faaliyet ihtiyacının değerlendirilmesi, ihtiyaç duyulan faaliyetlerin belirlenmesi ve uygulanması, başlatılan faaliyetin sonuçlarının kayıtları, başlatılan önleyici faaliyetin gözden geçirilmesi için şartları içerir.	4.40	.94	0.214
<b>ÖLÇME, ANALİZ VE İYİLEŞTİRME (ÖAİ)</b>	<b>4.56</b>	<b>.52</b>	<b>0.114</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Diğer faktörlerde olduğu gibi bu boyutu oluşturan önermelere verilen yanıtlar “çoğu zaman” ve “her zaman” arasında değişmektedir. Aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerinden yola çıkarak hesaplanan değişkenlik katsayıları da 0,30'un altında gerçekleşmiştir. Ölçme, Analiz ve İyileştirme boyutunun genel değişkenlik katsayısı da 0,114 olarak hesaplanmış ve önermelere verilen yanıtların homojen bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

#### 4.3.2. Tüketici Haklarının Korunmasına İlişkin Genel Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde otel işletmelerinin tüketici haklarını koruma düzeyleri değerlendirilmiştir. Literatür taraması sonucunda oluşturulan “Tüketici Haklarının Korunması” ölçeği, temel ihtiyaçların tatmin edilmesi hakkı, güvenlik hakkı, bilgilendirilme hakkı, seçme hakkı, temsil edilme, örgütlenme, sesini duyurma hakkı, tazminat hakkı, tüketici eğitimi hakkı ve sağlıklı bir çevre hakkı olmak üzere 8 faktörden oluşmaktadır.

Tablo 8, tüketici hakları faktörünün ilk boyutunu oluşturan temel ihtiyaçların tatmin edilmesi hakkı (TİTEH) boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayılarını göstermektedir.

**Tablo 8.** Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
	4.90	.31	0.063
Tüketicilerin barınma, ısınma ve temizlik ihtiyaçları yeterli bir şekilde giderilir.	4.90	.31	0.063
Tüketicilere rahat ulaşım ve haberleşme imkanları sunulur.	4.75	.44	0.093
Tüketiciler için yeterli sağlık hizmetleri sunulur.	4.55	.69	0.151
<b>TEMEL İHTİYAÇLARIN TATMİN EDİLMESİ HAKKI (TİTEH)</b>	<b>4.77</b>	<b>.23</b>	<b>0.048</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

TİTEH faktörünü oluşturan 4 ifadenin genel ortalaması 4,77 olarak hesaplanmıştır. Bu oran da araştırmaya katılan otel işletmelerinin tüketicilerin temel ihtiyaçların tatmin edilmesi hakkını “Her Zaman” karşıladıklarını göstermektedir. TİTEH faktörünün değişkenlik katsayısı hesaplandığında ise bu katsayının 0,048 olduğu ve önermelere verilen yanıtların homojen bir yapı gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 9’da görüldüğü gibi, Güvenlik Hakkı 3 ifadeden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan otel işletmelerin tüketicilerin güvenlik hakkına yönelik verdikleri yanıtlar “Her Zaman” seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Değişkenlik katsayılarının 0,30’dan küçük olduğu ve önermelere verilen yanıtların homojen bir yapı gösterdiği görülmektedir.

**Tablo 9.** Güvenlik Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
Tüketicilere sunulan mal ve hizmetlerin taşıdığı risk, tüketiciler için kabul edilebilir seviyede tutulur.	4.80	.41	0.085
Tüketiciler, yararlandıkları (kullandıkları) mal ve hizmetlerle ilgili tehlikelerden ve bunlardan korunma yolları hakkında yeterli bir şekilde bilgilendirilir.	4.65	.49	0.105
Tüketiciler için risk oluşturabilecek mal ve hizmetler piyasadan çekilir ve nedeni hakkında tüketiciler bilgilendirilir.	4.75	.44	0.093
<b>GÜVENLİK HAKKI (GH)</b>	<b>4.73</b>	<b>.32</b>	<b>0.068</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bilgilendirilme hakkı (BH) boyutu, 3 ifadeden oluşmaktadır (Tablo 10). Bu boyutun aritmetik ortalaması 4,73 olarak hesaplanmış ve standart sapması 0,35 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 10.** Bilgilendirilme Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
Tüketicilerin bilinçli bir seçim yapması için yeterli bilgiler sunulur.	4.75	.55	0.115
İşletme ve işletmede sunulan mal ve hizmetler hakkında aldatıcı ve yanıltıcı reklamlardan uzak durulur.	4.85	.37	0.076
İşletmemizde, tüketicilerle çift yönlü işleyen bilgilendirme sistemine önem verilir.	4.60	.50	0.108
<b>BİLGİLENDİRİLME HAKKI (BH)</b>	<b>4.73</b>	<b>.35</b>	<b>0.074</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bu boyutta yer alan 3 önermeye katılım düzeyi ortalamasının 4,60 ile 4,85 arasında değiştiği görülmektedir. Bu çerçevede otel işletmelerinin “Bilgilendirilme Hakkı” boyutuna ilişkin tüketicilerin bu haklarını “her zaman” karşıladıkları tespit edilmiştir. Değişkenlik katsayısı 0,074’tür ve 0,30’un altında bir oran olduğu için önermelerin homojen bir yapı gösterdiği tespit edilmiştir.

Tüketici Haklarının Korunması ölçeğine ilişkin belirlenen diğer bir boyut “Seçme Hakkı (SH)” boyutudur. Bu boyut, toplam üç önermeden oluşmaktadır (Tablo 11).

**Tablo 11.** Seçme Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
Tüketiciler için rekabetçi fiyatlar uygulanır.	4.35	.93	0.214
Mal ve hizmet seçiminde tüketicilere kolaylık sağlanması için yeterli sayıda alternatif seçenek sunulur.	4.45	.76	0.170
Günümüz talep değişiklikleri dikkate alınarak, işletmemizdeki mal ve hizmetlerin çeşitliliği artırılır.	4.75	.44	0.093
<b>SEÇME HAKKI (SH)</b>	<b>4.52</b>	<b>.66</b>	<b>0.146</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Seçme Hakkı (SH) boyutuna ilişkin geliştirilen üç önermenin aritmetik ortalamaları 4,35 ile 4,75 arasında değişmektedir. Boyutun genel ortalaması 4,52 ve standart sapma ortalaması da 0,66 olarak belirlenmiştir. Değişkenlik katsayısı ise 0,146 hesaplanmış ve önermelere verilen yanıtların homojen bir yapıda olduğu belirlenmiştir.

Belirlenen Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma (TEOSDH) boyuna ait aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayıları tablo 12’de gösterilmektedir.

**Tablo 12.** Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
Tüketicilerin düşünce ve görüşlerini bildirmeleri için yeterli imkan sunulur.	4.65	.67	0.144
Tüketicilerin haklarını savunan kişi veya kurumların görüşleri dikkate alınır.	4.50	.76	0.169
İşletmemizde düzenlenen değişik aktivitelerde (tüketici paneli, yeni ürün geliştirme, anket, birebir görüşme, sosyal medya vb) tüketicilerin fikirleri alınır.	4.30	.92	0.214
Siyasi otoritenin, tüketiciyi ilgilendiren sosyo-ekonomik politikaları takip edilir.	4.10	1.07	0.261
<b>TEMSİL EDİLME, ÖRGÜTLENME, SESİNİ DUYURMA HAKKI (TEÖSDH)</b>	<b>4.39</b>	<b>.73</b>	<b>0.166</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bu boyutun aritmetik ortalamalarının önceki boyutlarla karşılaştırıldığında “Her zaman” seçeneğinin altında “Çoğu zaman” seçeneğine daha yakın olduğu (4,10 – 4,65) görülmektedir. Önermelere verilen yanıtlar yine homojen bir özellik göstererek, boyutun değişkenlik katsayısı 0,166 olarak hesaplanmıştır.

Belirlenen diğer bir boyut olan “Tazminat Hakkı (TH)” boyutu 4 önerme üzerinden değerlendirilmiştir (Tablo 13).



**Tablo 13.** Tazminat Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{X}$	s.s.	V
Tüketicilerin, yalan beyan, kalitesiz mal veya yetersiz hizmetler için haklı iddialarının çözümüne yönelik stratejiler benimsenir.	4.95	.22	0.044
Tüketicilere, sunulan kusurlu hizmetlerin yeniden görülmesi imkanı sağlanamamaktadır.	2.30	1.56	0.422
Kusurlu mal ve hizmetlerin yeniden görülmesi mümkün değilse, bedelinin iadesi sağlanamamaktadır.	2.55	1.60	0.464
Tüketicilere tazminat bedeli ödenmesi hakkı, hukuki temellere dayandırılarak düzenlenir.	4.40	1.19	0.270
<b>TAZMİNAT HAKKI (TH)</b>	<b>4.12</b>	<b>.88</b>	<b>0.213</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

Bu boyutta katılımcıların anketi cevaplama ciddiyetlerini ölçmek amacıyla bazı ifadeler reverse olarak hazırlanmış ve spss programında reverse soruların yeniden kodlanması yapılarak verilen cevapların analizi yapılmıştır. Şimdiye kadar incelenen boyutlar dikkate alındığında, genel aritmetik ortalaması 4,12 ile en düşük olan boyut “Tazminat Hakkı (TH)” boyutu olmuştur. Bu boyutun değişkenlik katsayı ortalamaları incelendiğinde, birinci ve dördüncü ifadenin homojen bir yapıda olduğu, ikinci ve üçüncü ifadenin heterojen bir yapıda olduğu söylenebilir.

Tablo 14, “Tüketici Eğitimi Hakkı (TEH)” boyutuna ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve değişkenlik katsayılarını göstermektedir. Bu boyutun genel aritmetik ortalaması, katılımcıların önermelere verdikleri yanıtların “Çoğu zaman” seçeneğine daha yakın olduğunu göstermektedir.

**Tablo 14.** Tüketici Eğitimi Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{X}$	s.s.	V
Tüketicilerin hak ve sorumlulukların tanıtılması, öğretilmesi ve böylece tüketicinin bilinçlendirilmesi sağlanır.	4.30	.80	0.186
Mal ve hizmetlerin seçimi, satın alımı ve kullanımı gibi konularda yol gösterici bilgiler veya bu bilgilerin nerelerden bulunabileceği konusunda tüketiciler aydınlatılamamaktadır.	2.35	1.35	0.370
Tüketicilerin haklarını kullanması ve araması yolları konusunda yardımcı olunur.	4.35	.81	0.186
Tüketiciyi korumaya yönelik çalışmalar yapan ve tüketici şikayetlerini izleyen mevcut kurumların, örgütlerin ve konuyla ilgili yasaların tanıtılması ve duyurulmasına özen gösterilir.	4.25	.91	0.214
Diğer tüketicilerin haklarına saygılı olan, topluma ve çevreye karşı duyarlı, sosyal sorunlarla ilgilenme istekliliği gösteren, “bilinçli tüketici” tipinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına dikkat edilir.	4.55	.60	0.132
Televizyon, sinema vb görsel yayın araçları ve basın-yayın aracılığıyla ilgili konularda tüketicilerin bilgilendirilmesi ve aydınlatılmasına önem verilir.	4.45	.76	0.171
<b>TÜKETİCİ EĞİTİMİ HAKKI (TEH)</b>	<b>4.25</b>	<b>.68</b>	<b>0.160</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

TEH boyutunun ikinci önermesine verilen yanıtlar heterojen bir dağılım göstermekle birlikte, diğer ifadelere verilen yanıtlar ve boyutun genel değişkenlik katsayıları 0,30'un altında hesaplanmış ve homojen bir dağılımın olduğu belirlenmiştir.

Tüketici Haklarının Korunması ile ilgili olarak belirlenen son boyut olan “Sağlıklı Bir Çevre Hakkı (SÇH)” yedi önermeden oluşmaktadır (Tablo 15).

**Tablo 15.** Sağlıklı Bir Çevre Hakkı Boyutuna İlişkin Aritmetik Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenlik Katsayıları

İFADELER	$\bar{x}$	s.s.	V
İşletmemizde çevre korunmasına dikkat edilir.	4.65	.59	0.127
İşletmemizde, mal ve hizmet üretiminde çevreye zarar vermeyen bir üretim anlayışı tercih edilir.	4.80	.41	0.085
İşletme atıklarının çevreye zarar vermeyecek bir şekilde bertaraf edilmesine özen gösterilir.	4.85	.37	0.076
Çevre sorunlarının çözümü için sivil toplum kuruluşlarına yardımcı olunur.	4.50	.76	0.167
Tüketiciler, çevreye olumsuz etkisi olabilecek aşırı mal ve hizmet tüketimi, enerji kullanımı ve atık konuları bakımından bilgilendirilir.	4.45	.89	0.2
Mevcut müşteriler için olduğu kadar, gelecekteki müşteriler için de geçerli sayılabilecek çevre koruma hususlarına dikkat edilir.	4.50	.83	0.184
Çevredeki kültürel miraslar ve eko çeşitlilik konusunda tüketiciler bilinçlendirilir (özel aktiviteler, kitapçıklar, tasarrufa davet eden oda malzemeleri vb).	4.15	1.04	0.251
<b>SAĞLIKLI BİR ÇEVRE HAKKI (SÇH)</b>	<b>4.56</b>	<b>.57</b>	<b>0.125</b>

1= Hiçbir Zaman, 2= Nadiren, 3= Sık Sık, 4= Çoğu Zaman, 5= Her Zaman

SÇH boyutu altından toplanan yedi önermenin aritmetik ortalamaları 4,15 ile 4,85 oranları arasında değişmektedir. Boyutun genel ortalaması 4,56 olarak belirlenmiştir. Buna göre en yüksek katılım düzeyi 4,85 aritmetik ortalama ile işletme atıklarının çevreye zarar vermeyecek şekilde bertaraf edilmesi önermesine katılımı gerçekleşmiştir. En düşük katılım ise kültürel miraslar ve eko çeşitlilik konusunda tüketicilerin bilinçlendirilmesi önermesinde (4,15) gerçekleşmiştir. SÇH boyutunun değişkenlik katsayı ortalaması (0,125), önermelere verilen yanıtların homojen bir dağılımda olduğunu göstermektedir.

#### 4.4.Normal Dağılım Testi

Normal dağılım, parametrik testlerin bir varsayımı olup sürekli değişkenlere ait dağılımların en önemlisidir. Sürekli değişkene ilişkin verilerin normal dağılım göstermesi, verilere ait aritmetik ortalama, ortanca (medyan) ve tepe değerinin (mod) birbirine eşit olması anlamını taşır (Ural ve Kılıç, 2011, 291).

Bu çalışmada bundan sonra hangi testlerin (parametrik veya parametrik olmayan) yapılmasının doğru olacağını tespit etmek amacıyla anket yoluyla elde edilen verilerin “Tek örneklem Kolmogorov-Smirnov” testi ile verilen bir dağılımın teorik

bir dağılıma uygunluğu test edilmiştir. Analiz sonucunda, hem “Tüketici Haklarının Korunması” değişkeni hem de “Kalite Yönetim Sistemi Başarı Kriteri” değişkenine ait verilerin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Dolayısıyla bu çalışmada, gerek verilerin değerlendirilmesi gerekse araştırma hipotezlerin test edilmesinde parametrik olmayan testlerden faydalanılmıştır.

#### 4.5.Kruskal-Wallis H Testi

Kruskal-Wallis H testi, birbirinden bağımsız iki ya da daha fazla grubun (örneğin) bağımlı bir değişkene ilişkin ölçümlerinin karşılaştırılarak iki dağılım arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek amacı ile kullanılır (Ural ve Kılıç, 2011, 273).

Çalışma kapsamında anketin uygulandığı otel işletmelerinde, hem tüketici haklarının korunması hem de kalite yönetim sistemi başarısı ile işletmelerin yönetim ve pansiyon türü, faaliyet süreleri, yatak kapasiteleri, personel sayıları ve ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasına sahip olma süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla Kruskal-Wallis H Testi kullanılmıştır. Söz konusu test sonucunda araştırmanın yapıldığı otel işletmelere ait özelliklerle kalite yönetim sisteminin başarısı ve tüketici haklarının korunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $p > 0,05$ ).

#### 4.6.Korelasyon (Spearman) Analizi ve Hipotezlere İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi esas olarak, değişkenler arasındaki ilginin yönü ve derecesi ile ilgilidir. Korelasyon analizi, aralık ve rasyo seviyesinde ölçülmüş iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz tekniğidir. Bu testin güvenilir sonuçlar verebilmesi için verinin metrik özellikler taşıması gerekmektedir. Korelasyon analizinde ölçülmeye çalışılan ilişki, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal (lineer) olan kısmı ile ilgilidir (Şahin, 2011, 439).

“Kalite Yönetim Sistemleri (KYS)” ile “Tüketici Hakları” arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 16’da görüldüğü gibi Kalite Yönetim Sistemleri ile bazı tüketici hakları arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

**Tablo 16.** Tüketici Haklarının Korunması ve KYS Başarı Ölçeği Korelasyon Matrisi

Z		TİTEH	GH	BH	SH	TEÖSDH	TH	TEH	SÇH	KYSORT
TİTEH	Spearman's Correlation	1.000	.439	.248	.406	<b>.854**</b>	<b>.595**</b>	<b>.609**</b>	.561*	<b>.639**</b>
	Sig. (2-tailed)	.	.053	.292	.076	.000	.006	.004	.010	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
GH	Spearman's Correlation	.439	1.000	<b>.638**</b>	<b>.631**</b>	<b>.693**</b>	.177	.406	<b>.479*</b>	.319
	Sig. (2-tailed)	.053	.	.002	.003	.001	.456	.075	.032	.171
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
BH	Spearman's Correlation	.248	<b>.638**</b>	1.000	<b>.467*</b>	.402	-.059	.255	<b>.613**</b>	.084
	Sig. (2-tailed)	.292	.002	.	.038	.079	.803	.279	.004	.725
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
SH	Spearman's Correlation	.406	<b>.631**</b>	<b>.467*</b>	1.000	<b>.648**</b>	<b>.461*</b>	<b>.726**</b>	<b>.771**</b>	<b>.517*</b>
	Sig. (2-tailed)	.076	.003	.038	.	.002	.041	.000	.000	.020
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TEÖSDH	Spearman's Correlation	<b>.854**</b>	<b>.693**</b>	.402	<b>.648**</b>	1.000	<b>.574**</b>	<b>.626**</b>	<b>.631**</b>	<b>.618**</b>
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.079	.002	.	.008	.003	.003	.004
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TH	Spearman's Correlation	<b>.595**</b>	.177	-.059	<b>.461*</b>	<b>.574**</b>	1.000	<b>.564**</b>	<b>.514*</b>	<b>.481*</b>
	Sig. (2-tailed)	.006	.456	.803	.041	.008	.	.010	.020	.032
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TEH	Spearman's Correlation	<b>.609**</b>	.406	.255	<b>.726**</b>	<b>.626**</b>	<b>.564**</b>	1.000	<b>.624**</b>	<b>.788**</b>
	Sig. (2-tailed)	.004	.075	.279	.000	.003	.010	.	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
SÇH	Spearman's Correlation	<b>.561*</b>	<b>.479*</b>	<b>.613**</b>	<b>.771**</b>	<b>.631**</b>	<b>.514*</b>	<b>.624**</b>	1.000	.400
	Sig. (2-tailed)	.010	.032	.004	.000	.003	.020	.003	.	.081
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
KYSORT	Spearman's Correlation	<b>.639**</b>	.319	.084	<b>.517*</b>	<b>.618**</b>	<b>.481*</b>	<b>.788**</b>	.400	1.000
	Sig. (2-tailed)	.002	.171	.725	.020	.004	.032	.000	.081	.
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

(\*\*) Korelasyon 0.01 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

(\*) Korelasyon 0.05 düzeyinde çift taraflı öneme sahiptir.

Kalite Yönetim Sistemleri ile Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu görülmektedir [KYSORT↔TİTEH ( $r=.639^{**}$ )]. Bu bulgulardan hareketle “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Temel İhtiyaçların Tatmin Edilmesi Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki *hipotez 1* kabul edilmiştir. İşletmelerin, KYS uygulamaları sayesinde müşterilerin temel ihtiyaçlarını büyük oranda karşılaması mümkün olabilmektedir.

KYS ile Güvenlik Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki belirlenmemiştir [KYSORT↔GH ( $r=.319$ )]. Bu husus dikkate alındığında “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Güvenlik Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki *hipotez 2* reddedilmiştir. Bunun nedeni olarak, KYS’nin çalışma prensibi gösterilebilir. Çünkü KYS, hataları önlemekten ziyade, bunların nedenleri üzerine giderek hata kaynaklarının ortadan kaldırılması (sıfır hata) ile uğraşmaktadır (Bolat, 2000; Çağlar ve Kılıç, 2006; Demirtaş, 2006; Ertuğrul, 2006; Chakrabarty ve Tan, 2007; Akbaba, 2008; Halis, 2008; İnce, 2008; Çekirge, 2009; Halis, 2010; Küçük, 2010).

KYS ile Bilgilendirilme Hakkı arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunamamıştır [KYSORT↔BH ( $r=.084$ )]. Dolayısıyla “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Bilgilendirilme Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki *hipotez 3* reddedilmiştir. Ertuğrul (2006), Halis (2008) ve Halis (2010), bu çalışma ile farklı bir bulguya yer vermiştir. KYS’nin sağladığı yararlar konusunda yaptıkları çalışmada, müşteri odaklı bu yönetim anlayışında, müşterilerin şirket ortakları olarak kabul edildiklerini ve açıklık-dürüstlük ve hızlı iletişim temelinde tüketici haklarından bilgilendirme hakkını ilgilendiren yararlar sağladığını ifade etmişlerdir. Yine Buttle (1996) ve Buttle’nin (1997) çalışmalarında KYS’nin, dolandırıcılığa ve hileye maruz kalmanın azaltılması konusunda etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Gotzamani ve Tsiotras (2002) yaptıkları çalışmada da KYS’nin müşterilerle daha iyi iletişim kurmaya katkı sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 16’da görüldüğü gibi KYS ile Seçme Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir [KYSORT↔SH ( $r=.517^*$ )]. Bu noktadan hareketle “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Seçme Hakkı arasında anlamlı ve pozitif*

yönlü bir ilişki vardır.” şeklindeki hipotez 4 kabul edilmiştir. İşletmeler KYS sayesinde daha düşük maliyet (Buttle, 1996; Buttle, 1997; Brown, Wiele ve Lough-ton, 1998; Casadesús ve Giménez, 2000) ve yeni ürün tanıtımını artırması (Huang vd., 1999) gibi avantajlar elde etmektedir. KYS'nin işletmelere sağlamış olduğu bu yararlar sayesinde müşteriler için rekabetçi fiyatlar uygulanabilmekte ve mal ve hizmet çeşitlilikleri artırılabilir. Bu noktadan hareketle de KYS, tüketicilerin seçme hakkına katkı sağlayabilmektedir.

KYS ile aralarında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunan diğer bir tüketici hakkı da Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı'dır [KYSORT↔TEÖSDH ( $r=.618^{**}$ )]. Bu bulgudan hareketle “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki hipotez 5 kabul edilmiştir. Dolayısıyla KYS, müşterilerin temsil edilme, örgütlenme, sesini duyurma konularına katkı sağladığı belirlenmiştir.

KYS ile Tazminat Hakkı arasında da anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir [KYSORT↔TH ( $r=.481^{*}$ )]. Dolayısıyla “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Tazminat Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki hipotez 6 kabul edilmiştir. Bu bulgudan hareketle, KYS'lerinin, yalan beyan, kalitesiz mal veya yetersiz hizmetler için müşterilerin haklı iddialarının çözümüne yönelik stratejilere, kusurlu hizmetlerin yeniden görülmesi imkânına veya hizmet bedelinin iadesinin sağlanmasına ve müşterilere tazminat bedeli ödenmesine katkı sağladığı tespit edilmiştir.

KYS ile Tüketici Eğitimi Hakkı arasındaki ilişkiler incelendiğinde bu iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif yönlü olduğu tespit edilmiştir [KYSORT↔TEH ( $r=.788^{**}$ )]. KYS, Tüketici Eğitimi Hakkı'nı olumlu yönde etkilemektedir. Bu noktada “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Tüketici Eğitimi Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki hipotez 7 kabul edilmiştir. Bu sonuç dikkate alındığında, KYS'lerinin, müşterilerin bilinçlendirilmesi, onlara yol gösterici bilgiler ve haklarını nasıl arayabilecekleri gibi konularda yarar sağladığı belirlenmiştir.

Son olarak KYS ile Sağlıklı Çevre Hakkı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki belirlenmemiştir [KYSORT↔SÇH ( $r=.400$ )]. Bu husus dikkate alındığında “*Kalite Yönetim Sistemleri ile Sağlıklı Çevre Hakkı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.*” şeklindeki hipotez 8 reddedilmiştir. Singh ve diğerlerinin (2006) çalışmalarında ise bu çalışmadan farklı olarak, KYS’lerinin çevre şikayetlerinin azalmasına katkısının olduğu tespit edilmiştir.

## 5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan kişilere ilişkin bilgiler analiz edildiğinde bazı hususlar dikkat çekici olmuştur. Araştırmanın ön testini yaparken, işletmede ISO 9001:2008 KYS ile ilgilenen kişilerin büyük bir çoğunluğunun Kalite (Yönetim) Temsilcileri’nden oluşacağı varsayılmıştır. Ancak 15 işletmeye yapılan ön test sonucunda, sadece 3 işletmede Kalite (Yönetim) Temsilcisi olarak yetkili personel istihdam edildiği, diğer 12 işletmede ise çeşitli departman müdürlerinin (insan kaynakları, önbüro, pazarlama, vb.) ISO 9001:2008 KYS’nin işleyişinden sorumlu olduğu belirlenmiştir. Ön test sonucunda ortaya çıkan bu sonuçlardan yola çıkarak, ankette yer alan “İşletmedeki Pozisyonunuz” sorusuna ön plana çıkan departman müdürlükleri eklenmiştir.

Araştırmada dikkat çeken diğer önemli husus, işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikası’na sahip olma süreleridir. İşletmeler, % 75’i 3 yıldan uzun süredir KYS uygunluk sertifikasına sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Bu da işletmelerin Kalite Yönetim Sistemi uygulamalarına önem verdiklerini ve uygunluk sertifikası şartlarını sağladıklarının bir göstergesi olmuştur. Çünkü ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasını alan işletmeler periyodik denetimlerden geçmektedir ve bu denetimlerde KYS’nin uygulama şartlarını yerine getirmeyen işletmelerin ISO 9001:2008 belgeleri yenilenmemektedir.

ISO 9001:2008 KYS başarı ölççeği, kalite yönetim sistemi (KYS), yönetim sorumluluğu (YS), kaynak yönetimi (KY), ürün gerçekleştirme (ÜG) ve ölçme, analiz ve iyileştirme (ÖAI) olmak üzere toplam 5 faktörden oluşmaktadır. Bu beş



faktör, ISO 9001:2008 KYS'nin hizmet işletmelerinde başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli kriterlerinden oluşmaktadır. Anketi yanıtlayan otel işletmeleri KYS sorumlularının, bu beş faktör altında toplanan kriterlere verdikleri yanıtların aritmetik ortalamalarının 4,18 ile 4,56 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu ortalama da, otel işletmelerin ISO 9001:2008 KYS gerekliliklerini “Çoğu Zaman” sağladıklarını göstermektedir.

Kalite yönetim sistemlerinin, tüketici haklarını koruma düzeylerinden yola çıkarak bu sistemin tüketicinin korunması duyarlılığını ortaya koymak amacıyla yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlar dikkate alınarak otel işletmelerine yönelik bazı öneriler geliştirilmiştir.

- Araştırma evrenini belirlemek üzere anket uygulamasından önce yapılan araştırma sonucunda İstanbul'da faaliyet gösteren 47 adet beş yıldızlı otel işletmesinin faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak bu 47 adet otel işletmesinin sadece 20'sinin ISO 9001:2008 KYS Uygunluk Sertifikasına sahip olduğu belirlenmiştir. İstanbul'daki ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasına sahip beş yıldızlı otellerin sayısının, toplam otel sayısı ile karşılaştırıldığında az olduğu görülmektedir. Öncelikle işletmelerin ISO 9001:2008 KYS ve bu sistemin işletmelere sağladığı yararlar konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir.
- ISO 9001:2008 KYS'nin başarısını ortaya koyan iç tetkik sorularından yola çıkarak otel işletmelerinin bu konudaki durumlarından herhangi bir eksiklik veya başarısızlık görülmemiştir. Sadece “Yönetim Sorumluluğu” faktörünün genel aritmetik ortalamasının diğer faktör ortalamalarına göre daha düşük olduğu belirlenmiştir (4,18). İşletme yöneticilerinin ISO 9001:2008 KYS işleyişi konusundan biraz daha hassasiyet göstermeleri gerekmektedir.
- “Tüketici Haklarının Korunması” ölçeği, daha öncede belirtildiği

- gibi Birleşmiş Milletler tarafından belirlenmiş sekiz tüketici hakkından yola çıkarak oluşturulmuştur. Oluşturulan bu sekiz faktör içerisinde, Seçme Hakkı (4,52), Temsil Edilme, Örgütlenme, Sesini Duyurma Hakkı (4,39), Tazminat Hakkı (4,12) ve Tüketici Eğitimi Hakkı (4,25)'nin genel aritmetik ortalamaları diğer dört faktörün ortalamalarına göre biraz daha düşük çıkmıştır. İşletmelerin bu dört tüketici hakkına biraz daha fazla önem göstermeleri gerekmektedir.
- Tüketici Haklarının Korunması ile Kalite Yönetim Sistemi başarı kriteri alt boyutlarından Kalite Yönetim Sistemi (KYS) boyutu ( $r=.462^*$ ), Yönetim Sorumluluğu (YS) boyutu ( $r=.502^*$ ) ve Ölçme, Analiz ve İyileştirme (ÖAİ) boyutu ( $r=.536^*$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla işletmelerin bu üç alt boyuta ayrı bir önem vermeleri gerekmektedir.
  - ISO 9001:2008 KYS'ni uygulayan otel işletmelerinin yönetim türünün genellikle uluslararası zincir olduğu belirlenmiştir. Ulusal zincir ve bağımsız yönetim türü ile faaliyet gösteren otel işletmelerinin ISO 9001:2008 KYS konusunda bilgilendirilmelerine çalışılmalıdır.
  - ISO 9001:2008 KYS'nin başarısında, işletmede istihdam edilen personelin (en alt kademesinden en üst kademesine kadar) bu sistem hakkında bilgilendirilmesi ve bu sistemi benimsemelerinin sağlanması oldukça önemlidir. İşletmeler bu konuya hassasiyetle yaklaşmalıdır.
  - Araştırma evrenini oluşturan beş yıldızlı otel işletmelerinde ISO 9001:2008 KYS işleyişi ve kontrolünden sorumlu kişilerin çoğunluğu çeşitli departman müdürlüğünü (önbüro, pazarlama, insan kaynakları, vb.) yapan kişilerden oluşmaktadır. KYS'nin işletme felsefesi haline getirilmesi ve işletmenin verimliliğinin sürdürülebilmesi için işletmelerde konunun ehli kişilerin yani kalite (yönetim) temsilcilerinin istihdam edilmesinde yarar görülmektedir.

- İşletmelerin, KYS'nin gerek işletmelere sağladığı yararlarından gerekse tüketicilerin korunması duyarlılığından tam anlamıyla faydalanabilmeleri için, sahip oldukları ISO 9001:2008 Uygunluk Sertifikası'nı sadece bir reklam unsuru olarak kullanmaktansa, bu sistemin tüm şartlarını yerine getirerek uygulamaları gerekmektedir.
- İşletmeler, gerekiyorsa KYS'nin işleyişi ve bu işleyişin kontrolü konusunda danışmanlık hizmetlerinden yararlanmalıdır.
- Günümüz rekabet koşullarında, işletmeler sadece kendi menfaat ve anlık karlılıklarını düşünmemeli, aynı zamanda tüketicilerin haklarını ve çıkarlarını da göz önünde bulundurmalıdır.
- Her ne kadar KYS'nin tüketiciyi koruma duyarlılığına sahip olduğu tespit edilse de, işletmeler, tüketiciyi koruma kuruluşlarıyla da iletişim halinde bulunarak tüketicilerin sahip olduğu haklara hassasiyet göstermelidir.

Bu araştırmanın KYS'leri ve tüketicinin korunması konusunda bundan sonra yürütülecek olan çalışmalara temel oluşturabileceği ve yönlendirebileceği düşünülmektedir. Bu amaçla araştırmacılar, bundan sonraki çalışmalarda farklı bölgelerde ve farklı işletmelerde araştırmalar yapabilirler. Bunun yanı sıra işletmelerin tüketici haklarının korunması bakımından, ISO 9001:2008 KYS uygunluk sertifikasını almadan önce ve aldıktan sonraki durumları da inceleneme konusu yapılarak KYS'nin tüketici haklarının korunmasına olan katkıları ve meydana getirdiği değişim ortaya konulabilir.

## KAYNAKÇA

- Akbaba, A. (2008). Turizm İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi. Okumuş, F. ve U. Avcı (Editörler). *Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 39-57.
- Akın, B., Çetin, C. ve Erol, V. (1998). *Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi*. Çetin, C. (Editör). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Al-Asiri, M. M. (2004). *Factors Affecting The Practices of ISO 9001:2000 Quality Management System in Saudi Business Organizations*. University of Central Florida, College of Engineering and Computer Science, Orlando, Florida.
- Al-Ghamdi, S. M., Sohail, M. S. and Al-Khaldi, A. (2007). Measuring Consumer Satisfaction With Consumer Protection Agencies: Some Insights from Saudi Arabia. *Journal of Consumer Marketing*, 24 (2), 71-79.
- Aydın, D. (2007). *İçmesuyu Dağıtım Sistemlerinde CBS Tabanlı Su Kalitesi Yönetimi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Beattie, K. R. and Sohal, A. S. (1999). Implementing ISO 9000: A Study of its Benefits Among Australian Organizations. *Total Quality Management*, 10 (1), 95-106.
- Boiral, O. and Roy, M.-J. (2007). ISO 9000: Integration Rationales and Organizational Impacts. *International Journal of Operations & Production Management*, 27 (2), 226-247.
- Bolat, T. (2000). *Toplam Kalite Yönetimi (Konaklama İşletmelerinde Uygulanması)*. İstanbul: Beta Basım.
- Brown, A., Van Der Wiele, T. ve Loughton, K. (1998). Smaller Enterprises' Experiences With ISO 9000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15 (3), 273-285.
- Brunk, M. E. (1973). The Anatomy of Consumerism. *Journal of Advertising*, 2 (1), 9-11.
- Buttle, F. (1996). An Investigation of the Willingness of UK Certificated Firms to Recommend ISO 9000. *International Journal of Quality Science*, 1 (2), 40-50.

- Buttle, F. (1997). ISO 9000: Marketing Motivations and Benefits. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14 (9), 936-947.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S. (2005a). An Empirical Study of the Benefits and Costs of ISO 9001:2000 Compared to ISO 9001/2/3:1994, *Total Quality Management*, 16 (1), 105-120.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S. (2005b). The Erosion of ISO 9000 Benefits: A Temporal Study. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22 (2), 120-136.
- Casadesus, M. and Karapetrovic, S. (2005c). Has ISO 9000 Lost Some of its Lustre? A Longitudinal Impact Study. *International Journal of Operation & Production Management*, 25 (6), 580-596.
- Chakrabarty, A. ve Tan, K. C. (2007). The Current State of Six Sigma Application in Services. *Managing Service Quality*, 17 (2), 194-208.
- Cohen, L. (2010). Colston E. Warne Lecture: Is it Time for Another Round of Consumer Protection? The Lessons of Twentieth-Century U.S. History. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (1), 234-246.
- Cusins, P. (1994). Understanding Quality Through Systems Thinking. *The TQM Magazine*, 6 (5), 19-27.
- Çağlar, İ. ve Kılıç, S. (2006). *Kalite Güvence Standartları*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çekirge, Z. (2009). *TS EN ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sisteminin Etkinliğinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çoban, S. (2004). Toplam Kalite Yönetimi Perspektifinde İçsel Pazarlama Anlayışı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Ocak-Haziran), 85-98.
- Demirtaş, H. (2006). *Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Yönetim Sistemlerinin (Kalite, Çevre, HACCP ve OHSAS) Entegrasyonu ve Bir Uygulama Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ertuğrul, İ. (2006). *Toplam Kalite Kontrol, Kalite Güvenliği ve ISO 9000 Standartları Toplam Kalite Yönetimine İlişkin Bir İşletme Uygulaması*. (2. Baskı). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Estes, R. M. (1971). Consumerism & Business. *California Management*

*Review*, 14 (2), 659-684.

Fotopoulos, C. V., Psomas, E. L. and Vouzas, F. K. (2010). ISO 9001:2000 Implementation in the Grek Food Sector. *The TQM Journal*, 22 (2), 129-142.

Gaedeke, R. M. (1969). *Consumerism in the 1960's: A Study of the Development of, Underlying Reasons for, and Business Reaction to Today's Consumer Protection Movement*. Doctor of Philosophy, University of Washington.

Gotzamani, K. D. and Tsiotras, G. D. (2002). The True Motives Behind ISO 9000 Certification, Their Effect on the Overall Certification Benefits and Long Term Contribution Towards TQM. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19 (2), 151-169.

Greetham, D. (2010). *Understanding the Differences Between ISO 9001:2008 and the FDA Quality System Regulation for MEDical Devices: A Guide for Quality Professionals Who Need to Adapt to an FDA Regulated Environment*. Master of Science, The Faculty of California State University.

Halis, M. (2008). *Toplam Kalite Yönetimi*. (2. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Halis, M. (2010). *Meslek Yüksekokulları İçin Toplam Kalite Yönetimi & ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Huang, F., Horng, C. and Chen, C. (1999). A Study of ISO 9000 Process, Motivation and Performance. *Total Quality Management*, 10 (7), 1009-1025.

İlban, M. O. (2002). *Turizmde Tüketici Haklarını Korumaya Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

İnce, C. (2008). Toplam Kalite Çerçevesinde İşgörenlerin Otel İşletmelerinden Memnuniyetleri ve Sonuçları Üzerine Nevşehir Yöresindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 69-75.

Jabnoun, N. (2002). Control Processes for Total Quality Management and Quality Assurance. *Work Study*, 51 (4), 182-190.

Jones, R., Arndt, G. and Kutsin, R. (1997). ISO 9000 Among Australian Companies: Impact of Time and Reasons for Seeking Certification on

- Perceptions of Benefits Received. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14 (7), 650-660.
- Keating, M. and Harrington, D. (2002). The Challenges of Implementing Quality in the Irish Hotel Industry: A Review. *Managing Service Quality*, 12 (5), 303-315.
- Khan, J. H. (2003). Impact of Total Quality Management on Productivity. *The TQM Magazine*, 15 (6), 374-380.
- Kırkibir, F. ve Cengiz, E. (2008). Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Değişikliği ve Yeni Tüketici Haklarının Değerlendirilmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (1), 55-68.
- Kuei, C.-H. and Lu, M. H. (1997). An Integrated Approach to Service Quality Improvement. *International Journal of Quality Science*, 2 (1), 24-36.
- Küçük, O. (2010). *Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemleri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Kwong, A. L. F. (2008). *Building and Sustaining A Quality Management System in the Regional Laboratory in Vancouver Coastal Health*. Master of Arts, Royal Roads University, Leadership and Training, ABD.
- Laux, C. M. (2007). *The Impacts of a Formal Quality Management System: A Case Study of Implementing ISO 9000 at Farmers Cooperative Co.*. Doctor of Philosophy, Iowa State University, Iowa.
- Lee, T. Y. (1998). The Development of ISO 9000 Certification and the Future of Quality Management, A Survey of Certified Firms in Hong Kong. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15 (2), 162-177.
- Marquardt, D. W. (1992). ISO 9000: A Universal Standard of Quality. *Management Review*, 50-52.
- Mayer, R. N. (2008). Measuring What Really Matters to Consumers. *The Journal of Consumer Affairs*, 42 (1), 113-122.
- McMannon, T. J. (1994). *Warren G. Magnuson and Consumer Protection*. Doctor of Philosophy, University of Washington.
- Mert, V. (2007). *AB ile Uyum Sürecinde Türkiye'de Tüketici Sağlığının Korunması Politikaları: Seçilmiş Tüketici Gruplarında Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara.



- Mierzwinski, E. (2010). Colston E. Warne Lecture: Consumer Protection 2.0-Protecting Consumers in the 21st Century. *The Journal of Consumer Affairs*, 44 (3), 578-597.
- Mo, J. P. T. and Chan, A. M. S. (1997). Techniques Strategy for the Successful Implementation of ISO 9000 in Small and Medium Manufacturers. *The TQM Magazine*, 9 (2), 135-145.
- Moghaddam, G. G. and Moballeghi, M. (2008). Total Quality Management in Library and Information Sectors. *The Electronic Library*, 26 (6), 912-922.
- Moreno-Luzon, M.D. and Peris, F.J. (1998). Strategic Approaches, Organizational Design and Quality Management – Integration in a Fit and Contingency Model. *International Journal of Quality Science*, 3 (4), 328-347.
- Özel, Ç. (2008). Hukuksal Açıdan Tüketicinin Korunması ve Tüketicinin Koruma Gerekliliğine İlişkin Bir Değerlendirme. *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 287-299.
- Peters, D. H. and Muralledharan, V. R. (2008). Regulating India's Health Services: To What End? What Future?. *Social Science & Medicine*, 66, 2133-2144.
- Pham, M. B. (2006). *Assessing the Role of Market and Non-Market Forces in the Promotion of Consumer Protection in Vietnam*. Master of Science, University of Massachusetts Lowell.
- Poksinska, B., Eklund, J. A. E. and Dahlgaard, J. J. (2006). ISO 9001:2000 in Small Organisations, Lost Opportunities, Benefits and Influencing Factors. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 23 (5), 490-512.
- Prasad, V. K. and Naidu, G. M. (1994). Perspectives and Preparedness Regarding ISO-9000 International Quality Standards. *Journal of International Marketing*, 2 (2), 81-98.
- Quazi, A. M. (2002). Managerial Views of Consumerism: A Two-Country Comparison. *European Journal of Marketing*, 36 (1), 36-50.
- Rayner, P. and Porter, L. J. (1991). BS750/ISO9000. The Experience of Small and Medium-sized Firms. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 8(6), 16-28.
- Reisch, L. A. (2004). Principles and Visions of a New Consumer Policy.



*Journal of Consumer Policy*, 27, 1-42.

Sharabi, M. and Davidow, M. (2010). Service Quality Implementation: Problems and Solutions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2 (2), 189-205.

Sigband, N. B. (1974). Communication Effectiveness of Consumer Protective Legislation. *The Journal of Business Communication*, 12 (1), 7-16.

Singh, P. J., Feng, M. and Smith, A. (2006). ISO 9000 Series of Standards: Comparison of Manufacturing and Service Organisations. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 23 (2), 122-142.

Şahin, B. (2011). *Seyahat Acentalarının Pazarlama Faaliyetlerinde Etik Karar Verme Süreci: İstanbul Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Tetik, N. (2012). *Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Throne-Holst, H. and Strandbakken, P. (2009). Nobody Told me I was a Nano-Consumer: How Nanotechnologies Might Challenge the Notion of Consumer Rights. *Journal of Consum Policy*, 32, 393-402.

Tiryaki, B. (2006). *Tüketicinin Korunması Hukuku Açısından Ayıplı Hizmetten Doğan Sorumluluk*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS Veri Analizi*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Verma, D. P. S. and Nanda, S. (2007). Impact of Consumerism on Marketing Practices: A Study in National Capital Region. *Journal of Advances in Management Research*, 4 (1), 74-82.

Wilkinson-Eno, S. (2005). *Consumer Protection: Proposed Law Reform for Grenada*. Master of Science, University of Toronto.

Zhu, Z. ve Scheuermann, L. (1999). A Comparison of Quality Programmes: Total Quality Management and ISO 9000. *Total Quality Management*, 10 (2), 291-297.