



Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Müşteri İlişkileri Yönetimine Bakış Açısının Değerlendirilmesi

Evaluation Of Customer Relationship Management Perspective In The Hotel Enterprises

Gürkan ÇALIŞKAN, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

gurkancaliskan89@gmail.com

Özet

Günümüz küresel ve yerel rekabet ortamında müşteri ilişkileri yönetimi anlayışı gittikçe önem kazanmaktadır. Müşteri ilişkileri yönetimi anlayışı ile otel işletmeleri müşterinin istek ve beklentilerine uygun mal veya hizmet üretebilmekte ve müşteri memnuniyetini sağlayabilmektedir. Böylece, müşteri sadakatini oluşturabilmekte ve sadık bir müşteri de işletme kârlılığını arttırabilmektedir. Müşteri ilişkileri yönetimi anlayışının önemli bir parçası da işgörenlerin algılamalarıdır. Bu çalışmada Ankara'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının müşteri ilişkileri yönetimi anlayışı algılarının ortaya konması amaçlanmıştır. Bu araştırmanın evreni, Ankara'daki 4 ve 5 yıldızlı 27 otel çalışanları oluşturmaktadır. 302 otel çalışanı ile anket yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, cinsiyet ve yaş değişkenleri ile çalışanların müşteri ilişkileri yönetimi algılamaları arasında anlamlı bir ilişki söz konusu olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri ilişkileri, Müşteri ilişkileri yönetimi, Otel işletmeleri.

Abstract

Customer relationship management is becoming increasingly important in today's global and local competition. Hotel management with customer relationship management strategy can produce goods and services that match the demands and expectations of the customers and can provide customer satisfaction. So, customer satisfaction can provide customer loyalty and increase the profitability of the business. Employee perceptions are also an important factor in successful customer relationship management. The population of this study is employees of twenty-seven hotel enterprises which four and five star hotel enterprises in Ankara. A survey was conducted with 302 hotel employees and SPSS programme has been used to evaluate data and find out values. According to the findings, there is no meaningful relationship between gender and age variables and employee perception of customer relationship management.

Key Words: Customer Relationship, Customer Relationship Management, Hotel enterprises