

## Konaklama İşletmelerinde Uygulanan Farklı Tekstil Temizlik Yöntemleri ve Müşteri Görüşleri

**Sadan TOKYÜREK**

T. C. Gazi Üniversitesi,  
Aile Ekonomisi ve Beslenme Anabilim Dalı  
E-posta: sadant@gazi.edu.tr

**Aslı ALBAYRAK**

T. C. İstanbul Arel Üniversitesi,  
Turizm ve Otelcilik Bölümü  
E-posta: aslialbayrak@hotmail.com

### ÖZ

Bu araştırma, tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan ve ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmelerinin tekstil ürünlerinin seçim, temizlik ve bakım uygulamalarıyla bu konaklama işletmelerinde kalan müşterilerin tekstil ürünleri ile ilgili görüşlerini ve karşılaştıkları sorunları saptanmak amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Araştırma örneklemini, Ankara il merkezinde konaklamakta olan 300 müşteriden oluşmaktadır. Araştırma sırasında Ankara ili sınırlarında bulunan iki konaklama işletmesinin Kat Hizmetleri müdürleri ile tekstil temizlik yöntemleri; konaklama işletmelerinde kalmakta olan misafirlerle ise işletmede bulunan tekstillerin temizliği hakkında yüz yüze görüşmeler yapılmış ve veri toplama aracı olarak anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgularına göre; müşterilerin tekstil ürünlerinin temizliği ile ilgili görüşleri ve memnuniyetleri kaldıkları konaklama işletmesinin temizlik ve bakım uygulamalarına göre değişmektedir. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan işletmede sorunlarla karşılaşma oranı daha azdır.

Anahtar sözcükler: Konaklama işletmeleri, kat hizmetleri, tekstil ürünleri, kontratla yürütülen hizmetler.

### GİRİŞ

Günümüzde pek çok kişi iş, tatil, dinlenme vb. nedenlerle bir haftadan birkaç haftaya kadar varan kısa bir süreyi konaklama işletmelerinde geçirmekte; bu süre zarfında yeme, içme, dinlenme vb. ihtiyaçlarını karşılamak istemektedir.

Bu kısa süreli konaklama sürecinde insanların istedikleri; en iyi şekilde hizmet almak, kendilerini sanki evlerindeymiş gibi rahat hissetmektir.

Bir konaklama işletmesine gelen müşterilerin ilk olarak dikkatini çeken ve müşterilerde ilk izlenimi oluşturan işletmenin düzeni ve temizliğidir. Bu ilk izlenim ne kadar olumlu ise müşterilerin konaklama işletmesine karşı memnuniyeti de o denli olumlu olur. Konaklama işletmelerindeki düzen ve temizliği sağlayan; müşterilerin tüm bu istek ve ihtiyaçlarını karşılayan departman ise kat hizmetleri departmanıdır. Buradan da anlaşılacağı gibi konaklama işletmeleri için kat hizmetleri departmanı son derece önemlidir ve bu departmana önemli görevler düşmektedir (Schneider ve Tucker 1989; Yertutan1998).

Pek çok işletme için olduğu gibi konaklama işletmeleri için de müşteri memnuniyeti son derece önemli bir konudur. Çünkü konaklama işletmesinden aldığı hizmetten memnun olarak ayrılan müşteriler daha sonra aynı bölgeye geldiğinde yine aynı konaklama işletmesini tercih edecek, hatta yakın çevresine önerecek; memnun kalmayanlar ise tekrar gelmeyeceği gibi yakın çevresine de olumsuz yönde referans olacaktır (Dube, Renephan ve Miller 1994).

Bir başka konu ise; müşterilerin verdikleri paranın karşılığını konaklama işletmesinden hizmet olarak almak istemesidir. Konaklama işletmesine herhangi bir nedenle gelen müşteriler kaldıkları süre için işletmeye bir bedel ödemektedirler. Bu bedelin karşılığı olarak da temiz, bakımlı, düzenli ve kaliteli bir hizmet beklemektedirler. İyi hizmet müşterilerin beklentilerini karşılayabilmelerini ve tatmin olmalarını sağlarken işletmenin de prestij kazanmasını sağlamaktadır (Dube, Renephan ve Miller 1994).

Tüm müşteriler için konaklama işletmelerinin her alanında temizlik ve hijyen büyük öneme sahiptir. Müşterilerin; bu konuda en fazla önem verdikleri ise; çeşitli alanlarda, farklı amaçlar için sürekli olarak kullandıkları tekstil ürünleridir. Her müşteri, evindeki rahatı aradığı konaklama işletmelerinde temiz, güzel görünümlü ve sağlıklı yatak, banyo ve masa takımlarını kullanmak isterler. Kirli, yıpranmış ya da lekeli tekstil ürünleri üzerinde yemek yemek, uyunmak yada duştan sonra kirli ve yıpranmış banyo takımları kullanmak hiç kimsenin hoşuna gitmeyeceği ve kabul etmeyeceği bir durumdur. Diğer taraftan; havlu, yatak takımları, peçete vb. tekstil ürünleri doğrudan bireyle temas eden ve temizlik alışkanlıkları çok farklı olan kişiler tarafından kullanıldığından kirleşmesinin yanında sağlıksız hale de gelebilmektedir. Bu durum hem müşterilerde memnuniyetsizlik yaratmakta hem de konaklama işletmesinin olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır. Çünkü; çamaşırların temizliği ve kalitesi; müşterilerin görsel ve fiziksel algılamalarına hitap eden, işletmelerin genel

kalitesi ve müşterinin bundan duyduğu memnuniyet hakkında fikir veren unsurlardır. Bunlardan özellikle fiziksel algılama fiziksel temasla ilgili olduğundan, tekstil ürünlerinden beklenen hijyen ve konfor ayrı bir önem taşımaktadır (Şafak 1997; Schneider, Tucker ve Scoviak 1999).

Müşterilerin tekstil ürünleri ile ilgili olarak karşılaştıkları başlıca problemler; tekstil ürünlerinin fiziksel özellikleri ve dokuma yapısı, temizliği ve bakım ile ilgilidir. Tekstil ürünlerinin fiziksel özellikleri ve dokuma yapısı ile ilgili olan problemler aslında tekstil ürününün seçimi ile ilgili yapılan hatalardan kaynaklanmaktadır. Her tekstil ürünü için kullanılabilir bir alan vardır ancak tekstil ürününün kullanılacak alan göz önünde bulundurulmadan seçilmesi sıklıkla problemlere neden olmaktadır. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımı ile ilgili olan problemler ise; ürünlerin yıkanması sırasında yetersiz ya da fazla deterjan ve ağartıcı kullanımı, yetersiz durulama, hatalı yumuşatıcı kullanımı, yanlış devirde yıkama ve/veya sıkma gibi yanlış temizlik ve bakım yöntemlerinden kaynaklanmaktadır (Yener 1988: 83; Şafak 1997: 54). Konaklama işletmelerinin, tekstil ürünlerinin fiziksel özellikleri, dokuma yapısı ve temizlik ve bakımı ile ilgili olan problemleri takip edip bunlara akılcı çözümler bulması gerekmektedir. Çünkü, işletme müşterilerin tekstil ürünleriyle ilgili karşılaştıkları sorunları bilir ve bunları en çabuk ve rasyonel şekilde çözmeye çalışırsa bu, işletmeye duyulan güveni, işletme gelirini ve prestijini artırır; müşterilerin aldıkları hizmetten tatmin olmalarını sağlar.

Konaklama işletmelerinin tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını yapmak için kullanabilecekleri farklı sistemler bulunmaktadır. Konaklama işletmesi, işletme tekstillerini çamaşır kiralama kuruluşlarından kiralayabileceği gibi tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapabilir ya da dışarıdan ticari bir firmaya yaptırabilir (Çakıcı vd. 2002).

Fiziksel, emek yoğun bir iş alanı olan; büyük bir para, zaman, emek ve uzmanlık gerektiren çamaşırhaneler; fazla tekstil ürünü stoku gerektirmemesi, tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımı ile ilgili problemlerin kaynağının bulunup soruna hemen müdahale edilmesi, yeterli denetim yapılabilmesi, gecikmenin önlenmesi, maliyet (makinelere, kimyasal maddeler, su-elektrik giderleri, personel maliyetleri vb.), yapılan işle ilgili idari sürecin daha yakından izlenebilmesi, iş aksaklıklarının önlenmesi, kaliteli iş yapılması gibi nedenlerden dolayı tercih edilmektedir (Resort Academy 2005).

Konaklama işletmelerinin kullandığı bir başka yöntemse işletme tekstillerinin dışarıdan ticari bir firmaya gönderilerek burada temizlik ve bakımının yapılmasıdır. İşletmenin bu kararı vermesinde en önemli etken işin maliyetidir. Bu nedenle işletme öncelikle sahip olduğu tekstil ürünü stoğunun yeterliliğinden emin olmalıdır. Daha sonra ticari firma işletme çamaşırhanesi kadar denetlenemeyeceğinden mevcut tekstil ürünlerinin yıpranma hızı, oranı ve bunun maliyeti dikkate alınmalı ve son olarak işletmenin ticari firmaya ödeyeceği bedel hesaplanmalıdır. Tüm bu hesaplar göz önüne alındığında tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının ticari bir firmaya yaptırılmasının maliyeti işletme çamaşırhanesinde yıkamanın bedelinden az ise tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının ticari bir firmada yapılmasına karar verilmektedir. Maliyetle birlikte yapılan işten verim elde edilmesi, nitelikli, işi bilen personelle çalışılması, gelişen teknolojiye yararlanılması, tüm sorumluluğun firmaya ait olması, işletmenin ekstra personel almasına gerek kalmaması gibi nedenler de tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının ticari bir firma tarafından yapılması kararını almada etkilidir (Gray ve Liguori 1980; Resort Academy 2005).

Özetle; konaklama işletmelerinde kullanılan tekstil ürünleri hem işletmede kalan müşterilerin tatmini hem de konaklama işletmesinin gelir ve prestij maliyeti açısından son derece önemlidir. Bu nedenle özellikle kalite göstergesi olan yıldızlarla nitelikleri belirtilmiş olan dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin tekstil ürünlerini seçim yöntemleri ile yöneticilerin tekstil ürünlerinin bakım ve temizlik uygulamaları, tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde gerçekleştiren konaklama işletmesi ile dışarıdan ticari bir firmaya yaptıran işletmelerin uyguladıkları yöntemleri saptamak ve uygulamalarla ilgili müşterilerin karşılaştıkları sorunları belirleyerek bir sonuca varmak bu alanda ülkemizde yapılmış olan çalışmaların azlığını da göz önünde bulundurunca büyük önem taşımaktadır.

## AMAÇ

Bu çalışma; tekstillerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan ve ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmelerinin tekstil ürünleriyle ilgili temizlik ve bakım uygulamaları ile bu işletmelerde kalan müşterilerin, tekstil ürünlerinin seçimi, temizliği ve bakımı hakkındaki görüşlerini ve sorunlarını saptamak amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

## YÖNTEM

Araştırmanın evrenini Ankara ili Çankaya ilçesinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı iki konaklama işletmesi ve bu konaklama işletmelerinde Eylül-Aralık 2006 ayları

arasında konaklayan müşteriler oluşturmaktadır. Belirtilen tarihlerde bu konaklama işletmelerinde konaklamış olan toplam 2070 müşteri araştırmanın evreni olarak belirlenmiştir. Araştırma evreni oluşturan müşterilerin 300'ü "Basit Rastgele Örnekleme Yöntemi" kullanılarak seçilmiş ve araştırma kapsamına alınmıştır. Anket sorularını yanıtlamayı kabul eden 300 müşterinin 150'sini tekstillerinin temizlik ve bakımını kendi işletmesinde yapan 150'sini ise dışarıdan ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kalan müşteriler arasından seçilmiştir. Verilerin analizinde 300 katılımcının "Müşteri Anket Formuna" verdikleri cevaplar bilgisayarda SPSS programına geçirilmiştir.

## BULGULAR

Kullandıkları tekstil ürünlerini kendi çamaşırhanesinde yıkayan ve ticari bir firmaya yıkatan iki konaklama işletmesinde yapılan araştırmanın bulguları; yöneticiyle görüşme sonucu elde edilen bulgular ve müşteriyle görüşme sonucu elde edilen bulgular olmak üzere iki bölümde incelenmiştir.

### Yöneticilerle Görüşme Sonucu Elde Edilen Bulgular

- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinin yöneticisinin 39 yaşında olduğu, şu anda çalıştığı konaklama işletmesinde bir yıldır, toplamda ise 19 yıldır çalıştığı, yüksek okul mezunu olduğu ve genel müdür yardımcısına bağlı olarak çalıştığı; işletmenin kendisine ait "çamaşırhanesinin olduğu" ve kat hizmetleri birimine bağlı olarak faaliyet gösterdiği; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinin yöneticisinin 28 yaşında olduğu, şu an çalışmakta olduğu konaklama işletmesinde bir yıldır, toplamda ise altı yıldır çalıştığı, lise mezunu olduğu ve genel müdüre bağlı olarak çalıştığı, işletmenin "çamaşırhanesinin bulunmadığı ve tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir çamaşırhanede yaptırdığı" belirlenmiştir.
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinin tekstil ürünlerinin seçim ve satın alınmasında karar veren kişinin kat hizmetleri yöneticisi ve onun üzerinde bulunan yöneticiler olduğu saptanmıştır. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir çamaşırhanede yaptıran konaklama işletmesinde ise seçim ve satın alma sırasında karar veren kişinin kat hizmetleri yöneticisinin üzerinde bulunan kişiler olduğu saptanmıştır.
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde tekstil ürünlerinin seçim ve satın alınması sırasında en

fazla dikkat edilen 5 özelliğin; fiyat, lif yapısı, kolay temizlenebilirlik, kolay ütülenebilirlik ve leke tutmazlık olduğu; yastık, yastık kılıfı, masa örtüsü, masa kapağı, peçete ve yorganın pamuk ve polyester karışımı; battaniyelerin yün; el ve banyo havlularının pamuk ve tül ve dekor perdelerin polyester liflerinden yapılmış olduğu bulunmuştur. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde kullanılan tekstil ürünlerinden yatak ve banyo takımlarının beyaz; mutfak takımlarının düz renkte olduğu; tekstil ürünlerinden yatak, banyo ve yemek takımlarının her gün; yastık ve yorganların her oda çıkışında; tül ve dekor perdelerin 1 aydan daha fazla sürede ve yatak örtüleri ve battaniyelerin on beş günde bir değiştirildiği bulunmuştur. Terzioğlu ve Şafak (1988) tarafından yapılan bir çalışmada; dokuma satın alınırken dikkat edilen en önemli hususların tüm oteller için dayanıklılık ve görünüşün güzel olması, yıkama ve temizlenmesinin kolay olması ve kalite olduğu belirtilirken tüm otellerde, sıhhi olması, yıkama ve temizliğinin kolay olması ve dayanıklı olması nedeniyle yatak, yemek takımı ve havlularda pamuklu, battaniyelerde ise yünlü dokumaların tercih edildiği belirtilmektedir. Acar (2003) ve Tokyürek ve Arpacı (2002) ve TUSİD (1997) tarafından yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde daha ucuz olması, ürünlerin istenilen yer ve zamanda hazır olması ve müşteri memnuniyetinin fazla olmasının tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının işletme çamaşırhanesinde yapılmasının avantajları olduğu; pahalıya mal olması ve işletme yönetiminin iş yükünü arttırması tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının işletme çamaşırhanesinde yapılmasının dezavantajları olduğu saptanmıştır. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kullanılan tüm tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının ticari bir çamaşırhanede yapıldığı belirlenmiştir. Daha temiz olması, daha ucuz olması ve müşteri memnuniyetinin fazla olması tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının ticari bir çamaşırhanede yapılmasının avantajları olduğu; yeterince temiz olmaması, pahalıya mal olması ve otel yönetiminin iş yükünü arttırması tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının ticari bir çamaşırhanede yapılmasının dezavantajları olduğu saptanmıştır. Akoğlan (1990) tarafından yapılan çalışmada da çamaşırhane ve housekeeping arasındaki ilişkinin daha kolay, uyumlu ve sağlıklı yürütülmesi açısından benzer konuların aynı departmanda toplanmasının çeşitli anlaşmazlık ve gecikmelerin önlenmesi açısından önemli olduğu; büyük otel işletmelerinde, işletme kapasitesi büyütüldükçe, buna

bağlı olarak personel sayısının da artacağı, örgütsel yapının fazlalaşacağı, Housekeeper'ın denetim alanının artacağı ve bunun sonucunda kişinin etkinliğinin azalacağı gerekçesiyle housekeeping departmanı içinde düşünülmesi gereken çamaşırhane bölümünün ayrı müdür ve şef tarafından idare edilmesi gerektiği belirtilmektedir. Kılıç (1997) tarafından yapılan bir başka çalışmada da bu sonucu destekler nitelikte bulgular elde edilmiştir.

- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde tekstil ürünlerinin temizliği ve bakımı ile ilgili sararma, sertleşme ve lekelerin zor çıkması sorunlarıyla "ara sıra"; grileşme, lekeli görünüm, renk solması, kumaş yıpranması, çekme, şekil bozukluğu, mukavemet kaybı ve hoş gitmeyen koku sorunlarıyla "hiçbir zaman" karşılaşılmadığı bulunmuştur. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde tekstil ürünlerinin temizliği ve bakımı ile ilgili çekme sorunuyla "her zaman"; sararma, kumaş yıpranması ve sertleşme sorunlarıyla "ara sıra"; grileşme, lekeli görünüm, renk solması, şekil bozukluğu, mukavemet kaybı ve hoş gitmeyen koku sorunlarıyla "hiçbir zaman" karşılaşılmadığı saptanmıştır. Terzioğlu ve Şafak (1988) ve Sontag (1970) tarafından yapılan bir çalışmada da yıkama ile ilgili en önemli problemlerin lekelerin çıkmaması, dokumanın sararması ve grileşmesi olduğu belirtilmektedir.
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde kullanılan tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımına ilişkin şikayetlerle "nadiren" karşılaşıldığı saptanmıştır. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kullanılan tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımına ilişkin şikayetlerle "bazen" karşılaşıldığı saptanmıştır.

### Müşterilerle Görüşme Sonucu Elde Edilen Bulgular

- Her iki konaklama işletmesinde kalan müşteriler yaşları, cinsiyetleri, meslekleri, konaklama işletmelerinde kalma süreleri, kalma amaçları, kullandıkları oda tipleri ve konaklama işletmelerini kullanma sıklıkları açısından karşılaştırıldığında benzerlik özelliklerde oldukları bulunmuştur. Buna göre; her iki konaklama işletmesinde kalan müşterilerin; 31-40 yaş arasında ve serbest meslek sahibidir. Müşteriler konaklama işletmelerinde iş nedeniyle bulunmakta, 1-3 gün, tek kişilik odalarda kalmakta ve ara sıra konaklama işletmelerini kullandıkları bulunmuştur. Her iki konaklama işletmesinde iş nedeniyle kalanların oranı en fazladır.

Tablo 1: Müşterilerin Tekstil Ürünlerinin Doğru Seçilip Seçilmediğine İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Müşterilerin Tekstil Ürünlerinin Seçimine İlişkin Görüşleri	Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımını Kendi Çamaşırhanesinde Yapan Konaklama İşletmesi		Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımını Ticari Bir Firmaya Yaptıran Konaklama İşletmesi		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kesinlikle Doğru Yapılmıştır	95	63,4	39	26,0	134	44,6
Kısmen Doğru Yapılmıştır	46	30,6	67	44,7	113	37,7
Doğru Yapılmamıştır	9	6,0	44	29,3	53	17,7
<b>Toplam</b>	<b>150</b>	<b>100,0</b>	<b>150</b>	<b>100,0</b>	<b>300</b>	<b>100,0</b>

( $X^2 = 50,4$  Sd = 2 P=0.000)

Tablo 1'de tekstil ürünlerinin seçimine ilişkin her iki işletme müşterilerinin görüşleri istatistiksel olarak karşılaştırıldığında aralarındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu sonuçlara dayanarak; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde kalan müşterilerin tekstil ürünlerinin seçimine ilişkin memnuniyet sahibi oldukları söylenebilir. Bunun nedeni; bu işletmesinde, tekstil ürünlerinin seçimini yapan kişinin bu konuda bilgi ve deneyim sahibi olan işletme Housekeeper'ı iken tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde tekstil ürünlerinin seçiminin sadece üst yönetim tarafından yapılmasından kaynaklanıyor olabilir.

Müşterilerin; tekstil ürünlerinin lif yapısı ve renk&deseni ile ilgili düşünceleri ile işletmelerin tekstil ürünlerine uyguladıkları temizlik ve bakım uygulamaları arasında fark olup olmadığı istatistiksel olarak incelendiğinde fark olmadığı belirlenmiştir ( $p > 0,05$ ).

Tablo 2. Müşterilerin Tekstil Ürünlerinin Lif yapısı, Renk ve Deseni, Modeli ve Boyutlarına İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımı

Özellikler		Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımını Kendi Çamaşırhanesinde Yapan Konaklama İşletmesi		Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımını Ticari Bir Firmaya Yaptıran Konaklama İşletmesi		Toplam	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Lif Yapısı	Uygun	142	95,3	136	90,7	278	92,7
	Kısmen Uygun	8	4,7	14	9,3	22	7,3
( $\chi^2 = 2.4$ sd = 1 p=0.117 )							
Renk ve Desen	Uygun	114	76.0	90	60.0	204	68.0
	Kısmen Uygun	36	24.0	60	40.0	96	32.0
( $\chi^2 = 3.7$ sd = 1 p=0.118 )							
Model	Uygun	116	77,3	61	40,7	177	59,0
	Kısmen Uygun	34	22,7	89	59,3	123	41,0
( $\chi^2 = 49.4$ sd = 2 p=0.000 )							
Boyut	Uygun	103	68,7	31	20,7	134	44,7
	Kısmen Uygun	47	31,3	119	79,3	166	55,3
( $\chi^2 = 44.8$ sd = 1 p=0.000 )							

Her iki konaklama işletmesinde kalan müşterilerin tekstil ürünlerinin lif yapısı ve renk&desen hakkındaki görüşleri konaklama işletmelerinin tekstil ürünlerine uyguladıkları temizleme yöntemlerine göre değişmemektedir. Bu sonuca dayanarak, her iki konaklama işletmesinin de işletmeleri için uygun lif dokusunda tekstil ürünü seçtikleri söylenebilir. Konaklama işletmeleri kat hizmetleri yöneticileriyle yapılan görüşmelerde de yöneticilerin, tekstil ürünlerinin seçimi sırasında en fazla dikkat ettikleri özellikler arasında lif yapısını belirttikleri bulunmuştur.

Müşterilerin; tekstil ürünlerinin modeli ve boyutlarıyla ilgili düşünceleri ile işletmelerin tekstil ürünlerine uyguladıkları temizlik ve bakım uygulamaları arasında fark olup olmadığı istatistiksel olarak incelendiğinde önemli bir fark olduğu saptanmıştır ( $p>0,001$ ). Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde tekstil ürünlerinin model ve boyutlarının tamamen yada kısmen uygun seçildiğini düşünenlerin oranı tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir çamaşırhaneye yaptıran konaklama işletmesinde kalan müşterilerin oranından fazladır.

Diğer taraftan; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesi yöneticileriyle yapılan görüşmede de tekstil ürünlerinin seçimi ve satın alınması sırasında tekstil ürünlerinin lif yapısı ve modelinin dikkat ettikleri özellikler arasında olduğu belirtilmiştir. Bu sonuca dayanarak; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinin, kullandıkları tekstil ürünlerinin model özelliği açısından özenli davrandıkları söylenebilir.

Tablo 3. Müşterilerin Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımı İle İlgili Sorunlarla Karşılaşma Sıklığına Göre Dağılımı

Sorunlarla Karşılaşma Sıklığı	Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımını Kendi Çamaşırhanesinde Yapan İşletme		Tekstil Ürünlerinin Temizlik ve Bakımını Ticari Bir Firmaya Yaptıran İşletme		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Her Zaman	17	11,4	41	27,3	58	19,4
Bazen	53	35,3	83	55,3	136	45,3
Nadiren	80	53,3	26	17,4	106	35,3
Toplam	150	100,0	150	100,0	300	100,0
( $\chi^2 = 44.0$ sd = 2 p=0.000 )						

Müşterilerin tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımı ile ilgili sorunlarla karşılaşma sıklığı ile işletmelerin tekstil ürünlerinin temizlik ve bakım uygulamaları arasında istatistiksel açıdan oldukça önemli bir fark vardır ( $p<0,001$ ). Zira; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan işletmede

kalan müşteriler “nadiren” yada “bazen” sorunlarla karşılaşırken tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kalan müşteriler “her zaman” yada “bazen” sorunlarla karşılaşmaktadır. Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımının işletme çamaşırhanesinde yapılmasının müşterilerin sorunlarla karşılaşma olasılığını azalttığı ve müşteri memnuniyetini arttırdığı sonucuna varılabilir. Aynı zamanda; bu sonuçlardan; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan işletmenin daha özenli davrandıkları anlaşılmaktadır. Yapılan bir araştırmada da (Tokyürek ve Arpacı 2002) otellerin tekstil ürünlerinin çoğunu kendi tesislerinde yıkamayı tercih ettikleri bulunmuştur. Bir başka çalışmada da (Öztürk 2000) müşterilerin arkadaş ve aile çevresine aldığı hizmetten olumlu izlenimler aktarmasının bu kitlenin de aynı yerden aynı hizmeti almak istemesini etkileyeceği; memnun olmayanların ise devamlı müşteri olmayacağı belirtilmektedir. Dolayısıyla müşterilerin sorunlarla karşılaşma sıklığı azaldıkça müşteri memnuniyeti artacak ve müşterilerin konaklama işletmesine karşı olumlu tutumları gelişecektir.

- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kalan müşterilerin ise yatak takımlarının temizlik ve bakımı ile ilgili en fazla dikkat ettikleri özelliklerin üzerinde lekeler olmaması, ürünlerin hasarlı olmaması ve yatak takımlarının pamuklaşmamış olması (sırasıyla %87,9; %51,0; %30,2) özelliklerine dikkat ettikleri saptanmıştır
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kalan müşterilerin banyo takımlarının temizlik ve bakımı ile ilgili en fazla dikkat ettikleri özelliklerin; banyo takımlarının üzerinde lekeler olmaması, hasarlı olmaması ve güzel kokması (sırasıyla %89,9; %38,7; %29,9) olduğu bulunmuştur.
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde kalan müşteriler masa takımlarının temizlik ve bakımı ile ilgili ürünün üzerinde lekeler olamaması, hasarlı olmaması ve ütülenmiş olması (%89,3; %51,7; %49,3) özelliklerine dikkat ettikleri saptanmıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinin Kat Hizmetleri Yöneticileri arasında yaş, eğitim ve deneyim açısından fark olduğu; tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendisi yapan konaklama işletmesi yöneticisinin daha üst düzey bir e-

ğitime ve daha fazla tecrübeye sahip olduğu; bu durumunda tekstil ürünlerinin seçim ve satın alınması kararını etkilediği saptanmıştır.

- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde tekstil ürünlerinin seçimi ve satın alınmasında karar veren kişiler Kat Hizmetleri Yöneticisi ve onun üstündeki yöneticilerken tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını ticari bir firmaya yaptıran konaklama işletmesinde seçim ve satın almaya karar veren kişilerin Kat Hizmetleri Yöneticisinin üstündeki kişiler olduğu öğrenilmiştir. Ancak seçim ve satın alma kararında Kat Hizmetleri Yöneticisinin söz sahibi olan konaklama işletmesinde kalan müşterilerin tekstil ürünlerinin seçimi ile ilgili memnuniyeti daha fazladır.
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını işletme çamaşırhanesinde yapmanın ya da ticari bir firmaya yaptıranın avantaj ve dezavantajları olduğu saptanmıştır.
- Her iki konaklama işletmesinde kalan müşterilerin tekstil ürünlerinin seçimine ilişkin görüşleri karşılaştırıldığında iki konaklama işletmesi arasında istatistiksel açıdan fark olduğu ( $p < 0,001$ ) ve tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan işletmede kalan müşterilerin genel olarak seçimin doğru yapıldığını düşündükleri bulunmuştur (Tablo 1).
- Her iki konaklama işletmesinde kalan müşterilerin tekstil ürünlerinin lif yapısı ve renk&desen ile ilgili görüşleri karşılaştırıldığında iki konaklama işletmesi arasında tekstil ürünlerine uyguladıkları temizlik ve bakım uygulamaları arasında fark olmadığı ( $p > 0,05$ ) ancak model ve boyutları arasında fark olduğu saptanmıştır ( $p < 0,001$ ) (Tablo 2).
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımı ile ilgili sorunlarla karşılaşma sıklığı ile işletmenin tekstil ürünlerinin temizlik ve bakım uygulamaları arasında oldukça önemli bir fark olduğu ( $p < 0,001$ ) ve tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan işletmede kalan müşterilerin genel olarak “nadiren” ve “bazen” sorunlarla karşılaştığı bulunmuştur (Tablo 3).
- Tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendi çamaşırhanesinde yapan konaklama işletmesinde kalan müşterilerin renkli tekstil ürünlerinde yer yer ağartıcı lekeleriyle, ürünlerin üzerinde yırtık vb. problemlerin olması, tekstil ürünlerinin rengini grileşmiş olması, yatak takımları ve masa örtülerinin üzerinde yabancı madde olması sorunlarıyla “hiç” karşılaşmadık-

ları (sırasıyla %78,6; %73,3; %64,3; %60,0); ürünlerin genel olarak temiz görünmemesi, eşit oranlarla ürünlerin sararmış olması, yatak takımları ve masa örtülerinin buruşuk olması, ürünlerin pamuklaşmış olması, ürünlerin üzerinde lekeler olması ürünlerin renginin solmuş olması, yatak takımlarının boyunun çekmiş olması, havlu ve çarşaf takımlarının yumuşak olmaması sorunlarıyla “nadiren” karşılaştıkları (sırasıyla %61,4; %60; %58,6; %54,3; %50,0; %48,6; %47,2) %40'ının ise ürünün temiz kokmaması sorunlarıyla “bazen” karşılaştıklarını bunmuştur. Müşterilerin her zaman ve ara sıra karşılaştığı sorun bulunmamaktadır.

- Her iki konaklama işletmesinde kalan müşterilerin yatak, masa ve banyo takımlarında dikkat ettikleri özellikler açısından benzerlik gösterdiği, konaklama işletmelerinin tekstil ürünlerinin temizlik ve bakımını kendisi uygulamalarının müşteriler üzerinde etkili olmadığı ve müşterilerin temizlik ve bakım uygulamaları nerede yapılırsa yapılsın müşterilerin benzer özelliklere dikkat ettikleri saptanmıştır.
- Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre;
- Konaklama işletmelerinde kullanılan tekstil ürünlerinin seçimi ve satın alınması sırasında bu konuda bilgi ve tecrübe sahibi olan kat hizmetleri Yöneticilerinin görüşlerinin alınması,
- Genel olarak müşterilerin sorunlarla çok az karşılaşması ve tatmin olması nedeniyle iyi bir maliyet hesabı yapılarak tekstil ürünlerinin temizliğinin işletme çamaşırhanesinde yapılması,
- Yöneticilerin tekstil ürünlerinin seçimi sırasında ürünlerin lif yapısı, model, boyut vb. özelliklere dikkat etmeleri ve müşterilerden gelen sorunlara ivedilikle çözüm bulmaları,
- Bu konuda eğitim veren lise ve üniversite düzeyindeki tüm eğitim kurumlarında konuyla ilgili ayrıntılı bilgi verilmesi, bu konuda proje, seminer vb. yapılması,
- OTED, TUSİD vb. tarafından bu alanda çalışanları bilgilendirecek çeşitli eğitim seminerlerinin hazırlanması, konuyla ilgili basılı kaynaklar sağlanması,
- Üniversitelerin ilgili bölümleriyle işbirliği yapılarak konaklama işletmeleri tekstillerinin temizlik ve bakımı ile ilgili uygulamaların geliştirilmesi önerilebilir.

## KAYNAKÇA

- Acar, D. (2003). Konaklama İşletmelerinin Çamaşırhanelerinde Uygulanan Yıkama Yöntemlerinin Yıkama Kalitesi Üzerine Olan Etkilerinin İncelenmesi. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Akoğlan, M. (1990). Otel İşletmelerinde Housekeeping Departmanında Hijyenin Önemi, *Gastronomi Dergisi*, 29(3):134-135.
- Çakıcı, C., Kozak, A. M., Azaltun, M., Sökmen, A. ve Saruışık, M. (2002). *Otel İşletmeciliği*. (Ed. Nazmi Kozak). Ankara: Detay Yayıncılık
- Dube, L., Renephan, L. ve Miller, J. (1994). Measuring Consumer Satisfaction for Strategic Management, *The Cornell of Hotel and Restaurant Administration*, 1(35): 39.
- Gray, W. ve Liguori, S. (1980). *Hotel and Motel Management and Operations*. 2 nd Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kılıç, E. (1997). Adım Adım Temizlik, Adım Adım Housekeeping. *Gastronomi Dergisi*, 15(5): 58-62.
- Öztürk, Y. (2000). Turistlerin Tatil Seçiminde Karar Verme Aşamaları, *Ticaret ve Turizm Eğitim Dergisi*, 3: 1-13.
- Resort Academy. (2005). Konaklama İşletmelerinde "Çamaşırhane Maliyetleri", *Aylık Turizm Dergisi*, 2(1):11.
- Schneider, M. ve Tucker, G. (1998). *The Professional Housekeeper*. New York: John Willy & Sons, Inc.
- Schneider, M., Tucker, G. ve Scoviak, M. (1999). *The Professional Housekeeper*. 4. Basım. New York: John Willy & Sons, Inc.
- Sontag, S. (1970). Changes In Apparance of Cotton and Polyester Fabric, *Journal of Home Economics*, 62: 251-252.
- Şafak, Ş. (1997). *Kurumlarda Ev İdaresi*. Ankara: Damla Matbaacılık Reklamcılık ve Yayıncılık Tic. Ltd. Şti.
- Terzioğlu, G. ve Şafak, Ş. (1988). Otellerde Kullanılan Tekstil Ürünlerinin Seçimi, Kullanımı ve Bakımının İncelenmesi, *Ev Ekonomisi Dergisi*, 4(1): 53-58.
- Tokyürek, Ş. ve Arpacı, F. (2002). *Konaklama Tesislerinde Tekstil Ürünlerinin Seçimi ve Kullanılması Konusunda Yöneticilerin Tercihleri*. Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları.
- TUSİD (Endüstriyel Mutfak Çamaşırhane, Servis ve İkram Ekipmanları Sanayicileri ve İş Adamları Derneği) . (1997). Masa Örtüleri, *Gastronomi Dergisi*, 22: 44-47.
- Yener, M. (1998). *Giyimde Kullanılan Lifler ve Giyim Eşyalarının Bakımı*. Ankara: Sim Matbaacılık.
- Yertutan, C. (1998). Kurum Ev İdaresi ve Toplam Kalite. Hacettepe Üniversitesi Ev Ekonomisi Yüksek Okulu, 1. *Ulusal Kurum Ev İdaresi Kongresi*. 21-23 Ekim 1998. Ankara.