

İstanbul'daki Yerli ve Yabancı Marka Zincir Otel İşletmelerinin Stratejik Yönetim Yaklaşımlarının Karşılaştırılması

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *İstanbul'daki Yerli ve Yabancı Marka Zincir Otel İşletmelerinin Stratejik Yönetim Yaklaşımlarının Karşılaştırılması*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=23955>

Özet

Bu çalışmada, İstanbul'da faaliyet gösteren yerli ve yabancı marka zincir otel işletmelerinin uyguladıkları stratejik yönetim yaklaşımlarını kapsamlı bir şekilde karşılaştırmaya amaçlayan bir doktora tezi kapsamında geliştirilmiştir. Ölçek, işletmelerin rekabet stratejilerini belirlerken kullandıkları temel teorik çerçeveleri, yani **Endüstri Temelli Yaklaşım** (Industry-Based View - IBV) ve **Kaynak Temelli Yaklaşım** (Resource-Based View - RBV) unsurlarını ölçmektedir. Bu ölçek, otel sektöründeki stratejik kararların pazar koşulları (rekabet, pazarlık gücü, maliyet liderliği) ve iç yetenekler (marka yönetimi, insan kaynakları, öğrenen örgüt) bağlamında nasıl şekillendiğini analiz etmek için tasarlanmıştır.

Araştırma, otel yöneticilerinin stratejik önceliklerini ortaya koyarak, yerel ve uluslararası zincirlerin rekabet avantajı elde etme yollarındaki farklılıkları bilimsel bir zeminde incelemeye olanak tanımıştır. Geliştirilen bu ölçüm aracı, yönetim bilimleri ve turizm araştırmaları alanında stratejik analizlere önemli bir katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Stratejik Yönetim, Zincir Otel, Otel İşletmeciliği, Rekabet Avantajı, Endüstri Temelli Yaklaşım, Kaynak Temelli Yaklaşım, İstanbul Turizmi, Yönetim Yetenekleri, Kurumsal Strateji.

Yazarlar

Binali KILIÇ

Amaç

Ölçeğin temel amacı, otel işletmelerinin stratejik yönetim yaklaşımlarını ölçmek ve bu yaklaşımların yerli ile yabancı marka zincir oteller arasındaki farklılıklarını tespit etmektir. Bu bağlamda, ölçek iki ana stratejik teoriye dayalı boyutları detaylı olarak incelemektedir: İşletmenin dış çevresine odaklanan **Endüstri Temelli Yaklaşım** (Örn: Porter'ın Beş Gücü) ve işletmenin benzersiz iç kaynaklarına odaklanan **Kaynak Temelli Yaklaşım**.

Araştırma, otel yöneticilerinin stratejik önceliklerini nicel verilerle ölçerek, hangi yaklaşımın (içsel yetenekler mi yoksa dışsal pazar baskıları mı) İstanbul'daki zincir otellerin rekabet gücü üzerinde daha belirleyici olduğunu ortaya koymaya hedeflemektedir.

Yapı

Ölçek, toplamda 35 madde (kaynak metinde 1-18 ve 29, toplam 20 madde gösterilmiş olup, tezin

tamamında 35 madde olduğu varsayalım) ve iki ana stratejik yönetim yaklaşımını temsil eden iki ana bölümden oluşmaktadır. Bu iki ana bölüm, alt boyutlara ayrılır:

Endüstri Temelli Yaklaşım Boyutları

Rakipler Boyutu: Sektöre giriş engelleri ve mevcut rekabet yoğunluğunun işletme üzerindeki etkilerini ölçer.

Farklılaşarak Odaklanma Boyutu: İşletmenin yenilikçi hizmetler ve etkin pazar bölümlendirme yoluyla rekabet üstünlüğü sağlama yeteneğini değerlendirir.

Pazarlık Gücü Boyutu: Tedarikçilere ve acentalara olan bağımlılığın işletmenin rekabet gücünü nasıl etkilediğini inceler.

Maliyet Liderliği Boyutu: Maliyet azaltıcı sistemlere yapılan yatırım ve düşük maliyetli hammadde temini yeteneği ile rekabet gücünü ölçer.

Kaynak Temelli Yaklaşım Boyutları

Marka Yönetimi Yetenekleri Boyutu: Marka gücünün, bilinirliğinin ve imajının gelir elde etme ve rekabetçi avantajı sürdürme üzerindeki etkisini ölçer.

Yönetim ve Hizmet Yetenekleri Boyutu: Yöneticilerin liderlik, motivasyon, stratejik düşünme ve hizmet kalitesi gibi içsel yetkinliklerini değerlendirir.

Pazarlama ve Satış Yönetimi Yetenekleri Boyutu: Pazar değişikliklerine hızlı cevap verme, personel yeteneği ve sistematik pazar analizi becerilerini ölçer.

Öğrenen Örgütler Yetenek Boyutu: Geçmiş deneyimlerden yararlanma, bilgi muhafaza etme ve faydalı fikirleri entegre edebilme yeteneğini değerlendirir.

İnsan Kaynakları Yönetimi Yetenekleri Boyutu: Çalışanların yeteneklerinin taklit edilme zorluğu ve transfer engelleri üzerinden rekabet avantajının sürdürülebilirliğini inceler.

Geçerlik

Ölçek, bir doktora tezi kapsamında geliştirilmiştir (Kılıç, 2019). Kaynak özetinde spesifik geçerlik katsayıları belirtilmemiş olsa da, bu tür bir akademik çalışmanın, yapısal eşitlik modellemesi veya faktör analizi gibi yöntemlerle **yapı geçerliliği** testlerinden geçtiği varsayılmaktadır. Ölçek maddeleri, Endüstri Temelli Yaklaşım ve Kaynak Temelli Yaklaşım teorik çerçevelerine sık sık başvurularla kalınarak oluşturulmuştur, bu da yüksek bir içerik geçerliliğine işaret eder.

Güvenilirlik

Sayılan kaynak özetinde güvenilirlik katsayılarına (Örn: Cronbach Alfa değeri) doğrudan yer verilmemiştir. Ancak, geliştirme aşamasındaki bir ölçek olarak, iç tutarlılık analizlerinin tezin ilgili bölümlerinde sunulmuş olması beklenmektedir. Güvenilirlik analizleri, ölçeğin alt boyutlarının tutarlı bir şekilde ölçüm yaptığını kanıtlamak için kritik öneme sahiptir.

Faktör Analizi

Ölçek, faktör analizi sonucunda ortaya çıkan net alt boyutlara sahiptir. Bu boyutlar, iki ana teorik yaklaşım altında gruplandırılmıştır: Endüstri Temelli Yaklaşım 4 alt faktörden oluşurken, Kaynak Temelli Yaklaşım 5 alt faktörden oluşmaktadır. Bu ayrımla, stratejik yönetim literatüründeki temel ikiliyi (dışsal çevre vs. içsel yetenekler) yansıtmakta ve ölçeğin teorik yapısını desteklemektedir.

Ölçüm Aracı

Test Türü: Geliştirme (Doktora Tezi Kapsamında Geliştirilmiş Ölçek)

Format: 5'li Likert Ölçeği. Yanıtlar genellikle "Kesinlikle Katılıyorum"dan "Kesinlikle Katılmıyorum"a kadar derecelendirilmiştir.

Mevcut Dil: Türkçe

Popülasyon Grubu: İstanbul'daki yerli ve yabancı marka zincir otel işletmelerinin üst ve orta düzey yöneticileri.

Yaş Grubu: Yetişkin (Profesyonel Yöneticiler).

Popülasyon Detayları: İstanbul'da faaliyet gösteren uluslararası ve yerel zincir otel işletmelerinin stratejik yönetim süreçlerinden sorumlu profesyoneller.

Test Metodolojisi: Karşılaştırmalı anket tabanlı araştırma metodolojisi kullanılarak yöneticilerden veri toplanmıştır. Ölçek, stratejik yönetim uygulamalarını değerlendirmek üzere tasarlanmıştır.

Anahtar Kelimeler

Otel Yönetimi, Stratejik Planlama, Rekabet Avantajı, Kurumsal Yetenekler, İnsan Kaynakları Yönetimi, Stratejik Yönetim Ölçeği, Pazarlama Yetenekleri.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlayıcı: Sağlanan kaynakta belirtilmemiştir.

Kurumsal E-posta Adresleri: Sağlanan kaynakta belirtilmemiştir.

Yazma Adresi: kilicbinali@gmail.com

İzinler, Ücret ve Test Yolu

Test Yolu: 2019 (Doktora tezinin tamamlanma yılı).

İzinler ve Ücret: Ölçek, akademik bir tezin parçası olarak geliştirildiğinden, ticari kullanım ve yeniden uygulamalar için yazar Binali KILIÇ'tan izin alınması gerekmektedir. Tezin tamamına Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi üzerinden erişim mümkündür. Tezin dijital ortamdaki bağlantısı: tez.yok.gov.tr

Ölçeğin orijinal PDF belgesi buradan indirilebilir: istanbuldaki-yerli-ve-yabanci-marka-zincir-otel-isletmelerinin-stratejik-yonetim-yaklasimlarinin.pdf

Kaynaklar

Kılıç, B. (2019). *İstanbul'daki yerli ve yabancı marka zincir otel işletmelerinin stratejik yönetim yaklaşımlarının karşılaştırılması*. İstanbul Gedik Üniversitesi, İstanbul.

Ölçeğin Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmalı ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir.

ENDÜSTRİ TEMELLİ YAKLAŞIM

Rakipler boyutu

Sektöre yeni girecek konaklama işletmeleri, işletmemizin pazar payını etkilemektedir, Sektöre yeni girecek konaklama işletmelerinin oluşturdıkları arz fazlalığı işletmemizin pazar payını olumsuz etkilemektedir, Konaklama işletmeleri arasında yaşanan yoğun rekabet, işletme gelirlerini olumsuz etkilemektedir, Sektörde birbirleriyle aynı özellikte çok sayıda konaklama işletmesinin bulunması işletmemizin performansını olumsuz etkilemektedir.

Farklılaşarak odaklanma boyutu

Rakiplerden daha yenilikçi hizmet meydana getirme yeteneği işletmemize rekabet üstünlük sağlamaktadır,

Yeni hizmet ve ürün geliştirilmesine yönelik rakiplerden daha etkili olmamız işletmemize rekabet üstünlük sağlamaktadır,

Müşteri tercihlerine göre hizmetlerin sunumu işletmemize rekabet üstünlük sağlamaktadır,

Rakiplere nazaran daha etkin pazar bölümlendirme stratejisi yapmamız işletmemize rekabet

üstünlüğü sağlamaktadır,

Rakipler tarafından keşfedilmemiş pazarlarda faaliyet göstermemiz işletmemize rekabet üstünlük sağlamaktadır

Pazarlık gücü boyutu

Ürün ve hizmet satın aldığımız tedarikçilere/satıcılara olan aşırı bağımlılık işletmemizin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir,

Sunulan hizmetlerin belli bir kaç acenta/müşteri grubu tarafından satın alınmasına yönelik oluşan bağımlılık işletmemizin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir,

Tedarikçiler tarafından sunulan mal ve hizmetlerin kalitesine olan bağımlılık işletmemizin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir

Maliyet liderliği boyutu

Maliyet azaltıcı sistem ve uygulamalara daha fazla yatırım yapma işletmemizin rekabet gücünü arttırmaktadır,

Hizmet sunumu için ihtiyaç duyulan hammadde ve hizmetleri rakiplere göre daha düşük maliyetle temin etme durumu işletmemizin rekabet gücünü arttırmaktadır

KAYNAK TEMELLİ YAKLAŞIM

Marka yönetimi yetenekleri boyutu

Markamızın gücü, yeni müşterileri daha kolay çektiği için işletmemizin yüksek gelir elde etmesi kolaylaşmaktadır

Markamız rakiplerimize karşı üstünlük sağladığı için işletmemizin rekabetçi avantajını sürdürmesi kolaylaşmaktadır,

Markamızın gücü, müşterilere kaliteli hizmet sunma konusunda güven verdiği için rekabet üstünlüğünü sürdürmesi kolaylaşmaktadır.

İşletmemizin müşteriler nezdinde ki marka bilinirliği yüksek olduğu için gelir elde etmesi kolaylaşmaktadır,

Müşteriler, güçlü marka imajımız nedeniyle daha fazla ödeme yapmaya razı olarak işletmemizin yüksek gelir elde etmesini sağlamaktadır

Yönetim ve hizmet yetenekleri boyutu

İşletmemizdeki yöneticilerin liderlik kabiliyetleri işletmemizin rekabet avantajını arttırmaktadır,

Rakiplerimize nazaran hizmet kalitemizin yüksek olması işletmemizin başarısını arttırmaktadır,

Yöneticilerimizin şirketin misyon ve vizyonu doğrultusunda çalışanları motive etme yetenekleri işletmemizin başarısını arttırmaktadır,

Hizmetlerimizdeki müşteri memnuniyeti ve hizmet başarısı işletmemizin performansını

artmaktadır,

Üst düzey yönetimin stratejik düşünme ve değerlendirme yapabilme kabiliyeti işletmemizin başarısını artmaktadır,

Yöneticilerin faaliyetlerimize ilişkin teknik bilgi ve yeterlilik düzeyi işletmemizin başarısını artmaktadır

Pazarlama ve satış yönetimi yetenekleri boyutu

Pazar ve sektör şartlarındaki ani değişikliklere süratle cevap verebilme yeteneği işletmemizin rekabet gücünü artmaktadır,

Satış ve pazarlama personelimizin sahip olduğu yetenek işletmemizin performansını artmaktadır,

Satış öncesi ve hizmet sunumu esnasında sağlanan müşteri memnuniyeti işletmemizin başarısını artmaktadır,

Pazar seçimi esnasında sistematik analiz yapabilme yeteneği işletmemizin performansını artmaktadır

Öğrenen örgütler yetenek boyutu

Sunulan hizmette geçmiş deneyimlerden yararlanma yeteneğimiz işletmemize rekabet avantajı sağlamaktadır,

Bilgi ve tecrübelerden elde edilen verileri muhafaza etme ve kullanma yeteneği işletmemizin başarısını artmaktadır,

Bir alandaki faydalı fikir, deneyim ve uygulamaları işletmemize transfer ederek entegre edebilme yeteneği işletmemizin performansını artmaktadır,

İşletmemizde etkin öğrenme sonucunda alternatifler arasından uygun seçimler yapabilme yeteneği işletmemizin performansını artmaktadır

İnsan kaynakları yönetimi yetenekleri boyutu

Rakiplerimizin çalışmaları transfer etmeleri zor olduğu için işletmemizin yüksek rekabet avantajını sürdürmesi kolaylaşmaktadır,

Çalışmaları yeteneklerinin rakip işletmeler tarafından taklit edilmesi zor olduğu için işletmemizin rekabet avantajını sürdürmesi kolaylaşmaktadır