

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ARTIRILMASINA
YÖNELİK BİR UYGULAMA:
MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YAZBAHAR TABAK

İSTANBUL 2009

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ ANABİLİM DALI

BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ARTIRILMASINA
YÖNELİK BİR UYGULAMA:
MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YAZBAHAR TABAK

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Berat Bırfın Bir Bayraktar

İSTANBUL 2009



MARMARA ÜNİVERSİTESİ
TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans öğrencisi Yazbahar Tabak "Bilgi ve Belge Merkezlerinde Hizmet Kalitesinin Artırılmasına Yönelik Bir Uygulama: Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Örneği" konulu tez çalışması jürimiz tarafından Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans tezi olarak oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile başarılı bulunmuştur.

Tez Danışmanı : Doç.Dr. Berat Bir Bayraktar
Üniversitesi Marmara

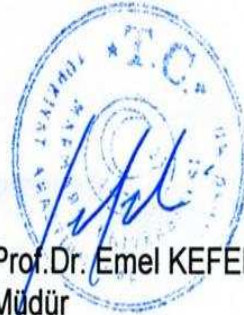
İmza

Üye : Prof.Dr. Hamza Kandur
Üniversitesi Marmara

Üye : Prof.Dr. Canan Çetin
Üniversitesi Marmara

ONAY

Yukarıdaki jüri kararı Enstitü Yönetim Kurulu' nun .06..../07.... / 2009 tarih ve 2009/13-4 sayılı kararıyla onaylanmıştır.



Prof.Dr. Emel KEFELİ
Müdür

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	I
ÖNSÖZ	IV
ÖZET	V
SUMMARY	VI
TABLO LİSTESİ	VII
ŞEKİL LİSTESİ	IX
KISALTMALAR	XI

1. BÖLÜM

HİZMET KAVRAMI, HİZMET ÜRETEN İŞLETMELER, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ

1.1. HİZMET KAVRAMI	1
1.1.1. Üretim İçeren Hizmetler	6
1.1.2. Üretim İçermeyen Hizmetler	6
<i>Üretim İçermeyen Hizmetlerin Genel Özellikleri</i>	
1.1.2.1. Elle Tutulmazlar	6
1.1.2.2. Hizmet ve Hizmeti Üretenden Ayrılmazlar	7
1.1.2.3. Üretim ve Tüketimleri Eş Zamanlıdır	7
1.1.2.4. Heterojendir	8
1.2. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI	10
1.3. HİZMET ÇEŞİTLERİ	11
1.4. HİZMET İŞLETMELERİ OLARAK BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİ VE ÖZELLİKLERİ	12
1.4.1. Envanter Yapılamaz	13
1.4.2. Emek Yoğundur	13

1.4.3.	<i>Kalite ve Miktarı Ölçme İmkânı Sınırlıdır</i>	13
1.4.4.	<i>Genellikle Pazara Yakındır</i>	14
1.4.5.	<i>Hedef Pazarının Tanımlaması Güçtür</i>	14
1.4.6.	<i>Geleceğe Yönelik Talebin Yönetim Zorluğu</i>	14
1.5.	KALİTE KAVRAMI	15
1.6.	KALİTE YÖNETİMİ VE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ	18
1.6.1.	Toplam Kalite Yönetimi Öğeleri	24
1.6.1.1.	<i>Müşteri Odaklılık</i>	25
1.6.1.2.	<i>İşlem Geliştirme</i>	27
1.6.1.3.	<i>Tam Katılım</i>	27
1.6.1.4.	<i>Birey Kalitesi</i>	28
1.6.1.5.	<i>Tam Zamanında Hizmet (Just in Time)</i>	28
1.7.	HİZMET KALİTESİ	28
1.8.	BİLGİ VE BELGE MERKELERİNDE HİZMET KALİTESİ	41
1.9.	BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR	45
1.9.1	Servqual (Service Quality): Hizmet Kalitesi	45
1.9.2	Libqual (Library Quality): Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi	47

2. BÖLÜM

BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ARTIRILMASI: MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ ÖRNEĞİ

2.1.	BİLGİ VE BELGE MERKEZİ OLARAK MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANE	50
------	--	----

2.2. MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANE’DE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK ANKETİN UYGULANMASI, GENEL DEĞERLENDİRMESİ	56
SONUÇ	94
KAYNAKÇA	98
EK-1	I
EK-2	IV
EK-3	X
ÖZGEÇMİŞ	XII

ÖNSÖZ

Hizmet Kalitesi bir hizmet kurumunda yapılan bütün işlerden yararlananların isteklerini karşılayabilmek adına gerekli olan yönetim, insan ve yapılan hizmetlerin kalitelerinin belirli bir sistem anlayışı içinde, hizmet sektöründe çalışan tüm personelin katılımı, ve bu çalışanların hedef ve fikir birliği sağlanarak ele alınması ve geliştirilmesidir.

Çalışmamızda bu noktadan hareketle hizmet ve hizmetin tamamlayıcısı olan kalite ve kaliteli hizmet tanımlamaları yapılmaya çalışılarak, hizmet kalitesinin olması gereken boyutları ele alınmıştır.

Bu çalışma ile hizmet kalitesi ölçümüne yönelik bir anket hazırlanıp, Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nde uygulanmıştır. Bu anketin amacı verilen hizmetin memnuniyet düzeyinin ölçülmesi ve sunulan hizmetin, müşteri üzerinde bıraktığı olumlu, olumsuz etkiler gözden geçirilerek, olması gereken hizmet ve hizmetler değerlendirilmeye çalışılmıştır. Değerlendirmeler grafikleştirilip yorumlanmış ve çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

Çalışma öncesinde ve çalışma esnasında benden desteğini son ana kadar esirgemeyen kıymetli Hocam Doç. Dr. Berat Bir BAYRAKTAR'a, her daim bilgisinden yararlandığım arkadaşım Burçak ŞENTÜRK'e anket çalışmamı uygulamış olduğum ve hizmet verdiğim "Marmara Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanı" Sevinç KAZAZ'a başta olmak üzere Müdürümüz Tamer TEKGÜL'e çalışmalarım boyunca desteğini eksik etmeyen sevgili mesai arkadaşlarıma, çalışmanın anket kısmında engin tecrübeleri ile yol gösteren ve yardımcı olan sevgili hocam Yrd. Doç. Dr. Murat ÇİNKÖ'ya anket çalışmalarında ve teknik destek kısmında her zaman benimle olan "Tezler ve Danışma Kaynakları Kısmi Zamanlı Çalışan" öğrencilerime, anket data girişlerinde yardımını esirgemeyen sevgili öğrencim Hakan İYİKÖRÜKÇÜ'ye sonsuz teşekkürler.

Birlikte daha kaliteli hizmetlerin verildiği günlere ulaşmak dileğiyle.

ÖZET

Bu çalışmada, insanın hayatı boyunca gerçekleştirdiği tüketim kavramına değinilip, tüketimin doğal bir sonucu olan hizmet kavramının tanımı yapılarak, hizmete değer ve önem katan hizmet kalitesi kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Buradan hareketle çağın en önemli hizmet merkezlerinden biri olan Bilgi ve Belge Merkezleri'nde Hizmet Kalitesi kavramının önemi hakkında bilgiler verilip, uygulama çalışması ile yol haritası çizilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın 1. bölümünde hizmet, kalite ve hizmet kalitesi kavramlarını tanımlanmış, 2. bölümde ise Bilgi ve Belge Merkezleri'nde Hizmet Kalitesinin önemi vurgulanmıştır. Takip eden bölümde Hizmet kalitesi ölçüm çalışmaları ve tezimizde örnek teşkil eden LIBQUAL ve SERVQUAL hakkında bilgiler verilmiştir.

Hizmet Kalitesinin ölçümüne yönelik bir anket hazırlanılıp, Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane'de uygulanmıştır. Araştırma grubuna Merkez Kütüphane öğrencileri ve dış kullanıcıları dahil edilmiştir.

Anket verileri toplanılıp değerlendirmeler yapılmıştır. Bu değerlendirmelere göre; kullanıcı genel memnuniyeti %65 oranında bulunmuştur.

Çalışmanın son bölümünde Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nde uygulanan anket ve içeriği ile bilgiler sunulduktan sonra değerlendirmeler ve önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Servqual, Libqual, Müşteri Tatmini, Hizmet İşletmeleri, Bilgi ve Belge Merkezleri, Kütüphane Hizmet Kalitesi

SUMMARY

This study seeks to indicate the concept of consumption, a lifetime activity for humans, to provide a clear and a concise definition for the concept of service, a natural outcome of consumption, and to reveal the concept of service quality, which aims to enrich and bring more value to service. Also, it is intended in the study to render information on the significance of concept of service, being one of the most influential service centers in the present day.

While the initial part of this study aims to illustrate the concepts of service, quality and service quality, the latter is intended to emphasize the significance of service quality at information and documentation centers. The subsequent parts indicate the evaluation of service quality, and LIBQUAL and SERVQUAL, both of which in the thesis may perfectly well serve as a model.

A questionnaire to evaluate service quality was designed and submitted to those at the central library of University of Marmara. Of the participants of the study are the students at the central library and those from outside of the school.

The outcomes of the survey were collected and evaluated. The findings revealed the fact that % 65 of the users displayed their satisfaction.

The final part of the study emphasizes some information on the content of the questionnaire administered at the central library of University of Marmara as well as the evaluations and future suggestions.

Key Words: Service Quality, SERVQUAL, Libqual, Customer Satisfaction, Business Services, Information and Documentation Centers.

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo1. Fiziksel Mallar/Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar.....	3
Tablo.2. Mallar ve Hizmetlerin Değerlendirme Ölçütleri: İşlemler, Çıktılar ve Çalışanlar Açısından	4
Tablo 3. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane Çalışanlarının Eğitim Durumu...	51
Tablo 4. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari Personel Hizmet Süreleri...	51
Tablo 5. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari Personel Yaş Dağılımı.....	52
Tablo 6. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari ve Akademik Hizmetler ...	52
Tablo 7. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane 2007-2008 Kütüphane İstatistikleri	54
Tablo 8. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Yaş Dağılımı.....	58
Tablo 9. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Cinsiyet Dağılımı	59
Tablo 10. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Eğitim Dağılımı	60
Tablo 11. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Meslek Dağılımı	61
Tablo 12. İdeal Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi.....	63
Tablo 13. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcıya Saygılı Oluşu	64
Tablo 14. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması.....	65
Tablo 15. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlama Yeterliliği.....	66
Tablo 16. İdeal Kütüphanede Konu Uzmanları ve Yardımcılarının Yönlendirmeleri.....	68
Tablo 17. İdeal Kütüphanede Kütüphane Alanının Çalışma ve Öğrenme için Yeterliliği.....	68
Tablo 18. İdeal Kütüphanede Kullanıcının Erişim ve Teknik Servis Sorunlarının Çözünürlüğü ve Güvenirliği	70
Tablo 19. İdeal Kütüphanede Bireysel Çalışmalar için Gerekli Sessiz Alanın Varlığı.....	71
Tablo 20. İdeal Kütüphanede Grup Çalışması ve Toplantı için Gerekli Alanın Varlığı.....	72
Tablo 21. İdeal Kütüphanede Kullanıcıların Kendi Bilgilerine Ulaşma ve Değişiklik Yapabilme Olanağı	74
Tablo 22. İdeal Kütüphanede Kütüphane Materyalini Ödünç Alabilme	74

Tablo 23. İdeal Kütüphanede Öğrenci Çıkış İşlemleri Yapabilme	75
Tablo 24/1 İdeal Kütüphanede Özel Koleksiyonlara ve Nadir Eserlere Erişim	76
Tablo 24/2 Merkez Kütüphanede Özel Koleksiyonlara ve Nadir Eserlere Erişim.....	76
Tablo 25. İdeal Kütüphanede Toplam Kalite Yönetim Standartlarına Uygunluk	77
Tablo 26. İdeal Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet	78
Tablo 27. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi ...	79
Tablo 28. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Saygılı Oluşu	80
Tablo 29. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması	81
Tablo 30. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcı İhtiyaçlarını Anlama Yeterliliği	82
Tablo 31. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Yardım Gönüllülüğü	82
Tablo 32. Merkez Kütüphanede Kullanıcı İçin Gereken Materyalin Varlığı	83
Tablo 33. Merkez Kütüphanede Bilgi Gereksinimi Sağlayan Modern Ekipmanın Varlığı	85
Tablo 34. Merkez Kütüphanede Yeterli Sayıda Elektronik Belge ve Basılı Kaynağın Varlığı	85
Tablo 35. Merkez Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet	87
Tablo Kıyas-1 Web Sitesi Kullanım ve Kütüphane Kullanım Sıklığı	88
Tablo Kıyas-2 Kütüphane Kullanım Sıklığı ve Diğer Tarayıcıları Kullanım Sıklığı.....	89
Tablo 36. Kütüphanenin Web Sitesi Aracığ İle Ne Kadar Sıklıkla Kullanıldığı	90
Tablo 37. Kütüphane Dışındaki Tarayıcıları Kullanımı Sıklığı (Google, Yahoo)	91
Tablo 38. Araştırma Yapılan Konu: Genel Konular	92
Tablo 39. Kütüphanemizi Tercih Nedeni: Ulaşım Kolaylığı	93
Tablo 40. Kütüphanemizi Tercih Nedeni: Üniversite Kütüphanesi Olması	93

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli	31
Şekil 2. PZB'nin Araştırmaları Sonucunda Elde Edilen Bulgular	34
Şekil 3. Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli	36
Şekil 4. Boşlukların Oluşmasına Sebep Olan Faktörler	38
Şekil 5. Algılanan ve Beklenen Hizmetin Karşılaştırılması	41
Şekil 6. Kütüphane Hizmet Kalitesi Boyutları	49
Şekil 7. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane Örgüt Şeması	51
Şekil 8. Merkez Kütüphane 2008 Harcama Dağılımı	53
Şekil 9. Yaş Dağılımı	58
Şekil 10. Cinsiyet Dağılımı	59
Şekil 11. Eğitim Dağılımı (Yüzdelik Dağılımı)	60
Şekil 12. Meslek Dağılımı	61
Şekil 13. Meslek Dağılımı (Yüzdelik)	62
Şekil 14. İdeal Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi	63
Şekil 15. İdeal Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi(Yüzdelik)	64
Şekil 16. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcıya Saygılı Oluşu	65
Şekil 17. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması	66
Şekil 18. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlama Yeterliliği	67
Şekil 19. İdeal Kütüphanede Kütüphane Alanının Çalışma ve Öğrenme İçin Yeterliliği	69
Şekil 20. İdeal Kütüphanede Bireysel Çalışmalar İçin Gerekli Sessiz Alanın Varlığı.....	72

Şekil 21. İdeal Kütüphanede Grup Çalışması ve Toplantı İçin Gerekli Alanının Varlığı	73
Şekil 22. İdeal Kütüphanede Kütüphane Materyalini Ödünç Alabilme	75
Şekil 23. İdeal Kütüphanede Özel Koleksiyonlara ve Nadir Eserlere Erişim	77
Şekil 24. İdeal Kütüphanede Toplam Yönetim Standartlarına Uygunluk	78
Şekil 25. İdeal Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet	79
Şekil 26. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi	80
Şekil 27. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması	81
Şekil 28 Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Yardım Gönüllülüğü	83
Şekil 29. Merkez Kütüphanede Kullanıcı İçin Gereken Materyalin Varlığı	84
Şekil 30. Merkez Kütüphanede Kullanıcı İçin Gereken Materyalin Varlığı (Yüzdelik)	84
Şekil 31. Merkez Kütüphanede Yeterli Sayıda Elektronik Belge ve Basılı Kaynağın Varlığı	84
Şekil 32. Merkez Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet	87
Şekil 33. Kütüphane Kaynaklarını Kullanma Sıklığı33. Kütüphane Kaynaklarını Kullanma Sıklığı	88
Şekil 34. Kütüphanenin Web Sitesi Aracığ İle Ne Kadar Sıklıkla Kullanıldığı	90
Şekil 35. Kütüphanenin Web Sitesi Aracığ İle Ne Kadar Sıklıkla Kullanıldığı (Yüzdelik)	91
Şekil 36. Kütüphane Dışındaki Tarayıcıları Kullanımı Sıklığı (Google, Yahoo v.s.)	92

KISALTMALAR

TKY Toplam Kalite Yönetimi

a.g.e Adı Geçen Eser

AH Algılanan Hizmet

ARL (Association of Research Libraries- Araştırma Kütüphaneleri Derneği)

Bkz Bakınız

BH Beklenen Hizmet

JIT Just-in Time (Tam Zamanında)

PZB Pansuraman ve Zeithaml ve Berry

SPSS Statical Package of Social Science

Şkl Şekil

Tbl Tablo

1. BÖLÜM

HİZMET KAVRAMI, HİZMET ÜRETEN İŞLETMELER, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ

Bu bölümde hizmet kavramı tanımlandıktan sonra, hizmet üreten işletmelerin temel özellikleri hakkında bilgiler sunulacaktır. Takip eden bölümde Kalite kavramı tanımlanmaya çalışılıp, Kalite Yönetimi ve Hizmet Kalitesi kavramlarına değinilecektir. Öncelikli olarak aşağıda hizmet kavramına değineceğiz.

1.1. HİZMET KAVRAMI

Hizmet kavramı yaşamın her alanında değişik biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. “Bir kavram olarak hizmet ilk kez 1934 yılında, Allan Fisher’in “The Clash of Progress and Security” (Gelişme ve Güvenlik Tartışması) adlı eserinde kullanılmıştır”¹. Hizmet kavramının tarihinin çok eskilere dayandığı bilinmektedir. Bazı kaynaklara göre ise hizmet kavramı sistematik olarak 1700’lü yıllarda Fransız filozoflar tarafından ele alınmıştır. Burada yapılan tanımlama da tarım faaliyeti dışında kalan tüm faaliyetler hizmet kavramı içine dahil edilmiştir. Dönemin koşulları gereği tarımı üretim olgusu olarak gördüklerinden bunun dışında kalan tüm faaliyetler hizmet olarak adlandırılmıştır. Zamanla bu tanımlamalar hizmetin içeriğini tam olarak yansıtamadığından “Adam Smith, bu yetersizliği bir ölçüde fark etmiş ve sonunda somut elle tutulabilir ürün meydana getirmeyen tüm faaliyetlere hizmet adını vermiştir”². “1900’lü yılların başında Birleşik Devletlerde çalışanların her 10 kişisinden sadece üçü hizmet sektöründe çalışıyordu. Çalışanların geriye kalanı tarım ve endüstri alanında çalışmaktaydı. 1950’li yıllarda hizmetlerde çalışanların, toplam iş gücünün %50’si kadar olduğu belirlenmiştir”³. Diğer yandan Amerikan Pazarlama Birliği’nin hizmetleri; “satışa sunulan ya da ürünlerin satışıyla bağlantılı olan faaliyet, yarar ve doyumlar” olarak tanımlamasından sonra hizmet kavramını tanımlama çabaları da artmıştır”⁴.

¹ Thema Larousse, Milliyet Gazetecilik A.Ş., Cilt 2, 1993-1994:312.

² Öztürk, Ayşe Sevgi (2000), **Hizmet Pazarlaması**, Eskişehir.

³ Fitzsimmons, J.A. ve S. Sullivan (1982), “**Service Operations Management**”, Newyork: Mc. Graw-Hill Inc. ss.3.

⁴ Borak, Eser (1986), “Hizmet Pazarlama Literatürü Üzerine Bir İnceleme”, **İşletme Fak. Dergisi**, Kasım, ss. 70-71

20. yüzyıl sonunda “Bilgi Devrimi” ile birlikte değişim ve büyümeler ile hizmet kavramının tanımları da değişmiştir. Daha önceden hizmet kavramı üretim terimleri içinde yer alırken, artık insanların gereksinimlerini karşılayan belirli bir bedel karşılığında satışa sunulan bir mal ve o malın sahipliği gibi sadece maddesel ürün ya da üretim değil yarar ve kullanıcı tatmini sağlayan sosyal ve kültürel faaliyetlerin tamamı olarak tanımında şekil değiştirmiştir.

“Hizmet sektörünün gelişmesi ile hizmet kavramı da değişmiştir. Dolayısıyla, müşteriye yarar sağlamak amacıyla çoğunlukla soyut olan ve mülkiyet transferi ile sonuçlanmayan, insan davranışlarına yönelik süreçtir”⁵.

Bununla birlikte yapılan birçok tanım içinde hizmet kavramı ürün ve mal kavramları ile birlikte tanımlanmıştır. Ancak unutulmamalıdır ki ürün, müşterinin ihtiyacını karşılayan süreç ya da nesnedir. Mal ve hizmet kavramları ise ürüne yönelik alt kategorilerdir. Hizmeti fiziksel mal ve üründen ayrı da tutmak mümkündür. Özellikle belirli bir kar karşılığı ürün ya da mal üretmeyen hizmete yönelik işletmeler bu tanımlama içerisinde tutulmalıdır.

Bu tanımlamalardan hareketle hizmetlerin fiziksel mal ve üründen ayrılan özelliklerini bir tablo halinde açıklayacak olursak ortaya aşağıdaki gibi bir tablo çıkacaktır. (Bkz. Tablo 1)

⁵ Bakan, İsmail v.d. (2008). “**Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi**”, İstanbul : Asil Yay., ss.4

Tablo 1. Fiziksel Mallar/Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar

Fiziksel Mal ve Ürünler	Hizmetler
Çıktılar somuttur.	Soyutturlar (elle tutulmazlar).
Homojen.	Heterojen.
Üretim ve dağıtım, tüketimden ayrılır.	Üretim, tüketim ve dağıtım eş zamanlıdır.
Bir nesnedir.	Bir faaliyet ve süreçtir.
Öz (asıl) değer fabrikada üretilir.	Öz (asıl) değer satıcı ve alıcı arasındaki etkileşim ile üretilirler.
Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmaz.	Müşteriler üretim sürecine katılırlar.
Stoklanabilir.	Stoklanamazlar.
Mülkiyet hakkı transfer edilebilir.	Mülkiyet hakkı transfer edilemez.
Son tüketici ile temas düşüktür.	Müşteri/kullanıcı ile temas yüksektir.
Sermaye yoğunudur.	İş gücü yoğunudur.
Kalite ölçümü kolaydır.	Kalite ölçümü zordur.
Karmaşık ve birbiri ile ilgili işlemler vardır.	Basit işlemler vardır.
Faaliyet gösterilen pazarlar bölgesel, ulusal ve uluslar arasındadır.	Faaliyet gösterilen pazarlar genellikle bölgeseldir.

Kaynak: Grönroos, Christian. "Relationship Marketing: Strategic and Tactical Implications." **Management Decision**. 34 (3), 2000, s.47.

Yukarıda mal ve hizmetlerin genel farklarını inceledik. Buradaki en temel fark; fiziksel mal ve ürünlerin somut özelliğe sahip olması, buna karşın hizmetlerin soyut olmasıdır. Bununla birlikte, hizmetlerin kalite ölçüm standartlarının olmayışı ya da zorluğu hizmetlerle fiziksel mal ve ürünleri ayıran özelliklerin başında gelmektedir.

Mal ve Hizmetlerin genel özelliklerinin yanı sıra hizmetleri işlemler, çıktılar ve çalışanlar açısından incelendiğimizde aralarındaki fark Tablo 2’deki gibidir. (Bkz. Tablo 2)

Tablo 2. Mallar ve Hizmetlerin Değerlendirme Ölçütleri

Değerlendirme ölçütü	HİZMET	MAL
İŞLEMLER	İnsan odaklı	Tekniktir.
	Belirsiz, kararsız	Kararlı, kestirilir
	Emek yoğun	Sermaye yoğun
	Merkezkaç	Merkezi
	Müşteri sürecin bir parçası	Müşteri süreçten ayrık
	Sistem müşteriyle doğrudan ilişkili	Sistem müşteriyle dolaylı ilişkili
	Yanıt süresi kısa	Yanıt süresi uzun
ÇIKTILAR	Üretim ve tüketim eşzamanlı	Önce üretilir sonra tüketilir
	Stoklanamaz	Stoklanabilir
	Taşınamaz	Taşınabilir
	Toptan üretilemez	Toptan üretilebilir
	Fabrikasyon olanaksız	Fabrikasyon olanaklı
	Genellikle patentle korunamaz	Patentle korunur
	Soyut, dayanıksız	Fiziksel, dayanıklı
	Değişken belirsiz verimlilik	Kararlı verimlilik
	Değişken belirsiz kapasite	Belirlenebilir kapasite
	Ölçümü zor, öznel kalite	Ölçümü kolay nitel kalite
	Kolay denetlenemez	Kolay denetlenir

Tablo 2 Devamı. Mallar ve Hizmetlerin Değerlendirme Ölçütleri		
ÇALIŞANLAR	İnsanları etkileyebilmek gerekir	Sadece teknik ustalık istenir
	Büyük ölçüde kişisel kararlar var	Kişisel kararlar daha sınırlı
	Müşteriyle çok yoğun ilişki	Müşteri ile ilişki az ya da yoktur.

Hizmetler işlemler açısından değerlendirildiğinde, hizmetlerin temelini insan oluşturduğundan var olan işleyiş de insanın vermiş olduğu emekler yürütmektedir. Bu nedenle hizmetler emek yoğunudur ve en önemli fonksiyonu insandır. Buna karşın mal/ürünler tekniğe dayalı olduğundan bunların işleyişini sermaye sağlamaktadır. Bu nedenle mal/ürünler tekniktir ve sermaye yoğunudur.

Hizmetler çıktılar açısından değerlendirildiğinde, üretim ve tüketimi eş zamanlıdır ancak mal/ürünler önce üretilir daha sonra tüketilirler. Hizmetlerin çıktıları fiziksel niteliğe sahip olmadığından stoklanılamaz ve ölçümü zordur. Buna karşın ürün ve mallar fiziksel çıktılara sahip olduğundan stoklanılabilir ve ölçümü kolaydır.

Hizmetler çalışanlar açısından değerlendirildiğinde, verimlilik ve kalite düzeyinin artırılmasında en önemli etken müşteri/okuyucu/kullanıcı ve yönetim ile iletişimidir. Verimlilik için insanları etkilemek ve müşteriniz/kullanıcınız/okuyucunuz ile yoğun ilişkide olmanız gerekmektedir. Buna karşın ürün ve mallarda teknik ustalık ön plandadır ve müşteri ile daha az etkileşim söz konusudur.

Hizmet ve mal/ürünlerin genel ayrımını yapmıştık. Hizmetleri kendi içinde gruplara ayıracak olursak; “Hizmetler genel olarak üretim içeren hizmetler ve üretim içermeyen hizmetler olarak iki ana gruba ayırmaktadır”⁶.

⁶ Esin, A. (2002). “ISO 9001-2000 Işığında Hizmette Toplam Kalite”, Ankara : ODTÜ Yayıncılık.

1.1.1. Üretim İçeren Hizmetler

“Ofis hizmetleri ve ürün destek hizmetleri olarak iki gruba ayrılmaktadır. Ofis hizmetleri; evrakların hazırlanması, sağlayıcı ve alıcı ilişkilerinin kurulması, iç ve dış iletişimin sağlanması olarak tanımlanmakta ve ofis hizmetlerinin yönetimi ile üretim yönetimi arasında koşutluk olduğu öne sürülmektedir”⁷. Başka bir deyişle ofis hizmetleri üretim bazlı hizmet veren işletmelerin içinde yer alan ve üretim adına gerçekleştirilen fakat üretimin geri planında kalan faaliyetlerdir. Ürün destek hizmetleri ise; üretimi gerçekleştirilen ürünün müşteriye çabuk ve doğru bir şekilde ulaşımını sağlayan ve zaman zaman kullanım destek ve bilgisi de sunabilen hizmetlerdir.

1.1.2. Üretim İçermeyen Hizmetler

Üretim içeren işletmeler dışında kalan üretim içermeyen işletmelerdir. Bu tip işletmelerin çıktılarını üretim değil hizmetler oluştururlar. Bu işletmelerin mal ya da ürün dediğimiz çıktıları söz konusu değildir. Örneğin bilgi hizmeti veren kütüphaneler buna bir örnektir. Kütüphanelerin çıktıları “bilgi” hizmetidir. Bir ürün ya da malın üretimi, pazarlanması ya da satılması söz konusu değildir.

Üretim içermeyen işletmelerin genel özellikleri aşağıdaki gibidir.

Üretim İçermeyen Hizmetlerin Genel Özellikleri

Üretim içermeyen hizmetlerin temelinde üretim, pazarlama ve satılma söz konusu değildir demiştik. Üretim içermeyen hizmetleri genel olarak 4 kategoride inceleyebiliriz.

1.1.2.1. Elle Tutulmazlar:

Hem hizmet kavramının soyutluluğu hem de üretim içermeyen işletmelerin soyut olması nedeniyle, elle tutulmazlar. Dolayısıyla hizmetlerin kalite ölçümü ve testi zordur. Hizmetten sağlanan yarar deneyime dayalıdır. Kullanıcılar hizmetin yararını ancak aldıktan sonra ya da hizmetin alımı sırasında değerlendirirler.

Verilen hizmetlerin depolanabilme özelliği yoktur ve mallar gibi teşhir edilemezler ve fiyatlandırılmazlar. Patentler aracılığı ile korunamazlar.

“Hizmetin soyutluluk özelliği, hizmetin bir nesneden ziyade bir performans ya da faaliyet dizisi olmasından kaynaklanmaktadır”⁸.

⁷ Levitt. T. (1972). “**Production-line Approach to Service**”, Free Pres: Newyork. ss.43

⁸ Bakan, İsmail v.d. (2008). **A.g.e.**

Örneğin bir kütüphanede okuyucunun kütüphaneden ödünç kitap alması ve bunun sonucunda oluşan Kütüphanecinin verdiği hizmet tam olarak elle tutulamaz.

“Mallar satın alındığı zaman tüketici kalitesi hakkında karar verebilmek için birçok somut ipuçları (stil, rengi, sertliği, etiketi, paketi, uygunluğu v.b.) kullanılabilir. Hizmetler satın alındığında ise daha az somut ipuçları mevcuttur. Birçok durumda hizmet vericinin; fiziksel tesisleri, teçhizatı ve personeli için somut delil sınırlıdır”⁹.

1.1.2.2. Hizmet ve Hizmeti Üretenden Ayrılmazlar:

Hizmetleri üreten işletmeler hizmetin kendisinden bağımsız olamazlar. Hizmet, hizmeti gerçekleştirmeye aracı olan ve üretenden bağımsız düşünülemez.

Malların üretimi esnasında üretim ve tüketimin birbirinden ayrı olması nedeniyle işletme ile müşteri ancak satın alma işlemi esnasında karşı karşıya gelirler. Dolayısıyla müşteri üretim faaliyetini görmeyecektir ve dahil olmayacaktır. Ancak hizmet işletmelerinde tüketim üretim esnasında gerçekleştiğinden birbirinden ayrılmazlar.

1.1.2.3. Üretim ve Tüketimleri Eş Zamanlıdır:

“Fiziki bir malın üretimi ve tüketimi iki ayrı faaliyettir. Fiziki mallar bir yerde üretilir ve tüketicilerin istedikleri bir başka yerde de tüketilirler. Böylece üretim ve tüketimin birbirinden ayrılabilceği söylenebilir”¹⁰.

Üretim ve tüketimin eş zamanlı olması müşterinin üretime dahil olmasını sağlayacaktır.

Üretim ve tüketimin eş zamanlı olması, işletmeler için müşterisini üretime dahil etmesini ve hizmetlerine şekil vermesini sağlamakla birlikte bir takım sıkıntılara da neden olacaktır. Bunlara aşağıdaki gibi örnekler verilebilir.

- Müşteri ya da kullanıcı hizmeti almadan önce, hizmet hakkında yorum ya da değerlendirme yapamaz, bunun sonucunda eğer arzu ettiği hizmeti alamazsa memnuniyetsizliğe neden olacaktır.
- Müşteri ya da kullanıcı üretim aşamasına katılsa da hata ve aksaklıkların giderilmesi, ortaya çıkarılması ya da düzeltilmesini sağlaması güçtür.

⁹ Parasuraman, A. V.A. Zeithaml, L.L. Berry (1985). “A Conceptual Model of Service and It’s Implications for Future Research” Journal of Marketing, vol. 49, ss. 41-50

¹⁰ Aydın, Kenan (2002). “Hizmet İşletmelerinde Servqual Yöntemi İle Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Kocaeli’ndeki Seyahat İşletmelerinden Efe Tur Uygulaması” <http://iibf.kou.edu.tr/ceko/ssk/kitap50/45.pdf>

- Müşteri ya da kullanıcı hizmetin üretiminde ve dağıtımında aktif olarak yer alır ise, hizmetin kalitesi müşterinin katkılarına bağlı olacaktır. Dolayısıyla kalite tek başına hizmeti sunana ait değildir.
- Kaliteli üretim için müşteri ve hizmeti sunan ilişkileri önemlidir. Müşteri ve hizmet sunan arasındaki kişisel etkileşim tüketim sürecine de etki edecektir. Güven ve uyum son derece önemlidir.
- Hizmet sunumu esnasında müşteri/kullanıcı ile etkileşim diğer müşteriler üzerinde de etkilidir.
- Müşteri ya da kullanıcı ile doğrudan iletişim kurulması gereken durumlarda hizmet sağlayıcıları, bilgisayara dayalı iletişime güven duymamalıdır. Bunlar gibi bir çok örnekle karşılaşmak mümkündür.

1.1.2.4. Heterojendir:

“Heterojenlik, bir hizmetin kalitesindeki değişkenlik ihtimalinin yüksek oluşu şeklinde ifade edilebilir”¹¹.

Heterojen hizmetlerin özellikleri;

- Hizmetin üretenine göre değişmesi
- Hizmeti alan kişiye göre değişmesi
- Üreten ve hizmeti alan arasındaki etkileşim sonucu değişmesi
- Hizmeti üretme zamanına göre değişmesi
- Üreten ve hizmet alanın imkanlarına göre değişmesi, şeklinde ifade edilmektedir.

Kalite ve içerik açısından değerlendirildiğinde ise bir hizmet, üreteninden kullanıcıya hatta kullanıcıdan diğer bir kullanıcıya geçiş yaptığında değişebilir farklılık gösterebilir. Dolayısıyla hizmetlerin heterojen olması standartlaşmayı zorlaştırmaktadır. “Bu sorunların başında uygulama zorluğu ve kaliteyi denetleme güçlüğü gelmektedir. Bu nedenle duruma göre özel yöntemlere başvurmak gerekmektedir”¹².

¹¹ Doyle, Peter. (1998), “**Marketing Management and Strategy**”, Second education, London., ss.359

¹² Akbayrak, Emre Hasan. (2005), **Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi’nde Hizmet Kalitesi Ölçümü** Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, ss. 17

Hizmetler çeşitlilik gösterirler. Bu açıdan standartlaştırılmaları büyük güçlük gösterir. Hizmetlerin temel üretim şekli insan davranışlarıyla gerçekleşir. Bu nedenle aynı kişinin ürettiği sunduğu hizmetler bile birbirinden farklı olabilirler.

Hizmet özü, kalitesi, kapasite ve kapsamı açısından değişiklik gösterir. Bu değişkenlik zamandan zamana, alıcıdan alıcıya, üreticiden tüketiciye, üretici ile tüketici arasındaki ilişkiye ve içinde bulunulan duruma göre oluşabilir. Bu durumda hizmetin kalitesi ve performansı önceden kesin olarak ölçülemez. Hizmetin niteliği onu üreten insanın beceri ve kapasitesinden ayrılamaz.

“Hizmetler, nesneden ziyade, bir performans, bir fiil, bir harekettir”¹³.

Bunların dışında hizmetlerin özelliklerine ek olarak;

- Hizmetin bölünmezliği ve bir hizmetin diğer bir hizmeti doğurması özelliği
- Hizmetin mülkiyetinin devredilmemesi
- Hizmetin sürekli değişime açık olması ve değişimin sürekli talep edilmesi v.b. şeklinde ifade etmek mümkündür.

Yukarıda yapılan tanımlamalarda da görüldüğü üzere hizmet kavramına oldukça farklı bakış açıları ve yaklaşımlar mevcuttur. Bu tanımlamalar çerçevesinde aşağıdaki noktaları belirlemekte yarar olacaktır¹⁴.

- Bir tarafın yaptığı iş/ler ya da eylem/ler ile diğerine bir **yarar** sağlaması ve karşı tarafın gereksinimini karşılaması.
- Bu eylemlerin bir iş/eylem olması nedeni ile **soyut** nitelik taşıması.
- Bu eylemlerin belli bir **bilgi birikimi ve beceriye** dayanması.
- Mal ve hizmetlerin genelde **iç içe girmiş** olması.
- Hizmetlerin **eylemler, süreçler ve etkileşimler** sonucu ortaya çıkması.
- Hizmetlerin **anında tüketilen üretimler** olması.
- Hizmetlerin **maddi** çıktıların olmaması gibi özellikler hizmetin önemli özelliklerindendir.

¹³ Yükselen, Cemal. **Pazarlama: İlkeler – Yönetim**. 5. bs., Ankara: Detay Yayıncılık, 2006, s. 352.

¹⁴ Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. İstanbul: Detay Yayıncılık, 2007. s.12.

1.2. HİZMETLERİN SINIFLANDIRILMASI

Hizmetlerin tanımlanmasında yaşanan zorluklar, ve hizmetin taşıdığı özellikler bakımından sınıflandırılması oldukça güçtür. Hizmetlerin sınıflandırılması hizmetin verildiği kuruma göre farklılıklar göstermektedir.

Hizmetleri sınıflandırırken en yaygın şekilde kullanılan yöntem işletmenin faaliyet/eylem türünün ne olduğu baz alınarak yapılan sınıflama sistemidir.

İşletmelerin eylem ve faaliyetlerini baz alarak, sürecin yapısına (soyut-somut) ve hizmet üretimi sırasında müşterinin fiziksel varlık boyutuna bağlı kalarak hizmetleri üç kategoride inceleyebiliriz.

1. *Kişilerle İlgili Hizmetler:* Müşterinin doğrudan hissettiği ve algıladığı hizmet şeklidir. Müşteri üretim aşamasında vardır ve değişmez parçasıdır. Üretildiği anda tüketim ihtiyacı doğuran hizmetlerdir. Örneğin: Sağlık Hizmetleri, Gıda Hizmetleri, Konaklama Hizmetleri v.b. Bu hizmetler de ya müşteri hizmet sunulan yere gitmeli ya da hizmetleri sunanlar müşterinin bulunduğu yere gitmelidir. Bu hizmetler müşterinin fiziksel, psikolojik ihtiyaçlarına yönelik olduğundan müşteriye doğrudan yararı vardır.
2. *Eşya İle İlgili Hizmetler:* Müşteriye ait nesnelerin, müşteri lehine yararını artırmak amaçlı hizmetlerdir. Teknik servisler, temizlik v.b. hizmetler bunlara örnektir. Hizmetler olmaksızın bu tür nesneler kullanıcılara sunulamamaktadır. Örneğin Beyaz eşya firmasından bir mal almak isteyen müşteri alacağı ürünün kalitesi yanı sıra teknik servisinin varlığını da soracaktır. Ürünle ilgili her hangi bir sorun yaşadığında bu hizmetten yararlanmak isteyecektir. Bu tip hizmetler müşteriye dolaylı olarak yarar sağlarlar.
3. *Enformasyon (bilgiye) Dayalı Hizmetler:* Kişisel strateji geliştirme açısından değer yaratmak amacıyla bilgiyi toplama, yönlendirme, yönlendirme, yorumlama ve aktarmaya bağlı olmaları yüzünden en ilginç grubu oluştururlar. Müşteriler bu tür hizmetlerin üretim aşamasına çok fazla dahil olmazlar. Katılım düzeyleri oldukça düşüktür.

Örneğin bankalar, kütüphaneler, sigorta şirketleri. Modern küresel iletişim sayesinde, bu tür enformasyona (*bilgiye*) dayalı hizmetleri her yere ulaştırmak olanaklıdır¹⁵. Bu hizmetler fiziksel ya da psikolojik yarar sağlamak yerine müşterinin hayatını kolaylaştırma amacı güderler.

1.3. HİZMET ÇEŞİTLERİ

Hizmetler bilindiği üzere çok geniş bir yelpaze üzerine dağılmıştır. Hizmetin çeşitleri denince bunları ancak büyük başlıklar halinde toplamak mümkündür.

“Hizmet çeşitlerini şöyle sıralayabiliriz”¹⁶. Burada unutulmamalıdır ki aşağıda sıralanacak olan hizmet çeşitleri bu kategoriler ile sınırlı değildir.

- **Kiralama:** Ev, otomobil, kamyon, alet, büro, bina, çiftlik vb.
- **Faaliyet Kullanımı:** Nakliye, telefon mektup, sokaklar, otoyolları, parklar, telgraf
- **Güvenlik ve Koruma (Toplumsal):** Polis, itfaiye, sağlık hizmetleri, mezarlık, çevre sorunları
- **Enerji ve Su:** Doğalgaz, elektrik, su
- **Sağlık:** Doktorlar, hastaneler, laboratuvarlar, huzur evleri, sağlık klupleri, sağlık araştırmaları, dişçilik, devlet sağlık birimleri
- **Drenaj ve Atık Temizleme:** Çöp yükleme ve boşaltma
- **Kullanım Ürünleri Çalışır Hale Sokanlar:** Tamirhaneler, bakım atölyeleri, temizleyiciler
- **Kişisel Hizmetler:** Lokantalar, hoteller, berberler, güzellik salonları
- **Eğlence:** Sinemalar, tiyatrolar, lunaparklar, spor aktiviteleri
- **İş Hizmetleri:** Matbaa, muhasebe büroları, vergi hizmetleri, bilgisayar hizmetleri, personel hizmetleri, kırtasiye
- **Malların Dağıtımı:** Toptancılar, perakendeciler, kargo şirketleri, nakliyeciler,

¹⁵ Halis, M. (2001). “Hizmet İşletmelerinde Global Stratejilerin Geliştirilmesi” *Dış Ticaret Dergisi*, Nisan, (www.foreigntrade.gov.tr)

¹⁶ Güvemli, H. Tuğrul. **Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1996, ss. 14

- **Finans:** Bankalar, kredi kuruluşları, borsa
- **Eğitim:** Okullar, kolejler, üniversiteler, akademiler, kütüphaneler
- **Çevre Kalitesi:** Hava, toprak, su, radyasyon, çevre görüntüleri v.b şeklinde sıralanmıştır.

Yukarıdaki hizmet çeşitlerinden de görüldüğü gibi tüm hizmetleri bu alanda saymak mümkün değildir. Listeye daha birçok hizmet eklemek mümkündür ancak burada hizmet çeşitlerinden biri olan Bilgi ve Belge Merkezleri'ne (kütüphaneler) değineceğiz.

1.4. HİZMET İŞLETMELERİ OLARAK BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİ VE ÖZELLİKLERİ

“21. Yüzyıl yönetimine dahil olan yeni anlayışlar, giderek kurumlar ve çalışanlarca benimsenmeye başlamıştır. Bilgi yönetimi ve belge yönetimi gibi yönetim süreçleri, klasik anlayışın aksine, günümüzde daha farklı anlamlar ifade etmekte ve kurumsal etkinliği sağlamadaki rolü ve önemi de anlaşılmaktadır”¹⁷.

Bilgi çağı sonrasında bilgiye verilen önem artmış ve yönetim içinde bilgi yöneticilerine ihtiyaç duyulmuştur. Bu yöneticiler Bilgi ve Belge Merkezlerinin yönetimi ve iş süreçlerinin devamlılığını sağlayarak Bilgi ve Belge Merkez'lerinin önem kazanmasına katkıda bulunmuşlardır.

Bilgi ve Belge Merkezleri kütüphane, arşiv, dokümantasyon ve enformasyon merkezi, bilgi merkezi, bilgi-belge merkezi gibi adlar altında faaliyet gösteren kuruluşlar, kayda geçmiş bilgi içeren bilgi kaynaklarını sağlama, depolama, sınıflama, dizinleme ve bu kaynaklara en kısa sürede erişimi sağlama gibi hizmetleri düzenli, sistemli ve bilimsel bir şekilde gerçekleştirmekle yükümlü olan kuruluşlardır.

Bu kuruluşlarda 'kütüphaneci', 'arşivist', 'dokümantalist', 'bilgi uzmanı', 'bilgi yöneticisi' gibi değişik unvanlarla çalışan profesyonel elemanlar, günümüzde 'bilgi profesyonelleri' kategorisinde yer almaktadırlar¹⁸.

¹⁷ Bayraktar, Berat Bir. (2006). **Bilgi Yönetimi: Akademik Yaklaşımlar**, Beta, İstanbul, ss. 1

¹⁸Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

http://www.istanbul.edu.tr/edebiyat/bolum_sayfasi/bilgi_belge_yonetimi_bolumu.htm (17.03.2009)

Bilgi ve Belge Merkezleri yapısı gereği üretim içermeyen hizmet işletmeleridir. Hizmetlerin soyut olması tanımlanmasında ve değerlendirilmesinde güçlükler çıkarmaktadır. Hizmet işletmeleri hizmetin pazarlandığı ve insanların gereksinimlerinin karşılandığı yerlerdir.

Bilgi ve Belge Merkezleri bilgilerin sunulduğu bir nevi pazarlandığı ve kullanıcı/müşteri gereksinimlerinin karşılandığı yerlerdir. Memnuniyet ve gereksinim karşılanması esastır. Bilgi ve Belge Merkezlerinin özellikleri kesin çizgilerle ayrılmadığından ve içerik olarak hizmet işletmelerine dahil olduğundan hizmetlerin genel özellikleri içerisinde incelenmektedir. Hizmet işletmelerinin genel özellikleri ise şu şekildedir;

1.4.1. Envanter Yapılamaz:

Bu tip işletmelerde verilen hizmetin soyut olması depolanmasının güç olması nedeni ile envanter yapılması güçtür. Fiyat ve maliyet hesaplamak oldukça güçtür.

Bilgi ve Belge Merkezlerinde verilen hizmetin soyut olması nedeniyle yapılan harcamalar ve yapılacak harcamaların envanterini tutmak güçtür.

1.4.2. Emek Yoğundur:

Hizmet işletmelerinde emek yoğun olarak çalışma esastır.

Örneğin ödünç verme biriminde çalışan bir personel verileri için teknoloji kullanmış olsa bile teknolojiye kıyasla emek ön plandadır. Kayıt tutmak, veri girmek, bilgi sunmak, istatistik tutmak v.b. çalışmaları yapmak zorundadır.

“İş akışı, makinelere bağlı olan sanayi işletmelerine göre bu özellik, hem hizmet üretiminin kontrolünü zorlaştırır hem de stratejilerin geliştirilmesinde belirsizliği artırır”¹⁹.

1.4.3. Kalite ve Miktarı Ölçme İmkânı Sınırlıdır:

Verilen hizmetin kullanıcı/müşteri/okuyucu üzerinde etkisi subjektif olduğundan ölçme imkanı zordur. Hizmetleri ölçecek standartların yokluğu ve ya da belirsiz olması nedeniyle kalite ve miktarı ölçme imkanı sınırlıdır.

¹⁹ Bozkurt, Bilal (2008), *Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Kütüphane Hizmetlerinde Bir Uygulama: Muğla Üniversitesi Merkez Kütüphane Örneği*, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, ss. 11

Örneğin; bir kütüphanenin Tezler ve Danışma Kaynakları Salonu'nda yapılan istatistikler sonucunda hizmet verilen kişi sayısı belirlenebilir, hatta kullanıcıların şikayet ve önerileri günlük listelenebilir. Ancak bu birimin günlük verebileceği hizmet sayısı ve hizmetin her kullanıcıya eşit ölçüde verilip verilmediğini kestirmek güçtür.

Yaklaşık oranlar tespit edilebilir ancak bu oranlar tam sonucu vermeyecektir.

1.4.4. Genellikle Pazara Yakındır:

Hizmet işletmeleri hizmeti sunan ve hizmeti alan ile doğrudan ilişki gerektirdiğinden pazarın içinde ya da yakınında olmak zorundadır.

Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nin dermesinin tüm fakülte, enstitü ve birimlere hitap etmesi nedeniyle ana kampüste yer alması pazara yakın olması buna bir örnektir. Ayrıca hizmeti alan profil üniversite öğrencileri, öğretim görevlileri ve personeli olduğundan pazarın içinde ya da yakınında olması bunun bir sonucudur.

1.4.5. Hedef Pazarının Tanımlaması Güçtür:

“Mal üreten işletmelerde olduğu gibi hizmet işletmelerinde de pazar hacminin belirlenmesi, pazarın tanımlanmasında yeterli olmaz. Bir hizmetin pazarı, “birbirine benzer nitelikte bir dizi istekten meydana gelir” ve satın alınan hizmetin, tüketicilerin isteklerini tatmin edeceği varsayılır. Dolayısıyla hizmet pazarının tanımlanmasında sunulacak hizmetin niteliklerinin de açıklanması gerekir. Hizmet işletmelerinin pazarının tanımlanmasına tüketici isteklerinin incelenmesi ile başlanmalıdır”²⁰.

Örneğin kütüphanede yeni verilecek oryantasyon eğitiminin kullanıcıya kütüphaneyi kullanma konusunda yol haritası olacağı düşünülmesi ve kullanıcıdan gelen istekler doğrultusunda verilecek hizmetin içeriğinin belirlenmesi.

1.4.6. Geleceğe Yönelik Talebin Yönetim Zorluğu:

Hizmet işletmeleri, soyut ve depolanamaz özelliklere sahip olduğundan geleceğe yönelik planlamalar pazarlama, satış ya da talep tahminleri yapmak güçtür. Çünkü hizmetlere olan talep; yıl, ay ve hatta gün içinde ve değişkenlik gösterebilmektedir. Bu nedenle bu tip işletmeler geleceğe yönelik satış artırma plânları yaparken mevcut üretim kapasitesini değiştirmek zorundadır.

²⁰ Bakan, İsmail v.d. (2008). A.g.e. ss. 7

Hizmet işletmelerinde taleplerin yoğun olması üretimin yönetim kademesinde değişikliklere neden olmaktadır. Bu durum kapasite yönetiminin önemini ön plana çıkarmaktadır.

Kapasite yönetimi dediğimiz kavram; kullanıcı / müşteri / okuyucudan gelen tüm talepleri karşılamak için gerekli olan tüm yönetsel ve üretimsel faaliyetlerin seviyesini ayarlama çalışmalarıdır.

Bir hizmet işletmelerinden biri olan kütüphanelerde gün içerisinde kullanıcılardan gelen talepler kütüphanenin misyon ve vizyonu üzerinde etkilidir. Bu talepler kütüphane kapasitesinin değişimine etki edecektir.

1.5. KALİTE KAVRAMI

Kalite kavramı üretim gerçekleştiren her firma, yönetim ve fonksiyonlarda sık sık duyulmakta kullanılmakta olan bir kavramdır. Ancak günümüzde kalite kavramının önemi pek çok insan tarafından bilinmemekte ve değerlendirilmemektedir.

Günlük yaşamda almış olduğumuz tüm ürün ve hizmetler için bu kavramı kullanmış olmamıza rağmen açık ve net tanımını yapamamaktayız. Pek çok kurum ve kuruluş tarafından farklı tanımlar yapılmakta olup hala net bir tanımı mevcut değildir. Bunun sonucu olarak bu kurum ve kuruluşlar kalite konusunda kavram kargaşası yaşamaktadır.

Kalite ile ilgili yapılmış tanımlar şu şekildedir:

“Kalite kavramı insanların ve sistemlerin ‘hata yapması’ ve ‘mükemmelle ulaşma isteği’ gereğinden ortaya çıkmıştır. Latince nasıl oluştuğu anlamına gelen “Qualitas” kelimesiyle ifade edilmiştir”²¹.

Kalite, bir ürünün ya da hizmetin açıkça ya da dolaylı olarak belirtilen gereksinimleri gidermeyi sağlayan özellik ve karakteristiklerinin tümüdür²².

Kalite kullanılmakta olan ürünün veya hizmetin müşterinin beklentilerine yanıt verebilmesini sağlayan pazarlanabilir, üretim ve bakım karakteristiklerinin toplamıdır. (Feigenbaum)

²¹ Oakland S.J. (1994), **Total Quality Management and Organizational Behavior**, 4th edition, Longman

²² Gümüšoğlu, Şevkinaz v.d. (2007), “**Hizmet Kalitesi: kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar**” Detay Yayıncılık, ss.39.

Bazı işletmeler kaliteyi; gereksinim, çözüm, müşteri tatmini, kişisel gereksinim karşılama, ekonomik katma değer, verim, esneklik gibi terimlerle açıklamaya çalışmışlardır.

Diğer yandan Kalite ürün ya da hizmete özgü özelliklerine ve o ürünün özelliklerini en mükemmele erişirmeyi hedefleyen ürün ya da hizmetin temelini oluşturan mükemmel olarak anlamını içerebilmektir.

Latineden gelen bu terim İngilizcede mülk, durum hal ve şekil terimleri ile ifade edilip daha sonra Quality yani kalite terimi olarak yerini almıştır.

Kaliteyi tanımlamaya yönelik ilk yaklaşım “1984 yılında D. Garvin kalitenin tanımı kapsamında bulunan, hepsi kaliteyi tanımlayan farklı sekiz özelliği şöyle belirtmiştir”²³:

1. Performans (fonksiyonellik/işlevsellik): Üründe bulunan birincil özellikler, yani ürün ya da hizmetin işlevini yerine getirebilme özelliği
2. Uygunluk: Standart belge ve belirlenen özelliklere uyumluluk.
3. Güvenilirlik: Ürün ya da hizmetin kullanım sürecince kalite işlerliğinin vaat edilen süre içinde devam etmesi.
4. Dayanıklılık: Kullanımının devamlılığı, kullanılabilirlik.
5. Hizmet Görürlük: Sunulan hizmetin ya da ürünün kullanımı sürecinde oluşan sorunların giderilebilirliği ve çözülebilirliği.
6. Estetik: Ürün ya da hizmetin albenisi duyu organlarına hitabı.
7. İtibar: Ürün ya da hizmetin saygınlık yaratması. Güven vermesi şeklindedir.
8. Diğer Unsurlar: Ürün ya da hizmetin çekiciliğini sağlayan diğer özelliklerdir. Esas işlevi dışında kalan ve kaliteyi etkileyen unsurlardır. Örneğinin bir kütüphanede çalışma salonu açılması.

Kütüphanecilik alanında ise kalite kavramını F.W. Lancaster veri tabanı değerlendirmesinde terim olarak yer vermiştir. Günümüzde kütüphanelerde (Bilgi ve Belge Merkezleri) kalite kavramı giderek önem kazanmakta ve kalitenin artırılması hususunda çalışmalar yapılmaktadır.

²³ Garvin D.A. (1984), “What Does ‘product Quality’ Really Mean?” Sloan Management Review, 26:1:25-43.

Kütüphaneler hizmet üreten kurumlar olduklarından ve bağlı bulundukları kuruma ve kullanıcılarına hizmet sağlamakla sorumlu olduklarından, diğer tüm ürün ve hizmet üreten kurumlarda olduğu gibi, kullanıcı memnuniyeti hizmetlerde süreklilik verimlilik, etkinlik, ve kalite gibi kavramlar değer kazanarak ön plana çıkmaktadır²⁴.

Kalitenin neden, süreç veya sonuçlarına göre de literatürde tanımlar bulunmaktadır²⁵. Bu tanımlar:

- Kalite mükemmellik değildir, kalite gereksinimlere uygunluktur.
- Kalite önlemdir; sorunlar ortaya çıkmadan önce çözümlerini oluşturur, ürün ve hizmetlerin yapısına kusursuzluk katar.
- Kalite müşterinin tatminidir; ürün ve hizmetin ne kadar iyi olduğu konusundaki son kararın verdiği memnunluktur.
- Kalite verimlilik; işleri yapabilmek için gerekli eğitimden geçen gereksinim duyduğu araç-gereç ve talimatlarla desteklenen personel ile elde edilir.
- Kalite esnekliktir; talepleri karşılamak için değişmeyi göze almak ve bu konuda istekli olmaktır şeklindedir.

Ve ayrıca Kalite:

- ✓ Bir ürüne özgü özelliklerine (örneğin buzun özellikleri gibi),
- ✓ Bir ürüne ait en mükemmel özelliklere erişmeyi, (iyi kaliteli buz)
- ✓ Ürünün veya objenin esası ve temelini,
- ✓ Mükemmellik veya objenin esası ve temelini,
- ✓ Mükemmel olarak anlamını içerebilmektedir²⁶

şeklinde tanımlanmaktadır.

²⁴ Yılmaz, M. (2003). Bilgi Merkezleri ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi: Bir Uygulama, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4 (2), ss. 257-268.

²⁵ Kalite, <http://www.eril.com.tr/kalite.html> (17. 06. 2009)

²⁶ Quality, <http://experts.about.com/e/q/qu/quality.htm>

1.6. KALİTE YÖNETİMİ VE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

“Kalite yönetimi; kalitenin güvence altına alınması ve sistemin geliştirilmesi için etkili, beceri sahibi ve yetenekli bir yönetim anlayışının benimsenmesidir”²⁷.

Kalite, konu uzmanları ve çeşitli kuruluşlar tarafından yapılan tanımlar:

- Kalite, kullanıma uygunluktur. (J. M. Juran)
- Kalite ürünün sevkiyattan sonra toplumda neden olduğu minimal zarardır. (G. Taguchi)
- Kalite, bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerinin tümüdür. (Amerikan Kalite Kontrol Derneği ASQC)
- Kalite bir malın ya da hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesidir. (Avrupa Kalite Kontrol Derneği EOQC)
- Kalite, bir ürünün gerekliliklere uygunluk derecesidir. (P. Crosby) şeklindedir.

Kalite kavramı ISO 8402’de şu şekilde tanımlanmıştır. Genel yönetim işlevinin kalite politikasını, hedeflerini ve sorumluluklarını belirleyen tüm etkinlikleri kapsar; kalite planlaması, kalite kontrolleri, kalite güvencesi ve kalite sistemi içinde kaliteyi iyileştirme gibi araçlarla uygulamaya geçirilir.

“1950’li yıllardan sonra pek çok alanda etkili olan kalite kavramı giderek toplam kalite yönetimine dönüşerek organizasyonlarda “kalite” nin artırılmasını amaçlayan bir yönetim felsefesi haline gelmiştir”²⁸.

“1950 ve sonrası yıllarda Amerikalı ve Japon bilim adamlarının katkıları ile “Toplam Kalite Yönetimi” adı verilen yeni bir yönetim felsefesi doğmuş oldu”²⁹.

Bu felsefeden sonra birçok özel ve kamu işletmelerinde uygulamaya konuldu.

“Bu devrim büyük ölçüde Toplam Kalite Yönetiminin öncülerinden sayılan Deming’in aşağıda belirtilen ilkelerinden kaynaklanmıştır”³⁰. Bu ilkeler aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

²⁷ Üstün, Ayşe. (2001). “Bilgi Hizmetleri ve Hizmetin Kalitesi”, *Türk Kütüphaneciliği*, 15 :2, ss. 205-213

²⁸ Bakan, İsmail v.d. (2008). A.g.e. ss. 331

²⁹ Bakan, İsmail v.d. (2008). A.g.e. ss. 331

1. Hizmet ve ürünlerin gelişmesi için amaçlarda süreklilik:

İyileştirme çalışmalarında amacın uzun vadeli perspektifi ve sürekliliğinin oluşturulması gereklidir. Bir kuruluşun görev tanımı, çalışma felsefesi ve hedefleri, günlük ve uzun vadeli çalışmaları için temel oluşturmalıdır. Bir amaç belirlemek ve sürekliliğini sağlamak işletmelere yarar sağlayacaktır.

2. Toplam kalite ve sürekli gelişim felsefesini benimsemek:

Yeni felsefeye kuruluşların uyum sağlamasının anlamı, kalite bilincini kavramak ve yükseltmek adına çalışmalar yapmaktır. Kuruluşların çoğu “kusur bulma” aşamasındadır. Bu kalite bilinci, kavramının en alt düzeyidir. Onlara göre kusurlu ürünler üretilebilir, ancak nasılsa muayene sırasında bulunurlar ve ortaya çıkarılırlar. Bu tarz düşünen işletmeler, artan maliyetlerin (malzeme, iş gücü, yeniden muayene, teslimatta gecikme, müşteri tatminsizliği v.b.) etkisi ile iç ve dış pazarda rekabet durumlarından çok şey kaybedeceklerdir. Bu nedenle kurumlar sürekli değişim ve gelişim felsefesini benimsemeli, kusurdan ziyade kusursuzluk üzerine yoğunlaşmalıdırlar.

3. Kaliteyi yakalamak için bütün halinde teftiş bağımlılığına son vermek:

Teftiş ve muayene, ürünlerin nasıl daha iyi yapılabilecekleri, sürecin nasıl iyileştirilebileceği ya da verimliliğin nasıl artırılabilceği gibi kavramlar düşünülmeden yapılır. Sonuçta ürün ya da hizmetler iyi ya da kötü diye ayrılırlar. Ancak kötü ürün ya da hizmetler üretilmiş olduklarından böyle bir durumda kalite iyileştirmeden söz edilemez. Sadece iyi kötü ayrımı yapılmış olur.

4. Sorunları saptamak:

Üretimdeki sorunları önceden kestirebilmek ve ürün ya da hizmetle alakalı olarak karşılayabilecek kullanım sorunlarını çözmek için araştırma, tasarım, satış ve üretim bölümlerindeki insanlar bir takım halinde çalışmalıdırlar.

5. Modern eğitim yöntemleri oluşturmak:

İnsanlara görev başında eğitim anlayışını yerleştirin.

³⁰ Taşlıyan, M. ve Karayılan, D. (2006). **Modern Yönetim Tekniklerinden Seçmeler; Kavramlar, Kapsamları ve Uygulama Yöntemleri**, Gün Yayıncılık, Ankara. ss. 54-55

Eğitim, iş görenlerin büyüme ve gelişmeleri için sürekli yürütülmesi gereken bir süreçtir. İş görenler işletmenin en önemli kaynağıdır ve kuruluşa olan bağlılıkları, işletmenin hedef, beklenti ve kalitesi üzerinde son derece büyük öneme sahiptirler. Bu nedenle iş görene kuruluşun felsefesini ve hedeflerini anlamalarını sağlayacak bir eğitim verilmelidir.

6. Modern denetim yöntemleri oluşturmak:

Liderliği yerleştirin. Denetimin amacı; insanlara, makina ve aletlere daha iyi bir iş yapmaları hususunda yardımcı olmaktır. Yöneticilerin denetimi de üretim işçilerinin denetimi de gözden geçirilmek zorundadır.

Denetim, üst yönetim ile çalışan arasındaki köprüdür. Denetim, öğrenmeyi, gelişmeyi, sorun çözmeyi, güveni ve eğitimi artırarak, engelleri kaldırarak, çalışanların işleri ile kıvanç duymaları sağlayarak, işçilere süreçle nasıl uyacaklarını göstererek ve kaliteyi vurgulayarak değişimi cesaretlendirecek, destekleyici, yapıcı ve pozitif davranış şeklinde olmalıdır.

7. Korkuyu ortadan kaldırarak herkesi etkili çalıştırmak:

Organizasyonlarda korku, çalışanları ve organizasyonun işlevselliğini olumsuz yönde etkiler. Korku, beraberinde davranış değişiklikleri, duygusal sorunlar ve fiziksel bozukluklar getirir, strese yol açar ve işe devamsızlıklarla sonuçlanır.

Bu tip davranışlar işletmeler üzerinde olumsuz etkilere neden olur. reyler arası ilişkiler zayıflar ve çalışma motivasyonu düşer. Bunların yol açacağı maddi ve manevi kayıplar önlenemez.

Yönetimin çalışanlarının fiziki ve ruhi olarak iyi durumda olmalarını sağlamak en temel görevlerindendir. Kaliteli hizmet için korkuların kaldırılması çok önemlidir.

8. Yapılan işi yalnızca para ile ödüllendirmeye son vermek:

Çalışanlar sürekli olarak yaptıkları iş için para ile ödüllenenmemelidirler. Bu durumda çalışanlar birbirleri arasında ödül için sorunlar yaşayacaklar ve bu durum işletmeye olumsuz yönde muhakkak yansıtacaktır.

9. Bölümler arası engelleri ortadan kaldırmak:

Organizasyonlarda var olan engeller, iş yaşamının bir gerçeğidir. Engeller, süreçlerin düzgün akışını engellemeye başlar, yeniden işleme ve maliyetler artar ve kalite ile müşteri tatmini azalır. Rekabet, bireysel kin tutmalar artar. Üretimdeki sorunları önceden kestirebilmek ürün ya da hizmetle alakalı olarak karşılayabilecek kullanım sorunlarını çözmek için araştırma, tasarım, satış ve üretim bölümlerindeki insanlar bir takım halinde çalışmalıdırlar.

10. Slogan, afiş ve sayısal kotaları kaldırmak:

Sıfır hata ve yeni üretkenlik düzeyleri peşinde koşan iş gücü için slogan, öğüt ve hedefleri ortadan kaldırın. Düşük kalite ve düşük üretkenliğe yol açan sebeplerin büyük kısmı sisteme ait ve dolayısıyla iş gücünün kudretinin ötesinde olduğu için, bu gibi öğütler sadece hasımane ilişkiler yaratır. Sadece hedef koymak anlamsızdır. Bu tip davranışlar yönetimin arzularını temsil eder.

Çalışanları motive etmek isteyen yönetim, posterler asıp sloganlar üretmek yerine, yaptığı sonsuz ve sürekli iyileştirme çalışmalarını, kullandığı istatistik yöntemleri de belirterek vurgulamalıdır.

11. Belirli sayısal iş standartları seçmek:

İşletmenizde iş standartlarını kaldırın. Hedeflerle yönetim anlayışını terk edin. Sayılarla, sayısal hedeflerle şirket yönetmeyi bırakın. Bunların yerine liderliği ikame edin.

İşletmelerin çalışanlara kota koyması, çalışanlar üzerinde olumsuz etkilere neden olur ve çalışanlar kaliteli üretim yapmak yerine kotayı doldurmak gayreti içinde olacaklardır.

Fazla belirlenen kotalar çalışanın moral ve motivasyonunu düşürdüğü gibi çalışanların birbiri ile olan ilişkilerine de zarar verecektir. Bu da hizmetin kalitesini düşürecektir.

12. Çalışanların yaptıkları işten gurur duymalarını engelleyen faktörleri ortadan kaldırmak:

Vardiyalı işçilerin, işçilikleriyle ilgili iftihar etme haklarını ellerinden alan engelleri yok edin.

Yönetimdeki ve teknik görevlerdeki insanların çalışmalarından iftihar etme haklarını ellerinden alan engelleri yok edin. Yani, yıllık teftişleri veya likayat sıralamalarını ve hedeflerle yönetimi bir yana bırakın.

Denetçilerin görevi, sayı saymaktan kaliteye önem vermeye doğru değiştirilmelidir.

İş gücünün potansiyelinin en üst düzeye çıkarılması, heyecan ilgi ve ekip çalışması ortamının oluşması sonsuz iyileştirme çalışmaları için hayati öneme sahiptir.

13. Etkili bir eğitim ve öğretim programı oluşturmak:

Sağlam bir eğitim ve kişilerin kendilerini geliştirme programı yerleştirin.

Eğitim ve öğretim, iş görenleri, prosödürleri, malzeme ve makinelerdeki, tekniklerdeki, kalite karakteristiklerindeki ve operasyonel tanımlardaki değişikliklere hazırlayacak şekilde yönlendirilmelidir.

Yönetim iş görenlere, işler için iş başı eğitimi vermelidir. Eğitim ve öğretim, iş görenlere yönetimin onların gelişmesini istediği mesajını taşır ve bu şekilde insanlar kendilerine değer verildiğini anlarlar.

Deming felsefesinin ilk basamağı eğitimidir. Ona göre üst yöneticiden çalışana kadar herkes eğitilmelidir.

14. Değişimi sağlayacak önlemleri almak:

Değişimi gerçekleştirmek için şirketteki herkesi işe koşun. Değişim herkesin görevidir. Yeni bir organizasyonel amaç oluşturulurken birinci hedef, kalitede sonsuz iyileştirme yapmak olmalıdır ve bu süreçte sorunlar da ortaya çıkacaktır.

Kalite organizasyon, organizasyondaki her konuda istatistiksel yöntemler ve sonsuz iyileştirme olgularını içerir. Kuruluşun yapısı çok önemlidir ve yönetim, yukarıda açıklamaları yapılan 14 ilkenin tamamını benimsemeli ve desteklemelidir.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda ortaya çıkmış olan değişik kalite tanımları, kalitenin çok boyutlu olmasından kaynaklanmaktadır.

Bu tanımlardan hareketle şunu söylemek mümkün değildir. Kalite mutlak suretle “en iyi olandır”. Kalite bir ürün ya da hizmete müşteri, kullanıcı/okuyucuların bir yargısı, ürün ya da hizmetten gereksinim ve beklentilerini karşılamaya olan inançlarıdır.

Örneğin bir kütüphaneden araştırma yapmak isteyen bir okuyucu bilgi gereksinimi duyar. Kütüphaneye girdiği andan itibaren kütüphaneci, uzman ve çalışanlar tarafından yönlendirilip, yardımcı olunmadığı takdirde kütüphane kalitesinin yetersiz olduğunu düşünecektir. Bununla birlikte bilgi gereksinimini karşılayamasa bile gerekli ilgi ve yönlendirmelerle kütüphanenin kalitesine bakış açısı olumlu yönde olabilir.

Toplam Kalite Yönetimi (TKY) “müşteri beklentilerini her şeyin üzerinde tutan ve müşteri tarafından tanımlanan kaliteyi, tüm faaliyetlerin yürütülmesi sırasında ürün ve hizmet bünyesinde oluşturan bir yönetim biçimidir”³¹.

Toplam kalite yönetiminin ana felsefelerinden biri müşteri beklentilerini üst seviyede tutmak diğeri ise var olan imajını korumak, talep ve beklentileri en iyi şekilde karşılamaktır.

İmaj ve verimliliğin artırılması için kurumlar çalışanlarından başlayarak, onların performansını, memnuniyetini göz önünde tutmak zorundadır. Bunun için işletmeler zaman zaman performans değerlendirme ve ölçme yöntemlerini kullanmalı var olan hata ve yanlışları ortadan kaldırmak adına ekip çalışmalarına ve fikir alışverişine önem vermelidirler.

Yukarıda tanımlanan ve kurum yöneticileri tarafından sağlanması gereken temel koşulların yanı sıra, TKY felsefesine göre Önal’ın tanımladığı ve kütüphanelerde bulunması gereken kalite bileşenleri aşağıda verilmiştir³².

- Başarılı sonuca ulaşmak için gerekli girdiyi sürekli sağlayabilme becerisine sahip olunması,
- Başarı hedef alınması,

³¹ Akyüz, A. (2006). “Üniversite Kütüphanelerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Bir Model” Erişim: <<http://risc01.sabanciuniv.edu/search/aaky%FCz/aakyu~az/1%2C13%2C30%2CB/frameset&FF=aakyu~az+asuman&5%2C%2C5>> (18.06.2009)

³² Önal, H. İ. (1997). Hizmette Kaliteye Ulaşmak. B. Yılmaz(yay. Haz.), Kütüphanecilik Bölümü 25. Yıl’a Armağan ss. 115-123, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü

- Gelişmelerin izlenmesi, değişime kaliteye uyumun göz önünde bulundurulması,
- Hizmetlerin çabuk, doğru ve zamanında sağlanması,
- Kaynakların ve hizmetlerin değerlendirilmesi sonucu standartların geliştirilmesi ve çalışmaların standartlara uygunluğunun sağlanması,
- Kaynakların verimli bir şekilde kullanılarak hizmetlerin ekonomik bir şekilde sağlanması,
- Kullanıcı gereksinimlerine uygun sistemin olması,
- Kullanıcı memnuniyeti sağlanması,
- Kullanıcı bilgi gereksinimlerinin sağlanması,
- Kütüphanecilerin amaçları doğrultusunda hizmet vermesi,
- Olası problemlere çözüm yolları bularak sorun çıkmasının önlenmesi
- Sürekli gelişmeyi amaçlayan bir sürecin amaçlayan bir sürecin varlığının oluşturulması,
- Yeni hizmetlerin tasarlanması geliştirilmesi ve sunulması olarak tanımlanır.

1.6.1. Toplam Kalite Yönetimi Öğeleri

Yukarıda da tanımını yapmış olduğumuz TKY, kalite geliştirmeye dayalı kurumsal bir yapının geliştirilmesi ve mevcut kalite araçlarının geliştirilmesine yönelik kalite öğeleri kümesidir. Bu açıdan TKY öğeleri organizasyondaki yönetim uygulamalarıyla tamamen bütünleşmelidir. Aksi halde TKY uygulamalarından başarı beklemek imkansız hale gelecektir. Sonuç olarak TKY'nin dayandığı ilkeler birbirini bütünleştirici özelliğe sahip olmalıdır.

Literatürde yukarıda özelliği belirtilen bu öğeler, TKY'nin ilkeleri, unsurları ve temelleri şeklinde tanımlanabilmektedir. Aşağıda TKY'nin unsurları olarak nitelendirilen kavramlar tanımlanacaktır.

1.6.1.1. Müşteri Odaklılık

Temelde üretilen malın ve hizmetin müşteri ihtiyaçlarını ve isteklerini tüm ve eksiksiz karşılaması esastır. Müşteri ihtiyaç ve eksiklikleri analiz yolu ile belirlenir ve uygulamaya konulur. Böylece müşteri beklentisi, üretilen mal ve verilen hizmetle bütünleşir.

Artan rekabet ortamında maddi kazancın yerini müşteri isteğini karşılayan, stratejiler önem kazanmıştır. Çünkü toplumun, daha fazla mal ya da hizmet alma anlayışı, yerini farklı ve kaliteli mal ya da hizmet almaya yönelik bir anlayış almıştır. Farklılık arayışı, kalite, standarda uygunluk, renk, teknik servis, tasarım v.b. konularda kendini göstermiştir.

Şirketler daha fazla mal ve hizmet üretmektense, müşteri isteğine uygun mal ve hizmet üretmeye yönelmiş, hatta müşteriden gelmesi olası hizmet ve üretimleri önceden kestirip bu yönde stratejiler geliştirmeye başlamışlardır. Artık “yapılanı satmak” anlayışı yerini “alınabilecek olanı üretmek” anlayışına dönüşmüştür.

Müşteri odaklı hizmetler kalitenin belirleyicisinin “müşteri” olduğunun bir göstergesidir.

TKY’nin en temel prensiplerinden biri, böyle bir şirket kültürünün geliştirilmesidir. Bu öge gerçekleştirilmesi en zor olan fakat, müşteri ve doğrudan da şirkete en fazla yarar sağlayacak ögedir. Çünkü rekabet ortamının en büyük hedefi müşteridir. Kalıcı olmayı sağlayan ve hedefe yaklaştıran bu unsurdur.

Müşteri insandır. İnsanları bu yönüyle incelediğimizde 5 temel psikolojik psikolojik ve üç temel sosyo-kültürel ögenin müşteri tatminini etkilediği görülmektedir³³.

Psikolojik ögeler: kişilik, algılama, motivasyon, inanç-tutumlar ve yenilikçilik düzeyi, Sosyo-Kültürel ögeler : sosyal sınıf, aile şeklinde sıralamak mümkündür. Bunları aşağıdaki gibi açıklayabiliriz.

- **Kişilik:** Müşteriler kendi kişilikleri ya da çevreye yansıttıkları imajsal kişilikleri doğrultusunda mal ve hizmet alırlar dolayısıyla, kişilik ve imajlarına uygun olmasına dikkat ederler. Şirketler doğru mal doğru müşteriye pazarlanmalıdır ilkesini benimsemek zorundadırlar.

³³ P.A. Barbara, D. Mazursky, A Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process, Journal of Marketing Research, Kasım 1983, ss. 383-400

- **Algılama:** İhtiyaçlarını gidermek için harekete geçen insanların satın almadan önceki ve sonraki davranışları ve alacakları kararlar tamamen durumu nasıl kavradıklarına bağlıdır. Örneğin televizyon reklamları, kampanyalar, firmalar tarafından verilen eşantyonlar, yakınlarının hizmeti kullanmaları ya da hizmetten memnuniyetleri müşteri üzerinde etkilidir. Bu nedenle işletmelerin müşterilerine aktardıkları imaj ile müşterinin algıladıkları birbiri ile tutarlı olmak zorundadır.
- **Motivasyon:** İnsanlar bir mal ya da hizmetin alımı ile ne kadar çok ihtiyacını karşılırsa, o kadar çok fayda sağlarlar. Motivasyon ise insanları; gideremedikleri ihtiyaçları gerçekleştirmek istedikleri karşısında harekete geçiren itici güçtür. Müşteri motivasyonunu artıran en önemli etken ise ihtiyaçlarını karşılayabilme umududur. Müşteri bir mal ve hizmeti almadan önce ne kadar motive olmuşsa, kullanım ve faydalanma sonrası tatmin ya da hayal kırıklığı da o derecede yüksek olur.
- **Tutumlar:** Müşteri tutumları ve inançları birbirini destekleyen unsurlardır. Negatif tutum müşteriyi mal ya da hizmeti almamaya itebilir. Müşterinin ilk izleniminin olumlu olması yönünde bu tutumlar da değişebilir. Müşteriye yönelik negatif tutum müşteriyi soğutabilir ve negatif düşünceye teşvik edebilir.
- **Yenilikçilik düzeyi:** Müşterilere sunulan yenilikler ve teknolojik olanaklar, müşterilerin tatmin düzeyi üzerinde etkilidir. Müşteriye sunulan kullanım kolaylığı, yenilikler, zaman tasarrufu gibi kolaylıklar bunlar arasındadır.
- **Sosyal sınıf:** İnsanların fiziksel ihtiyaçları dışında, refah düzeyini artırmak, diğer insanlar tarafından fark edilmek ve takdir edilmek, kişisel seçim haklarını ve alternatiflerini genişletmek gibi ihtiyaçları vardır. İnsanlar bu ihtiyaçlarını bulundukları sosyal sınıfta karşılamaya çalışırlar. İnsanlarda bulunan bu ihtiyaçların tatmin edilmesine dikkat edilmesi çok önemlidir.
- **Aile:** Müşterileri tek başına bir tüketici olarak görmemek gerekir. Her müşteri beraberinde aldığı hizmeti doğrudan ya da dolaylı olarak çevresindekilerle paylaşır. Müşteri üzerinde bıraktığınız olumlu ya da olumsuz etki aynı zamanda müşterinizin çevresinde bıraktığı etkidir.

1.6.1.2. İşlem Geliştirme

Devamlı gelişmenin bir parçası olan işlem geliştirme, birbirine bağlı adımlardan oluşmaktadır. Her adımda, önceden planlandığı gibi önemli hususlara dikkat edilerek, son çıktı çeşitliliği hızı azalır ve bunun aksine işleme duyulan güven artar. İlk hedef işlemin güvenilirliğini sağlamaktır³⁴.

İlk hedefi uygulamak için ölçüm ve istatistikten büyük ölçüde yararlanılır. Hatta ölçüm ve istatistik olmadan işlemin geliştirilemeyeceğini söylemek de mümkündür³⁵.

Ölçüm ve istatistiğin kullanılması ile elde edilen işlem sonucunda, çıktı da çeşitlilik en aza indirilmiş minimizasyon edilmiş olur. Ama bu minimizasyon da yeterli olmayacaktır. Çünkü ilkemiz devamlı gelişmedir. Bu nedenle müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilen yeni bir çıktıyı hesaptan geçirmek için yeni dizaynlamaya gidilmesi gerekmektedir³⁶.

1.6.1.3. Tam Katılım

Var olan rekabet ortamı ve teknolojik gelişmeler işletmeleri hiyerarşik değişime itmiştir. İşletmeler birbirleri arasında iletişime önem vermeye başlamıştır. Bunun en önemli nedeni çalışanlardan gelen baskıdır. Çalışanlar kendilerini ilgilendiren her türlü kararın görüşülmesine ve sonuçlandırılmasına aktif olarak katılıp, düşüncelerini ifade etmeyi talep etmektedirler. Yeni kararlar alınmasında fikirlerinin sorulmasını istemektedirler. Bunun nedeni işletmeye kültür düzeyi yüksek yeni bireylerin katılımı ve bilgi seviyesi yükselen fertlerin başkaları tarafından yönetilmeme isteğidir.

İnsanların sürekli başarıya, takdir görme toplum tarafından önemsenme hisleri de “yönetime katılma” eyleminin gerçekleşmesini sağlayan en önemli unsurlardandır. Bu ve bunun gibi unsurlar bir araya geldiğinde tam katılım için sorumluluk paylaşımı vazgeçilmez bir hal almaktadır. Fakat bu durum yetkilerin tam devri anlamına gelmemektedir.

Tam katılım gönüllüğü ifade edeceğinden, çalışanlar işletmenin performansını nasıl artırabilirim, nasıl gelişim sağlayabilirim üzerine düşünmelidirler. Yönetim tam katılımı bunu hedeflemektedirler.

³⁴ Tenner, Arthur, Detoro, IRving; Total Quality Management, Addison Walery Publishing Company, Massachussets, 1993, ss. 32-33

³⁵ Kavrakoglu, İbrahim. “Toplam Kalitenin Temelleri”, *Önce Kalite Dergisi*, İstanbul, Kasım, 1992, ss.37

³⁶ Tenner, Arthur, Detoro, IRving; a.g.e. ss.34

Toplam kalite yönetiminde tam katılımın hedefi, yönetimin düşünüp çalışanların bu düşüncelere destek verip uygulaması değildir. Hedef, organizasyona dahil olan her bireyin hem düşünmesi hem de uygulamaya katılımının birlikte olmasıdır. Bu hedefi gerçekleştirecek en önemli etkenler, yönetimin liderliği, takım çalışması ve ruhunun oluşmasıdır.

1.6.1.4. Birey Kalitesi

Çalışan kişilerin işlerine beraberlerinde getirdikleri mesleki, eğitimsel ve sosyal tecrübelerinin bir bütünüdür. Bireylere verilen değer işletmenin yönetim politikası çerçevesinde belirlenir. TKY yönetim çerçevesinde birey, bireylerin diyalogları, katılımları ve kararları, eğitimleri ve takım çalışmaları o yönetimin “önce insan” yani “birey kalitesi” nde düşünüldüğünü gösterir.

TKY çerçevesinde insana verilen önem ve değer o yönetimin verim ve başarısı üzerinde doğrudan etkilidir. İşletmelerin yönetiminde insana verilen değer arttıkça iş verimi, işin kalite düzeyi, işletme adına çalışanlar tarafından yapılan özveriler de artacaktır.

İşletmelerde kalitenin en üst düzeye getirilmesi sadece yönetimin değil, aynı zamanda çalışanların da işidir. Kaliteyi sağlamak; müşteri/kullanıcı tatminini gerçekleştirmek aynı zamanda çalışanını tatmin etmeye bağlıdır. İşletmelerdeki sadece teknik gelişmeler işletme açısından kalıcı kaliteyi ya da başarıyı sağlamaz. Bu gelişmelere paralel olarak işletme “birey kalitesi”nin gelişmesini desteklemesi gerekmektedir.

1.6.1.5. Tam Zamanında Hizmet (Just in Time)

Tam Zamanında [Just- in Time (JIT)] üretimi ve verimliliği artırmak için geliştirilen bir sistemdir. Toplam Kalite Yönetimi, müşterilerin şu anki ihtiyaçları göz önünde bulundurularak üretimi gerçekleştiren, yönetimde her kademedan en üst düzeyde katılımı sağlayan ve sıfır hatayı hedefleyen bir yönetim felsefesidir. Bir örgütte bu tür bir felsefenin yerleştirilmesi için son derece radikal kültür değişimlerine hazır olmak gerekir.³⁷

³⁷ Ed. Heard, CFPIM, “The Quality Component of Just- in- Time” , Just- in – Time/ Quality Conference Proceedings, Atlanta: APIC, 23-25 February, 1987, s. 64

Toplam Kalite Yönetimi, yerleşik bir iletişim ağını gerekli ve zorunlu kılmaktadır. Çünkü temelinde sistemin herkese iletilmesi, herkes tarafından benimsenmesi ve üretimin sıfır hata ile yapılması esası yatmaktadır. Bunun için bilişim teknolojilerinin sistemin kurulmasında önemli rol oynayacağı kuşkusuzdur.

Bilgi ve Belge Merkezleri müşteri/okuyucu/kullanıcı tatminini en üst düzeyde tutmak adına bu sistemi kullanmaktadırlar. Mümkün olduğunca sıfır hata ile kaliteli yönetim ve hizmet sunmayı hedeflemişlerdir.

Toplam Kalite Yönetimi oldukça geniş bir kavramdır, bu nedenle kalite yönetimi ve toplam kalite yönetimi ile ilgili kategorileri incelerken konumuz ile ilgili olanlara değinilmiştir.

1.7. HİZMET KALİTESİ

Hizmet Kalitesi, sunulan hizmetin müşteri beklentileri ile ne kadar örtüştüğünün kalitenin müşteri tarafından algılanan performans düzeyi ya da sunulan hizmetin müşteriyi memnun etme düzeyi olarak tanımlanabilir³⁸.

Sunmuş olduğunuz hizmetin, müşteri ya da kullanıcılarınızın hedef ve beklentilerine ne kadar cevap verebildiğinizin ölçütüdür. Kaliteli hizmet, müşteri ya da kullanıcı beklentilerine cevap verebilen hizmet olarak ta bilinir.

Hizmetlerin tanımını yaparken elle tutulmadıklarını ve soyut olduklarını dile getirmiştik. Hizmetler soyut olduklarından hizmeti almadan önce doğrudan inceleme imkanı yoktur. Bir çok ürünü aldığımızda fiziksel olarak inceleriz ve çeşitli yorumlar yaparız. Bunlar; tat, koku, estetiklik gibi unsurlardır. Buna karşın hizmetleri ve hizmeti aldıktan sonraki durumu ifade ederken fiziksel özellikleri hakkında yorum yapmak güçtür ya da olanaksızdır. Ayrıca hizmetler hazır olduklarında hemen tüketilirler, bekletilmezler.

Hizmetlerin kalitesi ile ürün kalitesi birbirinden farklıdır. Bir ürünün kalitesini etkileyen faktörler ile bir hizmetin kalitesini tanımlamak mümkün olmamaktadır.

Hizmetler soyut olduklarından işletmeler, hizmeti sunduktan sonra müşterilerinin hizmetin kalitesini nasıl değerlendirdiklerini algılamakta güçlük çekerler.

³⁸ Akbayrak, Emre Hasan a.g.e. ss.27

Hizmet kalitesi üzerine yapılan birçok çalışmada hizmeti, verilen hizmetin müşteri beklentisinin ne kadarını karşılayabildiğinin bir ölçüsü olarak tanımlanmaktadır. Müşterilerin hizmet sağlayıcısından beklentileri ile hizmet sağlayıcısının gerçek performansının karşılaştırması sonucu hizmet kalitesi belirlenmektedir³⁹.

Pansuraman ve Zeithaml ve Berry'nin hizmet kalitesinin tanımlanmasına yönelik çalışmalarında hizmet kalitesini müşterilerin algıladıkları ve bekledikleri arasındaki farkın derecesi ve yönü olarak tanımlamışlardır.

Sarıkaya'nın tanımına göre müşteri beklentileri ile işletmenin sunduğu hizmet performansının karşılaştırılması sonucu oluşmakta ve ortaya çıkan performans rekabet tarafından oluşturulan standartlara göre ölçülmektedir⁴⁰.

Hizmetler soyut niteliğe sahip olduklarından tanımlanması, ölçülmesi ve değerlendirilmesi oldukça güçtür. Hizmet kalitesinin tanımlanması yapılırken hizmet kalitesi yerine algılanan hizmet kalitesi kavramı da kullanılabilir. "Algılanan hizmet kalitesi; müşterilerin hizmeti almadan önceki beklentileri ile yararlandığı gerçek hizmet deneyimini kıyaslamasının bir sonucu olup, müşterilerin/kullanıcıların/okuyucuların beklentileri ile algılanan performans arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak tanımlanmaktadır"⁴¹.

Algılanan hizmet (AH), kullanıcının yararlandığı hizmetin kalitesini vurgularken; beklenen hizmet (BH) ise kullanıcının hizmeti almadan önceki beklentisini anlatmaktadır⁴².

Algılanan Hizmet Kalitesi'ne şematik olarak bakacak olursak; (bkz. Şekil 1)

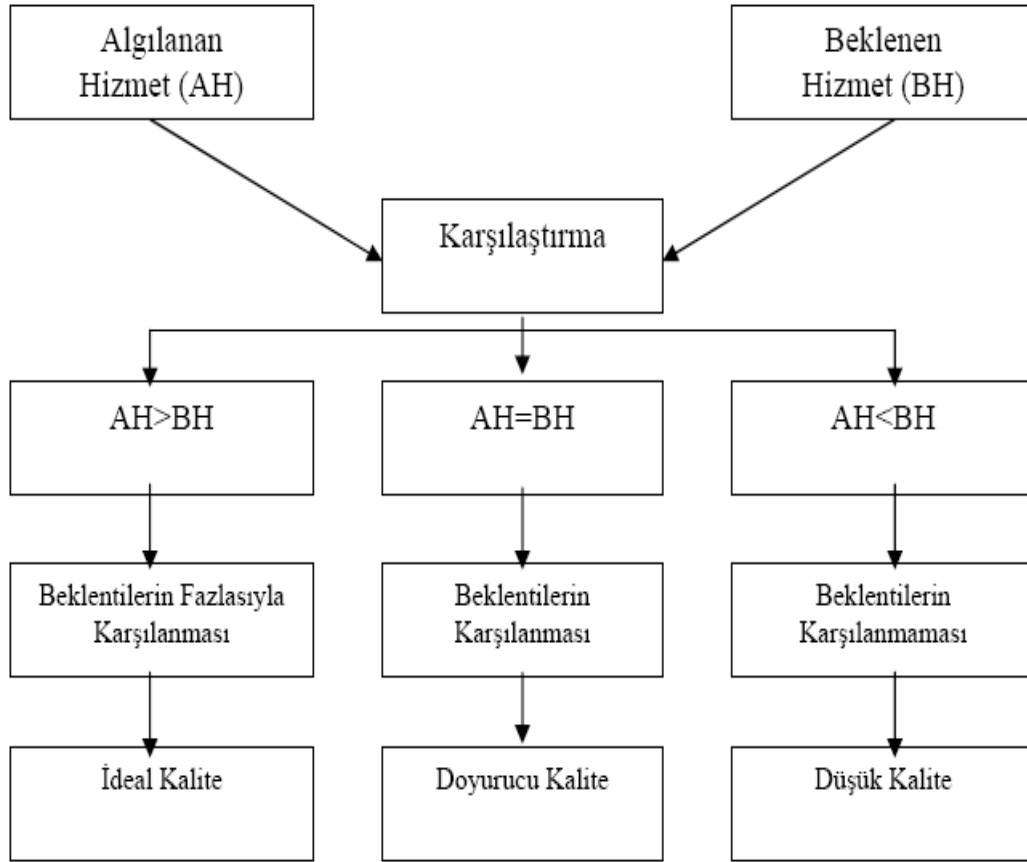
³⁹ Grönroos, Christian (1982), "Strategic Management and Marketing in the Service Sector", **Marketing Science Institute**, Chambridge, m.A.

⁴⁰ Sarıkaya, N. (2004), Servis Sistemlerinde Kalitenin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesinde DEA Modeli: Bir Bankacılık Uygulaması. YA/EM'2004 – Yöneylem Araştırması/Endüstri Mühendisliği – XXIV Ulusal Kongresi , Gaziantep Bildirisi

⁴¹ Bulgan , Uğur. A.g.e. ss.6

⁴² Çukadar, Sami . "Bilgi Merkezlerinde Hizmet Kalitesi" sunum notları

Şekil 1. Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: (Bulgan, 2002 s.7)

Şekil 1’den de anlaşılacağı üzere eğer müşterilerin algıladıkları kalite düzeyi beklentilerinin altında kalıyor ise; kalitenin müşteriye tatmin edecek düzeyde olduğu söylenememektedir. Eğer, müşterinin algıladığı kalite düzeyi beklentilerinin üstünde ise; işletmenin kalitesinin ideal kalite düzeyinde olduğunu söyleyebiliriz. Beklenti ve algılanan kalite düzeyi eşit oranda olduğunda işletme müşterisini tatmin ediyor demektir. Bu durumda var olan kalite düzeyini üst seviyeye yükseltmek adına çalışmalar yapılması gerektiği ortadadır.

Beklenti ve Algılar müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi açısından son derece önemli kavramlardır ve kalite araştırmalarında sıklıkla kullanılırlar.

Hizmetlerin tanımlarını yaparken, soyutluluğu, heterojenliği, stoklanamaması vb. Özellikleri üzerinde durmuşuk. Bu gibi faktörler hizmetin üretimini, sunumunu ve müşterilerin kaliteyi algılayışlarını memnuniyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir.

Hizmetlerin kalite düzeylerinin belirlenmesi ve saptanması için öncelikle hizmet kalitesinin boyutları üzerinde durulmalıdır.

Hizmet kalitesi alanında A. Parasuraman, V.A. Zeithaml ve Leonard L. Berry (PZB), hizmet kalitesi kavramına daha geniş bir perspektiften yaklaşarak hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL adı verilen ayrıntılı bir ölçme yöntemi geliştirmişlerdir. Bu ölçme yöntemi 22 maddeden oluşan bölümler halindedir. İlk bölümde tüketicinin hizmet işletmesinden beklentileri, ikinci bölümde ise söz konusu işletmeden algıladığı hizmet performansı, aynı maddeler kullanılarak ayrı ayrı ölçülmektedir. Ölçekte tamamen katılıyorum ile kesinlikle katılmıyorum arasında değişen yedili Likert ölçeği kullanılmıştır.

Yapılan araştırmalar sonucu edilen bilgilerde katılımcıların ortak görüşlerine göre, kaliteli bir hizmetin sunulabilmesi için müşterilerin hizmet beklentilerinin karşılanması veya bu beklentilerin ötesinde hizmet verilmesi gerektiği düşüncesi pekişmiştir. Sonuç olarak müşteriler tarafından hizmet kalitesi, “*istek veya beklentileri ile algıları arasındaki farklılık ölçüsü*” şeklinde tanımlanmıştır.

Grup tartışmalarından ortaya çıkan diğer bir sonuç da, müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirirken bir takım kriterlerden yararlanmasıdır. Bu görüşmelerden elde edilen bilgilere göre, hizmet kalitesinin on adet boyutu bulunduğu tespit edilmiştir⁴³. Bunlar:

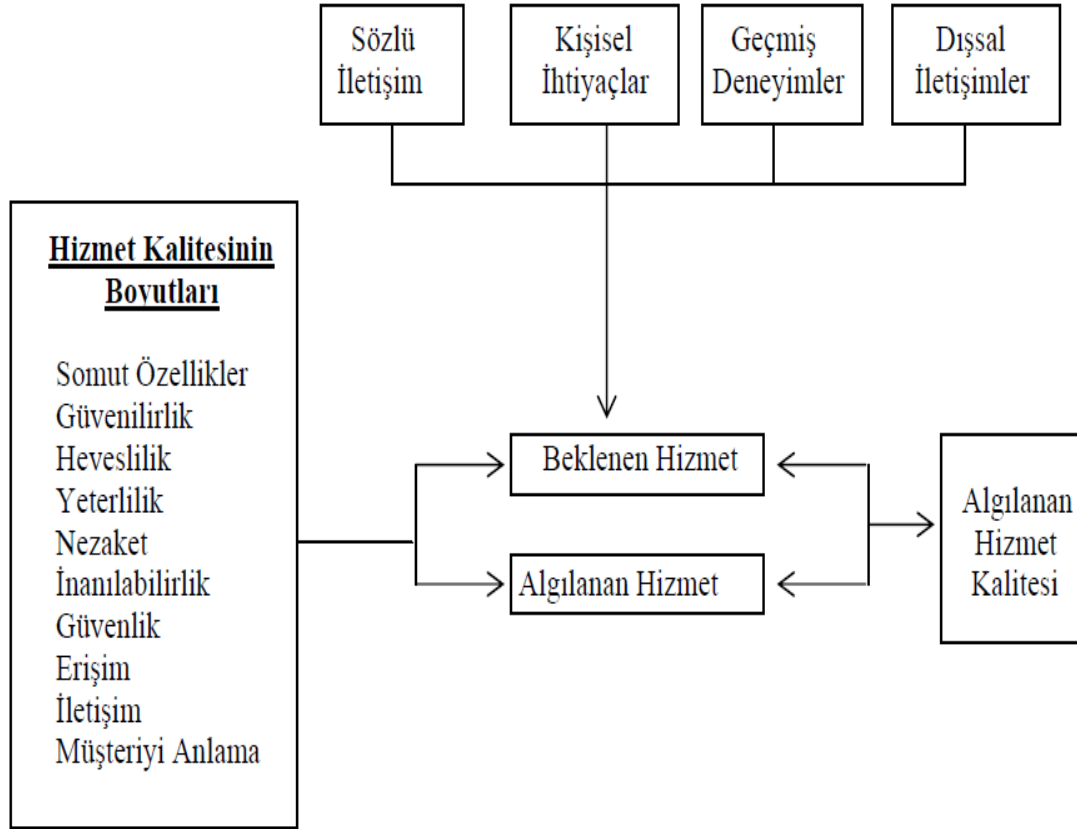
1. **Somut Özellikler** : Binaların, kullanılan teçhizatların, iletişim malzemelerinin ve personelin görünümü,
2. **Güvenilirlik** : Vaat edilen hizmeti doğru olarak yerine getirme yeteneği,
3. **Heveslilik** : Müşterilere yardım etme ve hızlı hizmet verme istekliliği, Çalışanların hizmet vermek için hevesli ve gönüllü olmasıdır.
4. **Yeterlilik** : Hizmeti yerine getirmek için gereken bilgi ve yeteneğe sahip olunması. Hizmet vermek için gereken bilgi ve beceriye sahip olmayı ifade etmektedir.

⁴³ Altan, Şenol ve öte. (2003)“SERVQUAL Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama” 12. Ulusal Kalite Kongresi KalDer-Türkiye Kalite Derneği Lütü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, İSTANBUL 13 – 15 Ekim ss.6

5. **Nezakət** : Müşteri ile doğrudan ilişki kuran personelin nazık, saygılı, düşünceli ve samimi olması.
6. **İnanılabilirlik** : Hizmet sunan kişinin güvenilir ve dürüst olması, Güvenirlilik ile performansın uyumluluğunu kapsamaktadır.
7. **Güvenlik** : Tehlike risk veya şüphenin olmaması,
8. **Erişim** : Gerektiğinde iletişim kurma kolaylığı ve erişilebilirlik,
9. **İletişim** : Anlayabileceği dilden müşterinin bilgilendirilmesi ve sorunlarının dinlenmesi,
10. **Empati** : Müşterileri ve ihtiyaçlarını tanımak için çaba sarf edilmesi. Kişilere kolayca ulaşabilme, iyi bir haberleşme ve müşteriye anlamak şeklinde tanımlanmaktadır.

Bu boyutlar şema halinde aşağıdaki gibi gösterilebilir. (Bkz. Şekil 2)

Şekil 2. PZB'nin Araştırmaları Sonucunda Elde Edilen Bulgular



Şekil 2’de modelin temeli; müşterinin “beklediği hizmet” ile organizasyon yöneticileri tarafından bu beklentilerin algılanıp hizmetin ortaya konulması sonucunda hizmetin müşteri tarafından algılanması ile oluşan “algılanan hizmet”in karşılaştırılmasına dayalıdır⁴⁴.

Modelin iki temel bölümü vardır. İlk bölüm tüketicinin yer aldığı bölümdür. Bu bölümde tüketicilerin hizmet hakkında başkalarından duyduğu bilgiler, bireysel ihtiyaçları ve geçmiş tecrübeleri vardır. Bu hususlar müşterilerin işletmeden beklediği hizmeti oluşturmaktadır. Algılanan hizmet ise, tüketicilerin hizmeti aldıktan sonra o hizmete ait gerçek durumu değerlendirmeleri ile oluşur.

Modelin ikinci bölümü, hizmeti pazarlayan kuruluşun bulunduğu bölümdür. Bu bölümde yönetimin müşterilerine yönelik algıları, bu algıların kalite standartlarına

⁴⁴ Seyran, Deniz (2004). Hizmet Kalitesi, Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı, Kalder, İstanbul, ss.56

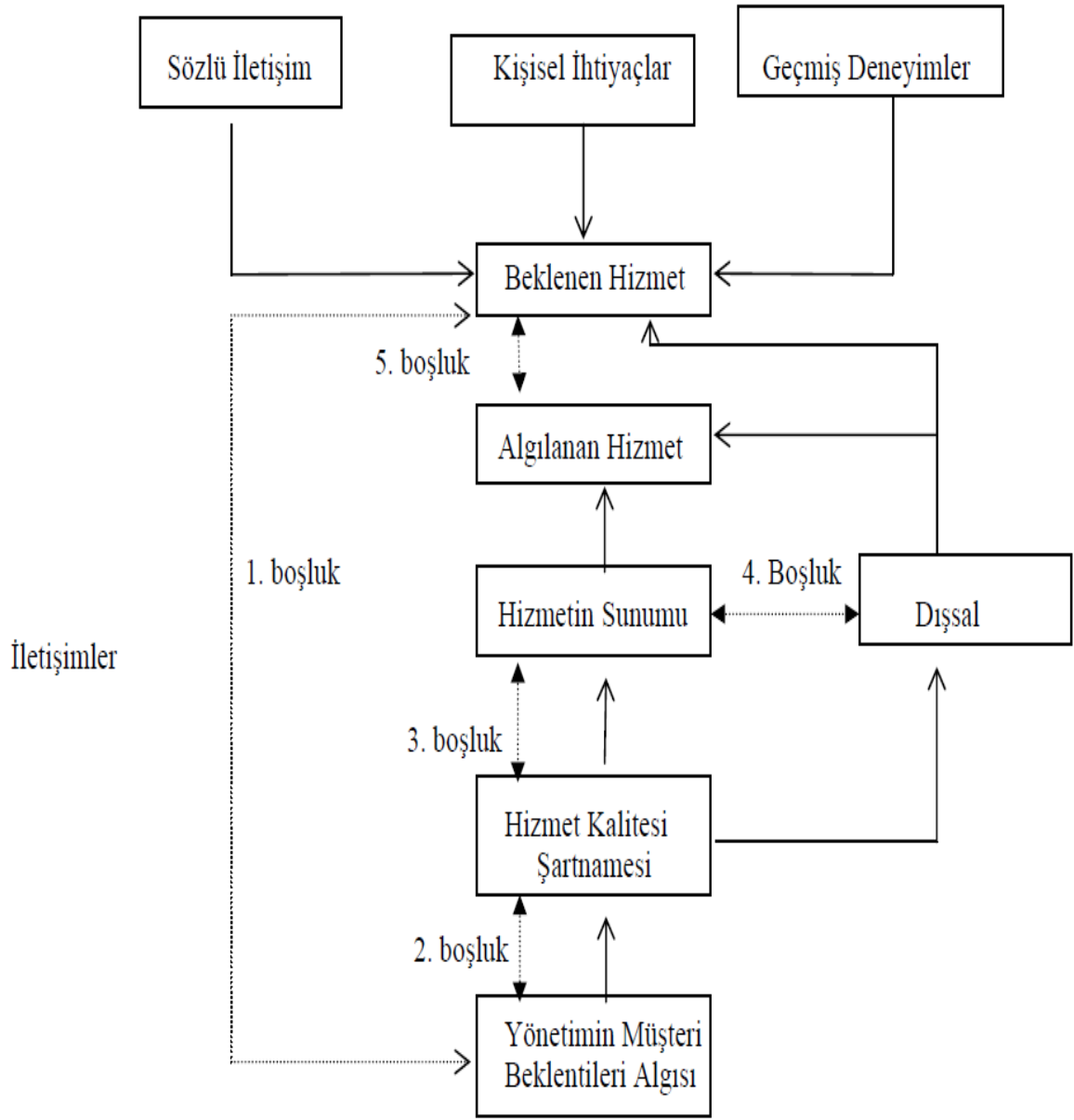
dönüşmesi ve hizmetin sunumu ve müşteriler ile doğrudan olmayan iletişim mevcuttur. İkinci bölümde hizmeti sunan kurumun hizmet hususunda yapmış olduğu faaliyetleri kapsamakta ve hizmet kalitesini etkileyen 4 boşluk (fark) burada oluşmaktadır. Beşinci boşluk ise, beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasında oluşur. Boşlukların tanımlamaları ve açıklamaları ilerleyen sayfalarda açıklanacaktır.

PZB, hizmet kalitesi yapısını ve kalite problemlerine yol açan 4 adet fark (boşluk) tanımlayarak hizmet kalitesi yapısını etkileyen faktörlerin anlaşılmasını sağlamışlardır. Kalite problemlerinin sebep olduğu 5. fark ise müşterinin hizmet beklentisiyle algılaması arasındaki farktır. Bu fark hizmet kalitesi olarak tanımlanmıştır⁴⁵.

PZB, hizmet kalitesinin ölçümü için yapılacak araştırmalara yardımcı olacak bir **“boşluklar modeli”** geliştirmiştir. Bu model aşağıdaki gibidir: (bkz. Şekil 3)

⁴⁵ Carman, James M. (1990), “Consumer Perceptions of Service Quality : An Assesment of the SERVQUAL Dimensions”, Journal of Retailing, Vol. 6, Number 1.

Şekil 3. Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli



Kalite problemlerinin sebep olduğu beşinci fark ya da beşinci boşluk şu şekilde açıklanabilir:

Algılanan hizmet kalitesi, tüketicilerin işletmelerden almayı arzu ettikleri ile aldıkları hizmeti karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar. Başka bir ifadeyle algılanan hizmet kalitesine, tüketicilerin beklentileri ile algıları arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak bakılır.

Beklentiler, tüketicinin hizmet kalitesi değerlendirmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Beklentilere, tüketicilerin arzuları, istekleri olarak bakılır. Tüketicinin almayı beklediği, ümit ettiği hizmet düzeyi olarak tanımlanan bu beklenti standardı, arzu edilen hizmet olarak da adlandırılabilir. Beklenen hizmet, tüketicinin ne olmalı ve ne olabilir gibi inançlarının bir karışımıdır.

Tüketici tarafından algılanan hizmet kalitesi, 5. farkın büyüklüğüne ve yönüne bağlıdır. 5. fark da, yukarda şekil 3’de ifade edilen diğer farkların bir fonksiyonudur.

$$\text{Fark 5} = f(\text{Fark 1, Fark 2, Fark 3, Fark 4})$$

“Tüketici tarafından algılanan hizmet kalitesi, hizmetlerin dizaynı, pazarlanması ve dağıtımı ile ilişkili boşlukların (ilk dört boşluk) durumuna bağlı oluşan beşinci boşluğun büyüklüğü ve yönüne bağlıdır”⁴⁶.

İlk dört boşluğun büyümesi ile beşinci boşluk büyümekte veya tam tersi ilk dört boşluğun azalması ile beşinci boşluk azalmaktadır. Boşluktaki azalma tüketiciyi tatmin etmeyi yani yüksek kaliteyi, büyüme ise tatminin azalmasını ve hizmetin kalitesinin düşüşünü ifade etmektedir.

Hizmet sürecinde görülen boşlukların nedenleri şu şekilde açıklanmaktadır: (bkz. Şkl.4)

⁴⁶ Parasuraman ve başk. (1985) A.g.e. ss. 46

Şekil 4. Boşlukların Oluşmasına Sebep Olan Faktörler

BOŞLUK 1 Pazarlama araştırmasının yetersiz yapılması; Yetersiz pazarlama araştırması, Hizmet kalitesine odaklanmamış araştırma, Pazarlama araştırmasının eksik kullanımı. Dikey haberleşmenin yokluğu; Müşterilerle yönetim arasındaki etkileşimin yokluğu, Müşteriyle temastaki personel ile yönetim arasındaki yetersiz iletişim, Müşteriyle temastaki personel ile üst yönetim arasında çok fazla kademenin bulunması. İlişki odaklanmasındaki yetersizlik; Pazar bölümlenmesinin yapılmayışı, İlişkilerden ziyade ticari işlemlere odaklanma, Sürekli müşterilerden daha çok, yeni müşteriler üzerinde odaklanma.	BOŞLUK 3 İnsan kaynakları politikasındaki hatalar; Etkisiz iş gören temini, Rol belirsizliği ve rol çatışması, Çalışanların teknoloji-iş uygunsuzluğu, Geliştirme ve tazmin sistemlerinin uygun olmaması, Yetkilendirme, kontrol ve takım çalışmasının bulunmayışı. Arz-talep dengesindeki başarısızlık; Talep dalgalanmalarının giderilmesindeki başarısızlık, Uygun olmayan müşteri karması, Talep-fiyat esnekliğinin olmaması, Müşterilerin üzerlerine düşen görevleri yerine getirmemesi; Müşterilerin rol ve beklentileri hakkında bilgi sahibi olmaması, Müşterinin diğer müşterileri olumsuz etkilemesi.
BOŞLUK 2 Müşteriyi harekete geçirecek standartların bulunmayışı; Müşteriyi harekete geçirecek hizmet standartlarının yokluğu, Müşteri ihtiyaçları üzerinde odaklanan süreç yönetiminin bulunmayışı, Hizmet kalitesi amaçlarını oluşturacak biçimsel işlemlerin bulunmayışı. Yetersiz hizmet liderliği; Algılamaların hayata geçirilemeyeşi, Üst yönetimin yetersiz vaadi. Kötü hizmet dizaynı; Yeni hizmet geliştirme sürecinin sistematik olmayışı, Belirsiz, tanımlanmamış hizmet dizaynı, Hizmet dizaynının hayata geçirilmesinde başarısızlık.	BOŞLUK 4 Müşteri beklentilerini yönetmede etkisizlik; Bütün haberleşme formlarının kullanılmasıyla müşteri beklentilerinin yönetiminde başarılı olamamak, Müşterinin gerektiği şekilde eğitimindeki başarısızlık. Aşırı vaatler; Reklamcılıkta aşırı vaatler, Satış personelinin aşırı vaatleri, Fiziksel kanıtlarda yer alan aşırı vaatler. Yetersiz yatay iletişim; Satış personeli ile çalışanlar arasında yetersiz iletişim, Reklamcılar ile çalışanlar arasında yetersiz iletişim, Şube ve birimlere ait politika ve prosedürlerdeki farklılıklar.

Kaynak: Zeithaml V.A ve M. J. BITNER, *Services Marketing*, Mc. Graw Hill Inc, New York, 1996: 49.

Şekil 4’deki modelde gösterilen boşluklar şunlardır:

1. Boşluk: Yönetimin müşteriye ait beklenti algılamaları ile müşterinin arzu ettiği hizmet arasında oluşan boşluktur. Bu boşluk yönetimin, müşterisinin tam olarak nasıl bir hizmet beklediğini bilmemesinden kaynaklanır.

Bu boşluğun oluşma nedenleri;

- Pazar araştırmasının yapılmaması,
- Araştırma bulgularının yetersiz olması,
- Yönetim ve müşteriler arasındaki etkileşim eksikliği,
- Aşağıdan yukarıya doğru iletişimin olmaması ya da kötü olması dolayısıyla da müşterilerden elde edilen bilgilerin yönetime aktarılamaması,
- Yönetim katlarının çok olması ve bunun aşağıdan yukarıya doğru iletişimi engellemesi, bilgilerin yanlış veya değiştirilerek aktarılması şeklinde açıklanmaktadır.

2. Boşluk: Yönetimin müşteri beklentileri ait algılamaları ve alile algılamaların hizmet kalitesi standartlarına dönüştürülmesi arasında oluşan boşluktur. Bu boşluk, hizmet dizaynı ve standartlarının doğru seçilmemesinden kaynaklanmaktadır.

Bu boşluğun oluşma nedenleri;

- Üst yönetimin kaliteli hizmete yeterince destek vermemesi,
- İşletmenin hedef ve beklentilerini açık seçik belirlememiş olması,
- Yetersiz standartlaşma,
- Kötü planlama,
- Yöneticilerin müşteri beklentilerinin karşılanamayacağına inanmaları şeklinde açıklanmaktadır.

3. Boşluk: Kalite standartları ile hizmet sunumu arasında oluşan boşluktur. Var olan hizmetin kalite standartlarına uymamasından kaynaklanmaktadır.

Bu boşluğun oluşma nedenleri;

- Çalışanların ve yönetimin dahil olduğu rol belirsizliği,
- Rol çatışması,
- Personelin becerileri ile işi arasındaki uyumsuzluk,
- İş gereklerine uygun teknolojilerden yararlanılmaması,
- Kontrol sistemlerinin yetersizliği,
- Çalışanlar arasında takım ruhunun olmaması,
- Çalışanlarda müşteri bilincinin olmaması veya yetersiz olması şeklinde açıklanmaktadır.

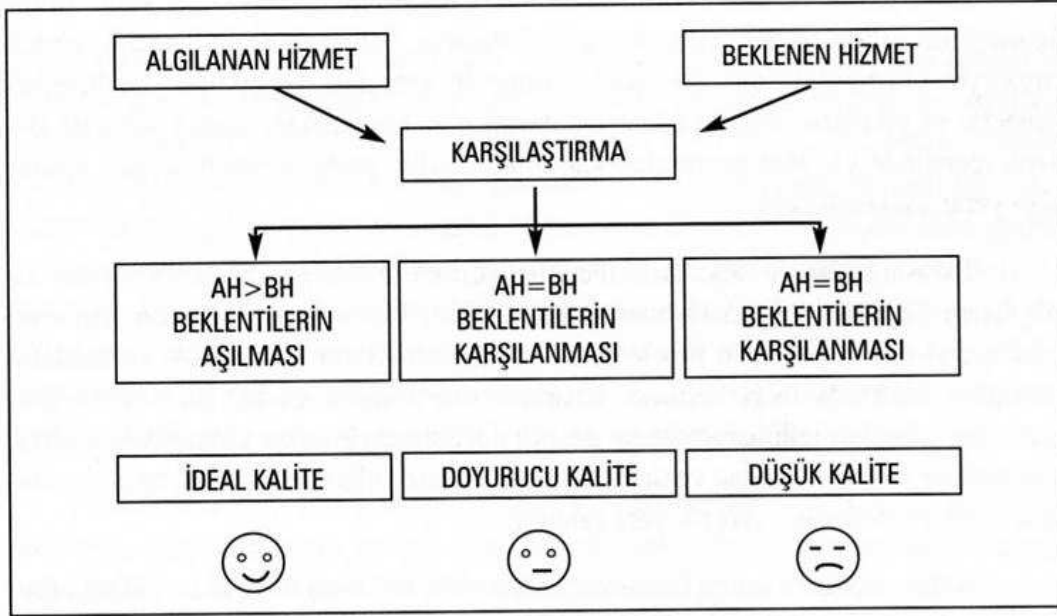
4. Boşluk: Hizmetin sunumu ile müşterilerle harici iletişim arasında oluşmakta ve müşteriye söz verilen hususların hizmetin sonucunda ortaya çıkmaktadır. İlk dört boşluğun oluşma nedenleri yukarıda “Şekil 4” de gösterilmiştir.

Bu boşluğun oluşma nedenleri;

- İşletmede reklam ve üretim departmanları arasında iletişim eksikliği,
- Personel yönetimi, pazarlama ve üretim departmanları arasında iletişimin yetersiz olması,
- Şubeler veya departmanlar arasında politika veya prosedürler bakımından farklılıkların olması,
- Abartılı ve buna bağlı olarak da çok fazla vaatte bulunma eğilimi şeklinde açıklanmaktadır.

5. Boşluk: Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasında oluşan boşluktur. Bu boşluk temel olarak hizmetin kaliteli olup olmadığını gösterir.

Şekil 5. Algılanan ve Beklenen Hizmetin Karşılaştırılması



Şekil 5'ten de anlaşılacağı üzere “Beklenen hizmet algılanan hizmetten büyük ise algılanan kalite müşteri tatmini sağlamada yetersizdir ve beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki açıklığın artmasıyla uygun olmayan kalite düzeyine yönelecektir. Beklenen hizmet ile algılanan hizmet eşit ise, algılanan kalite müşteri tatmini sağlayacaktır. Algılanan hizmet beklenen hizmetten büyük ise algılanan kalite müşteri tatmininden daha fazla olacak ve beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki açıklığın artmasıyla ideal kaliteye doğru yönelecektir”⁴⁷.

1.8. BİLGİ VE BELGE MERKELERİNDE HİZMET KALİTESİ

Hizmette kaliteye ulaşmak için bilgi kaynaklarının yönetilmesinde çeşitli yönetim biçimleri bulunmaktadır. Uygulanmaya başlandığı günden beri amaçlara ulaşmada kendini ispatlamış olan toplam kalite yönetimi, kütüphaneler içinde uygun bir yönetim şeklidir. Kütüphaneler bu yönetim biçimi ile, açık, net bir amaç ve hedef belirleyebilir, kullanıcılarının kimler olduğunu, ne tür hizmet vereceğini, kısa ve uzun vadede neler yapılacağını sistemli bir biçimde belirleyebilir⁴⁸.

⁴⁷ Parasuraman (vd.). (1985) A.g.e. ss. 48

⁴⁸ Çukadar, Sami. A.g.e. ss.4

Kütüphane ve bilgi hizmetlerinde kalite konusunda farklı yaklaşımlar, uygulamalar bulunmaktadır. Tüm bu yaklaşımların özünde, “kusursuz bir hizmet, bakımlı bir ortam, etkin bir yönetim ve nitelikli, nazik personel” olduğunu söyleyebiliriz⁴⁹.

Hizmet kalitesi sunmuş olduğunuz hizmetin müşteri ya da kullanıcılarınızı hedef ve beklentilerine ne kadar cevap verebildiğinizin ölçüsüdür. Kaliteli hizmet, müşteri ya da kullanıcı beklentilerine cevap verebilen hizmet demektir.

Hizmet kavramı soyut bir niteliğe sahip olduğundan özellikle üretim gerçekleştirmeyen ve kar elde etmeyen kurumlarda ölçülmesi zor bir ölçüttür.

Bu nedenledir ki Bilgi ve Belge Merkezlerinde Hizmet Kalitesi kavramı yerine “Algılanan Hizmet Kalitesi” ve “Beklenen Hizmet Kalitesi” kavramları kullanılmaktadır.

Algılanan Hizmet Kalitesi sizin kullanıcı/müşteri/okuyucuların hizmetten ne beklediklerinin göstergesi, Beklenen Hizmet Kalitesi ise hizmet sunanların beklentileridir, aynı zamanda kendilerini değerlendirme ölçütleridir. Beklenen hizmet kalitesi başak bir deyişle, kullanıcıların/müşterilerin/okuyucuların hizmeti almadan önceki beklentileridir.

Algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinden büyük olması beklenen hizmetin fazlasıyla karşılandığı ve ideal bir hizmet modelinin sunulduğu anlamı taşır.

Beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi eşit oranda ise; beklentilerin karşılandığı ve doyurucu bir hizmet modelinin sunulduğu anlamı taşır.

Algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinden küçük olması beklentilerin karşılanamadığı ve düşük bir hizmet modelinin sunulduğu anlamını taşır.

⁴⁹ Aslan, S. (1999). Kütüphane ve bilgi hizmetlerinde kalite yönetimi uygulamaları. *Bilginin serüveni: dün, bugün ve yarın.. : Türk Kütüphaneciler Derneği'nin kuruluşunun 50. yılı uluslararası sempozyum bildirileri 17-21 Kasım 1999, Ankara*. İçinde (126-135.ss.) Yay. Haz. Ö. BAYRAM ve diğ, Ankara, Türk Kütüphaneciler Derneği.

Peki nedir bilgi ve belge merkezlerinden beklenen kriterler;

Bilgi ve Belge Merkezlerinde Olması Beklenen Hizmet Kalitesi Kriterleri

Önal'ın da tanımlamış olduğu Bilgi ve Belge Merkezlerinde olması gereken kalite kriterleri, ve bileşenleri aşağıda sunulmuştur⁵⁰.

- 1) Başarılı sonuca ulaşmak için gerekli girdiyi sürekli sağlayabilme becerisine sahip olunması,
- 2) Başarı hedef alınması,
- 3) Gelişmelerin izlenmesi, değişime kaliteye uyumun göz önünde bulundurulması,
- 4) Hizmetlerin çabuk, doğru ve zamanında sağlanması,
- 5) Kaynakların ve hizmetlerin değerlendirilmesi sonucu standartların geliştirilmesi ve çalışmaların standartlara uygunluğunun sağlanması,
- 6) Kaynakların verimli bir şekilde kullanılarak hizmetlerin ekonomik bir şekilde sağlanması,
- 7) Kullanıcı gereksinimlerine uygun sistemin olması,
- 8) Kullanıcı memnuniyeti sağlanması,
- 9) Kullanıcıların bilgi gereksinimlerinin sağlanması,
- 10) Kütüphanelerin amaçları doğrultusunda hizmet vermesi,
- 11) Olası problemlere çözüm yolları bularak sorun çıkmasının önlenmesi,
- 12) Sürekli gelişmeyi amaçlayan bir sürecin varlığının oluşturulması,
- 13) Yeni hizmetlerin tasarlanması geliştirilmesi ve sunulması şeklindedir.

Kalite kavramı sıklıkla kütüphane hizmetlerini değerlendirmek, geliştirmek için oluşan ihtiyacın içeriğinde kullanılır. Bu ihtiyaç kütüphanenin içinde bulunduğu örgütle olan bağlantısından kaynaklanmaktadır.

⁵⁰ Önal, H. İ. (1997) Hizmette Kaliteye Ulaşmak. B. Yılmaz (Yay. Haz.) , *Kütüphanecilik Bölümü 25. Yıl'a Armağan* (s.115-123). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü

Yapılan bir araştırmada Seymour (1992) üniversitelerde kalitenin göstergeleri arasında gelişen laboratuvar donanımları ve kütüphane kaynaklarının yer aldığına değinmiştir. Ayrıca kampüste en çok zaman geçirilen yerler oldukları için kütüphaneler yakın kontrol altında tutulmaktadır⁵¹.

Üniversite içinde her birim kampüsün kalite başarısına katkıda bulunduğu oranda değerlendirilir. Bu konu kütüphane literatüründe yaklaşık olarak yirmi beş yıl önce ortaya çıkmıştır⁵².

Son yıllarda kütüphane ve enformasyon bilimi araştırmacıları pazarlama ve diğer literatür üzerine yoğunlaşarak kullanıcı beklentilerine ve kalitenin alternatif görüşleri üzerine sonuçlar çıkarmaktadırlar. Bunlardan biri kullanılan hizmetlere kullanıcıların ve müşterilerin bakış açılarını sunan bir değerlendirmedir. Kaliteyi bu bakış açısından inceleyen araştırmacılar “sadece müşteriler kaliteyi değerlendirir diğer bütün değerlendirmeler temel olarak ilgisizdir” (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1990) görüşünü savunan pazarlamadaki bu meslektaşlarıyla aynı fikirdedirler. Parasuraman, Zeithaml ve Berry’nin de vurguladığı gibi “hizmet kalitesi anlayışı hizmeti veren kişinin müşterinin beklentilerini nasıl daha iyi bir şekilde sağlar görüşünden ortaya çıkmaktadır”⁵³.

Sonuç olarak; araştırmacılar hizmet kalitesini müşteri beklentilerini karşılamaya yada aşmaya göre tanımlamaya meyillidirler⁵⁴. Daha da açık belirtmek gerekirse, müşteri algıları ve hizmet beklentileri arasındaki fark ya da boşluk olarak tanımlarlar.

Bilgi ve Belge Merkezlerinde Hizmet Kalitesinin ölçülmesine ve değerlendirilmesine yönelik çeşitli uygulamalar mevcuttur. Bu uygulamalar arasında en yaygın olanları SERVQUAL bir diğeri ise LIBQUAL’dır. Bu uygulamalar ilerleyen konulardan ayrıntılı olarak incelenecektir.

⁵¹ Cook, T. ve Thompson B., 2000. Reliability and Validity of SERVQUAL Scores Used to Evaluate Perceptions of Library Service Quality, *The Journal of Academic Librarianship*, 26 (4), 248-258.

⁵² Oldman, C. ve Wills, G.(1977), *The Beneficial Library*, MCB Books, Bradford, England.

⁵³ Nitecki, D. A. ve Hernon, P.(2000). Measuring Service Quality at Yale University’s Libraries, *The Journal of Academic Librarianship*, 26 (4), 259-273.

⁵⁴ Reeves, C.A., ve Bednor, D. A. (1994) Defining Quality: Alternatives and Implications, *Academy of Management Review*, 19 (13), 419-445.

1.9. BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK YAKLAŞIMLAR

Hizmet kalitesi kavramı tüm dünyada birçok nedenden dolayı her geçen gün artan bir şekilde önem kazanmaktadır⁵⁵. Bu nedenlerden ilki, işletmelerin hizmet kalitesini topluma karşı sorumluluk olarak görmeleridir. Başka bir deyişle yüksek kalitede hizmet vermek işletmelerin topluma karşı olmazsa olmazı olmasıdır. İkinci neden, son yıllara göre hizmet sektörünün diğer sektörlerle göre gelişme göstermesidir⁵⁶. Üçüncü neden ise devlet ve onun organları tarafından sunulan hizmetlerin çok önemli miktarlarda finansal kaynaklar gerektirmeleri ve bunun bir sonucu olarak, hesap verebilirlik ve harcamaların karşılığı olan değer elde edilebilirliği konularının büyük önem arz eden bir ilgi alanı haline gelmesidir.

Bilgi ve Belge Merkezlerinde hizmet kalitesinin önem arz etme nedeni ise bu merkezlerinin başarılı olmalarında kaliteli hizmet sunumunun önemli bir rol oynadığının belirlenmesidir. Bu yönde hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik çeşitli çalışmalar mevcuttur.

Bilgi ve Belge Merkezlerinde hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik çeşitli ölçeklerin varlığında söz etmiştik. Bu bölümde hizmet üreten tüm işletmelerde kullanılabilen Servqual ve bu modelin kütüphanelere uyarlanmış şekli olan Libqual'den bahsedeceğiz.

1.9.1 Servqual (Service Quality): Hizmet Kalitesi

Bilgi ve Belge Merkezleri hizmet üreten işletmeler olması nedeni ile hizmet kalitesini ölçmek, birçok kritere bağlı olacaktır. Bu kriterlerin

bazıları sayısal olarak ölçülebilirken bazılarının sayısal olarak ölçülebilmesi mümkün değildir. Örneğin Bilgi ve Belge Merkezinin kalite belirlemede bir kriter olan kullanıcı/müşteri sayısını rahatlıkla sayısal verilere dönüştürülebilirken, aynı kullanıcı/müşterilerin hizmet kalitesine bakış açılarını beklentilerini sayısal verilere dönüştürmek çok olanaklı olmamaktadır.

⁵⁵ Philip, G. Ve Hazlet, S.A. (1997), The Measurement of Services Quality: a new P-C-P Attributes Model, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 14(3): 260-286

⁵⁶ Kobayashi, K., Batten D. F. Ve Andersson, A. E. (1991). Service Quality and Knowledge Production. İçinde S. W. Brown, E. Gummesson, B. Edvardsson ve B. Gustavsson (Editörler), Service Quality: Multidisciplinary and Multinational Perspectives (ss. 303-318). New York, N.Y.: Lexington Books.

Tüm kriterlere ilişkin ölçümünün bir şekilde yapıldığı varsayılsa bile kalitenin ölçülmesinde hangi kriterin diğerine göre daha fazla önem arz ettiği de tam olarak bilinmemektedir. Bir de Bilgi ve Belge Merkezlerinin, bünyesinde faaliyet gösteren çalışanların ve kullanıcı/müşteri/kullanıcı profiline farklılık ve çeşitliliği düşünülürse bu önemin belirlenmesi daha da güçleşecektir.

Servqual mantığında hizmet kalitesi değerlendirmesi müşterilerin “**beklenti – algı**” ifade çiftlerine verdikleri puanlar arasındaki farkın hesaplanmasına dayanmaktadır. Bu durumda elde edilen faktörler üzerinden SERVQUAL skoru aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$\text{Servqual skoru} = \text{Algılanan Skor} - \text{Beklenti Skoru}$$

Servqual skorları kullanılarak her bir boyut için ortalama servqual skoru hesaplanır.

Ortalama servqual skorları iki aşamada elde edilmektedir.

1. Her bir müşteri için söz konusu boyuta ait ifadeler verilen servqual skorları toplanır ve boyutu oluşturan ifade sayısına bölünür.

2. X sayıda müşteri için birinci adımda elde edilen sayılar toplanır ve X’e bölünür.

Toplam hizmet kalitesi skorunu elde etmek için de 4 boyut için hesaplanan skorlar toplanıp 4’e bölünür. Sonuçta bulunan ağırlıklandırılmamış servqual skorudur. Müşterilerin kalite boyutlarına atfettikleri önem dikkate alınmış değildir.

Ağırlıklandırılmış skoru elde etmek için şu adımlar izlenmektedir:

1. Her bir müşteri için beş boyutun birer birer ortalama servqual skoru hesaplanır.
2. Her bir müşteri için her bir boyuta verdiği servqual skoru ile o müşterinin o boyuta tahsis ettiği önem ağırlığı çarpılır.
3. Her bir müşteri için beş boyutun toplamı üzerinden ağırlıklandırılmış servqual skorları toplanır.
4. X müşterinin üçüncü adımda elde edilen skorları toplanır ve X’e bölünür.

Servqual (hizmet kalitesi) ile ilgili boşluklar modelini, algılanan hizmet kalitesi ve beklenen hizmet kalitesi kavramlarını hizmet kalitesi başlığı altında anlatmıştık.

1.9.2 Libqual (Library Quality): Hizmet Kalitesi Ölçümü Anketi

Libqual +TM Hizmet Kalitesi ölçüm anketi ; kütüphanelerin verdikleri hizmetin kalite düzeyinin kendi kullanıcıları tarafından değerlendirilmesi için ARL (Association of Research Libraries- Araştırma Kütüphaneleri Derneği) Teksas A&M Üniversitesi işbirliği ile geliştirilmiş kütüphane hizmet ölçüm anketidir⁵⁷.

Libqual +TM; kütüphanelerin, kullanıcıların, kütüphanelerin hizmet kalitesinden beklentilerini, düşünce ve değerlendirmelerini alabilmek ve bu değerlendirmelerden ölçümler yapıp kullanıcıya daha kaliteli bir hizmet sunmayı hedefleyen bir ölçme ve değerlendirme anketidir.

1999 yılında “yeni ölçümler girişimi” kapsamında yürürlüğe giren Servqual ölçeğini temel alınmış ve 2000 yılında Texas Üniversitesi’nde Cognition and Instructional Technology Laboratory (CITL) bünyesinde bir tasarım ekibi oluşturulmuştur. Bu tasarım ekibi 12 pilot bölgede anketler uygulayarak Libqual’i faaliyete geçirmişlerdir.

Bu pilot çalışmaya dahil olan işletmeler;

- 1) Arizona Üniversitesi
- 2) California, Santa Barbara Üniversitesi
- 3) Connecticut Üniversitesi
- 4) Houston Üniversitesi
- 5) Kansas Üniversitesi
- 6) Michigan State Üniversitesi
- 7) Minnesota Üniversitesi
- 8) Pennsylvania Üniversitesi
- 9) Pittsburgh Üniversitesi
- 10) Virginia Tech
- 11) Washington Üniversitesi

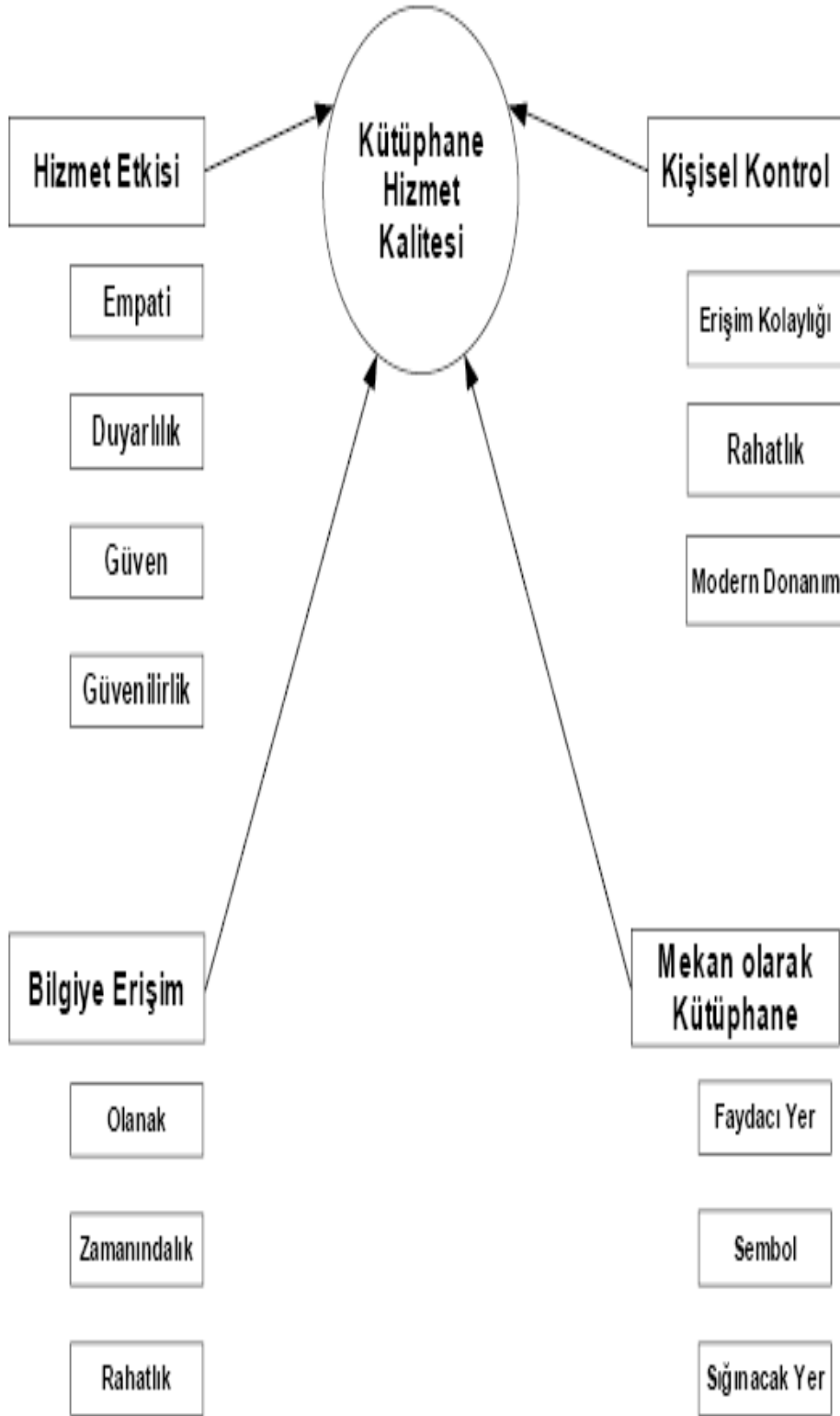
⁵⁷ Akbayrak, Emre Hasan, a.g.e. ss. 52

12) York Üniversitesi

Libqual +TM Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nde, kütüphane hizmet kalitesine yönelik algılamalar ve beklentiler dört temel boyutta ele alınmıştır. Bakınız şekil 6.

- 1) **Bilgiye erişim:** Kütüphane içindeki kaynakların ve hizmetlerin zamanında verilen hizmet, yeterlilik, olanaklar yönünden değerlendirilmesini sağlar. Örneğin: Kütüphanenin kapanış-açılış saatleri, basılı/elektronik materyalin yeterliliği, ödünç verme, belge sağlama v.b.
- 2) **Hizmet etkisi:** Kütüphanenin kullanıcılara olan duyarlılığı, güveni, davranış şekilleri, empati kurabilmeleridir. Bu kütüphaneyi öznel açıdan değerlendirmeyi sağlar.
- 3) **Mekan olarak kütüphane:** Kütüphanenin boyutu ve kullanıcılar tarafından algılanan fiziki özellikleridir. Örneğin: Kütüphanenin sessiz oluşu, ulaşım kolaylığı v.b.
- 4) **Kişisel denetim:** Kullanıcıların ihtiyaç duyduğu bilgilere kolay ulaşması, kolay ulaşım olanaklarını ifade eder. Örneğin: kullanıcıların aradıkları bilgileri kolay bulmaları, web sayfasının ulaşım kolaylığı sağlaması gibi.

Şekil 6. Kütüphane Hizmet Kalitesi Boyutları



Kaynak: (Cook, Thompson ve Waller, 2003).

2. BÖLÜM

BİLGİ VE BELGE MERKEZLERİNDE HİZMET KALİTESİNİN ARTIRILMASI: MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ HİZMET ÖRNEĞİ

Bu bölümde Bilgi ve Belge Merkezleri olarak Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane hakkında bilgiler verilir, hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik anketin Merkez Kütüphane açısından değerlendirmesi yapılacaktır.

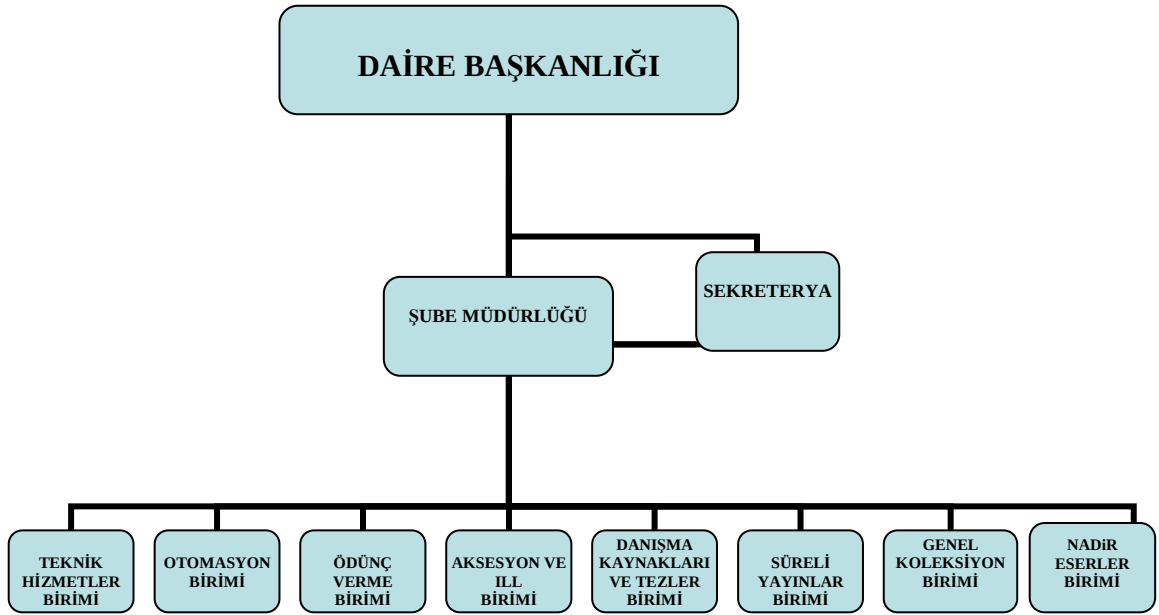
2.1. BİLGİ VE BELGE MERKEZİ OLARAK MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANE

Marmara Üniversitesi'nin kurulmasıyla birlikte, sahip olduğu bilgi birikimi ve araçları doğrultusunda hizmet sunduğu üniversite, bilim insanlarının her türlü bilimsel bilgi ihtiyaçlarını çok çeşitli kanallar üzerinden karşılamayı; günümüz dünyasında hayati öneme sahip “bilgiye erişimi” üniversite içinde en hızlı ve en doğru şekilde gerçekleştirmeyi kendine misyon edinmiş bulunan Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı, günümüzde Merkez Kütüphane'nin dışında çeşitli kampüslerde yer alan birim kütüphaneleri ile tüm Marmara Üniversitesi öğretim elemanı ve öğrencilerine hizmet vermektedir.

Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı örgüt yapısı aşağıdaki gibidir⁵⁸.
(Bkz. Şekil 7)

⁵⁸ 2008 Yılı Marmara Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı Birim Faaliyet Raporu

Şekil 7. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane Örgüt Şeması



Yukarıda şekil 7’de örgüt şemasının yer aldığı merkez kütüphanede çalışan idari personelin eğitim durumu, hizmet süreleri ve yaş dağılımını tablolar halinde inceleyecek olursak:

Tablo 3. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane Çalışanlarının Eğitim Durumu

İdari Personelin Eğitim Durumu					
	İlköğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Y.L. ve Dokt.
Kişi Sayısı	1	5	3	5	
Yüzde	%7	%36	%21	%36	

Tablo 4. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari Personel Hizmet Süreleri

İdari Personelin Hizmet Süresi						
	0 – 3 Yıl	4 – 6 Yıl	7 – 10 Yıl	11 – 15 Yıl	16 – 20 Yıl	21 - Üzeri
Kişi Sayısı	2	1	3	1	2	5
Yüzde	%14	%7	%21	%7	%14	%37

Tablo 5. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari Personel Yaş Dağılımı

İdari Personelin Yaş İtibariyle Dağılımı						
	21-25 Yaş	26-30 Yaş	31-35 Yaş	36-40 Yaş	41-50 Yaş	51- Üzeri
Kişi Sayısı		1	6		4	2
Yüzde		%8	%46		%31	%15

Kütüphanede verilen hizmetleri akademik ve idari hizmetler olarak değerlendirdiğimizde aşağıdaki tablo oluşmaktadır. (Bkz. Tablo 6)

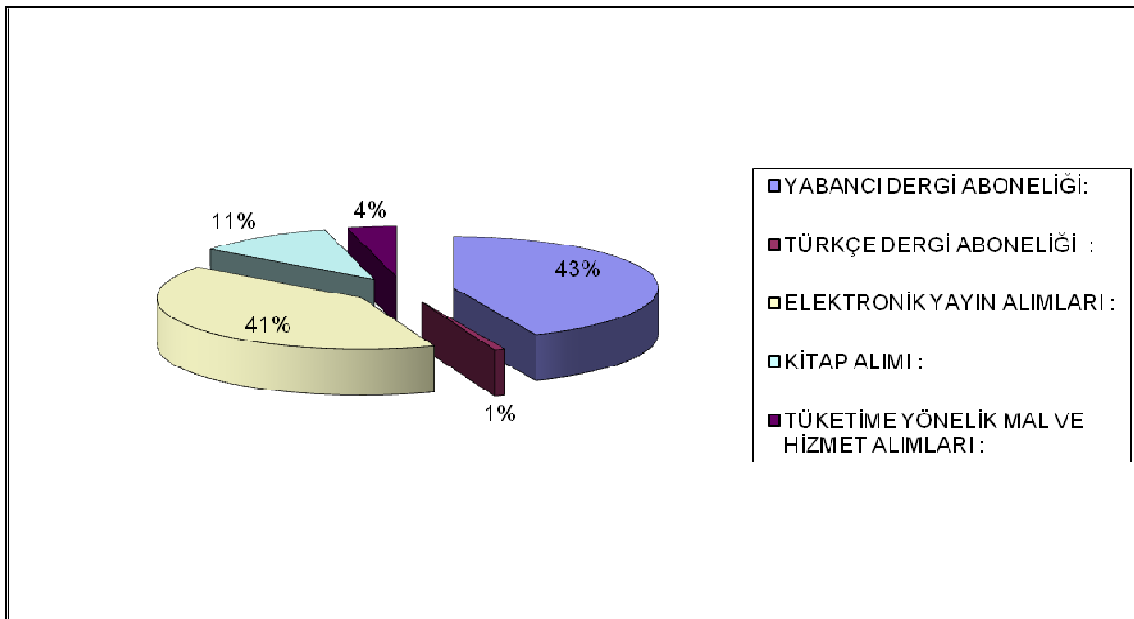
Tablo 6. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari ve Akademik Hizmetler

Akademik Hizmetler	-INTERNET HİZMETLERİ 60.000 okuyucuya ücretsiz internet kullanma imkanı sunulmuştur -KÜTÜPHANE OTOMASYONU HİZMETLERİ 6 Kütüphanede Merkezi sisteme bağlı olarak kütüphane otomasyonu kullanılmaktadır.8.890 yayın 2008 senesinde sisteme eklenmiştir. -ELEKTRONİK VERİ TABANI HİZMETLERİ 24 online veritabanında 55.657 elektronik yayın bulunmaktadır. -ÖDÜNÇ YAYIN VERME VE KÜTÜPHANELER ARASI İŞBİRLİĞİ HİZMETLERİ 3288 üyeye 14810 yayın ödünç verilmiştir. Yurtiçindeki diğer kütüphanelerden 172 yayın ödünç alınmıştır. -KÜTÜPHANE KULLANIMI EĞİTİMİ HİZMETLERİ Üniversitemizin 51 Bölümünde okuyan 1733 1. sınıf öğrencisine kütüphane kullanımı eğitimi düzenlenmiştir. -TEZLER VE DANIŞMA KAYNAKLARI HİZMETLERİ 2.134 adet lisansüstü tez kataloga eklenmiştir -YAYIN TARAMA HİZMETLERİ 11.749 adet yayın taraması yapılmıştır. -AKADEMİK BİLGİ HİZMETLERİ 213.145 adet kaynaktan akademik bilgi hizmeti verilmektedir.
İdari Hizmetler	-PERSONEL SİCİL HİZMETLERİ -SATINALMA VE SAĞLAMA HİZMETLERİ

Tablo 6. Devamı Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane İdari ve Akademik Hizmetler	
	-KOORDİNASYON HİZMETLERİ

Merkez Kütüphane'ye Ait 2008 yılına ait harcama dağılımı ise aşağıda görüldüğü gibidir. (Bkz. Şekil 8)

Şekil 8. Merkez Kütüphane 2008 Harcama Dağılımı



Şekil 8'de görüldüğü gibi 2008 yılı harcamalarının en büyük çoğunluğunu %43'lük oranla yabancı dergi aboneliği oluşturmaktadır. Bunu %41 ile elektronik Yayınlar takip etmekte ve kütüphane bütçesinde en düşük sermaye %1'lik oranla tüketime yönelik mal ve hizmetlere ayrılmıştır.

Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesinin analizi için gerekli olan verileri Tablo 7'de bulmak mümkündür.

Tablo 7. Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane 2007-2008 İstatistikleri

1- KÜTÜPHANE KOLEKSİYONLARI (Sayıları)			
1a) Fiziksel Koleksiyonlar			
	2007	2008	Değişim %
Kitaplar	40688	43076	5.8 %
Sürelî Yayınlar	384	390	1.56 %
Tezler	14672	16806	14.54 %
Mikroformlar	Yok		
Görsel İşitsel Malzemeler			
Kitap Dışı Materyaller			
Toplam	55744	60272	21.9 %
1 b) Elektronik Koleksiyonlar			
	2007	2008	Değişim %
Elektronik Kitaplar	1	2	100 %
Elektronik Sürelî Yayınlar			
Veritabanları	15	30	100 %
Toplam	15	30	100 %
2- ÖDÜNCÜ VERME VE ÖDÜNCÜ ALMA FAALİYETLERİ			
2 a) Kampüs İçinde Ödünç Verme Faaliyetleri			
	2007	2008	Değişim %
Karşıl原因 Başvurular	5688	14810	160 %
2 b) Kütüphaneler arası Ödünç Verme Faaliyetleri			
	2007	2008	Değişim %
Merkez kütüphanenin talep ettiği kitap sayısı	291	165	-43 %
Merkez kütüphaneden talep edilen kitap sayısı	62	61	-1.6 %
3- KÜTÜPHANE KULLANICILARI VE ÇALIŞANLARI			
3 a) Kullanıcılar			
	2007	2008	Değişim %

Tablo 7. Devamı Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane 2007-2008 İstatistikleri

Kütüphane Üye Sayısı	1625	3288	102 %
Kütüphaneye Giriş-Çıkış Sayısı	413176	488332	18 %
3 b) Kütüphaneciler			
	2007	2008	Değişim %
Kütüphanecilerin Sayısı	9	11	22 %
4- KÜTÜPHANE BÜTÇESİ			
4 a) Bütçedeki Dağılımlar			
	2007	2008	Değişim %
Kitap Alımı	159424	190150	19 %
Sürelî Yayın Alımı	1622000	773177	-47 %
Veritabanı Alımları	297020	715191	140 %
Tüketime Yönelik Mal ve Hizmet Alımları	65702	67772	3 %
Toplam	2144146	1746290	-18%

KÜTÜPHANE VE DOKÜMANTASYON DAİRE BAŞKANLIĞI 2008 YILI AYRINTILI HARCAMA LİSTESİ**TOPLAM BÜTÇE: 1.972.000,00 YTL****YABANCI DERGİ ABONELİĞİ: 758.57Biraz Katılıyorum YTL****TÜRKÇE DERGİ ABONELİĞİ : 14.60Fikrim Yok YTL****ELEKTRONİK YAYIN ALIMLARI : 715.19K. Katılıyorum YTL****KİTAP ALIM : 190.150,00 YTL****TÜKETİME YÖNELİK MAL VE HİZMET ALIMLARI: 67.77Biraz Katılıyorum YTL**
TOPLAM HARCAMA(Onay Belgesi) 1.746.290,00 YTL**Kütüphane Bütçesinden Kullanıcı Başına Düşen Pay 34,86 YTL**

2009 yılı itibariyle Merkez Kütüphane aktif durumda üye sayısı

- Öğrenci: 5803
- Öğretim Görevlisi: 544
- İdari Personel: 107

Bunlardan 4743 kişi Lisans öğrencisi, 161'i Ön Lisans, 737'si Y. Lisans, 105'i Doktora, 57'si Tezsiz Yüksek Lisans öğrencisidir.

Hizmet kalitesini artırma yönünde kullanıcı/müşteri odaklı hizmet anlayışına sahip olma yönünde çaba gösteren kütüphane, kâr amacı gütmeyen bir hizmet işletmesi olma yönünde ilerlemekte ve kullanıcı ihtiyaç ve beklentileriyle doğru orantılı olarak hizmet vermeye gayret göstermektedir.

2.2. M.Ü. MERKEZ KÜTÜPHANE'DE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK ANKETİN UYGULANMASI VE GENEL DEĞERLENDİRMESİ

Hizmet Kalitesi'nin ölçümüne yönelik Libqual ve Servqual'den uygun örnekler seçilerek 18 farklı kategoride toplamda 47 soru 120 kişi üzerinde uygulanmıştır. Bu farklı kategorilerle mevcut durum değerlendirilmiş ve kullanıcı/okuyucu/müşteri'nin hizmet beklenti ve algıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Burada seçilen sorular var olan evreni (kütüphanenin yapı, işleyiş, mevcut kullanıcı sayısı ve pozisyonları) baz alınarak uygulanmış olup örneklem (anketi uyguladığımız okuyucu/kullanıcı/müşteri) içindeki kişi sayısı 120 kişi ile sınırlı tutulmuştur. Bunun nedeni; bu değerlendirme içine kütüphane içinde var olan ve kütüphaneye bağlı bir birim olan internet salonunda uygulanmış ancak, bazı anketlerde ayıklamalara gidilmiştir. Bunun ana nedeni bu birimin kütüphane içinde olmasına karşın, birimin sadece elektronik kaynakların kullanımı amacına hizmet edememesidir. Bu salonun üniversitemiz öğrencilerine ücretsiz olarak hizmet vermesi nedeni ile kütüphaneyi ya da kütüphaneye ait elektronik kaynak ve materyalleri kullanmayan kullanıcı/okuyucu/müşteri varlığıdır.

Anketimizde kullanıcı/müşteri/okuyucularımızı ve kendimizi şu kategorilerde inceledik;

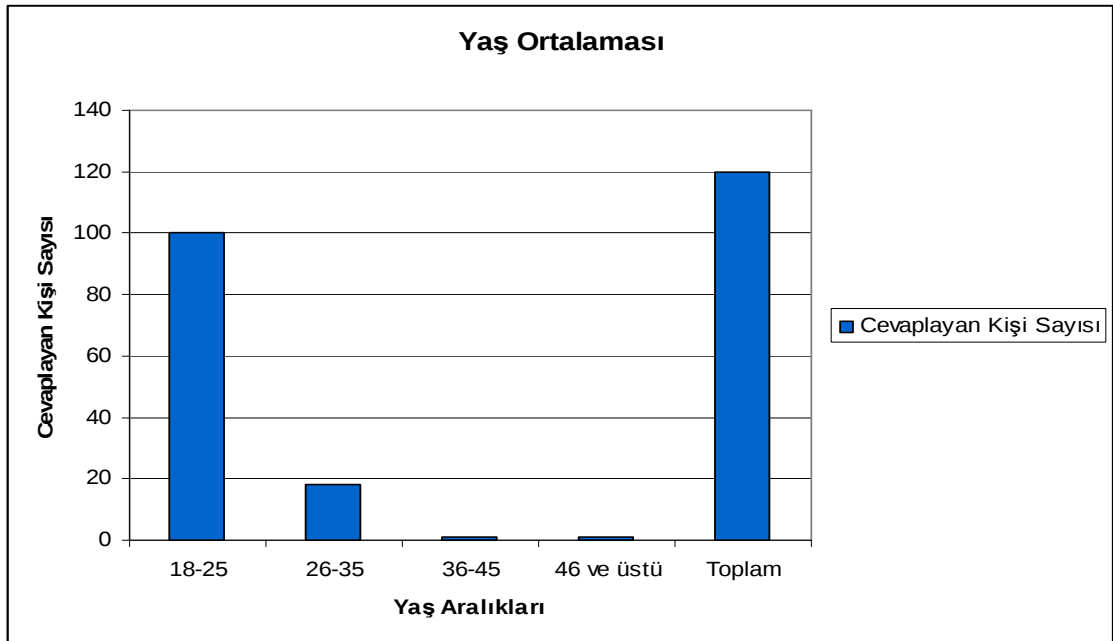
- Yaş
- Cinsiyet
- Eğitim
- Meslek
- Personel
- Donanım ve Materyal
- Elektronik Kaynaklar
- Web Sitesi
- Erişim Kolaylığı
- Kütüphane Ortamı
- Kullanıcıların bilgi ulaşım ve değişiklikleri
- Ödünç Hizmetleri
- Özel Koleksiyon ve Arşivler
- Öğrenci Mezuniyet işlemleri
- Genel olarak bilgi, öğrenim ihtiyaç analizi
- Toplam Kalite Standartlarına Uygunluk
- Memnuniyet

Anket katılımcılarını yaş olarak 4 farklı kategoride inceledik. 1: 18-25, 2: 26-35, 3: 36-45, 4: 46 ve üstü. Anket tamamlandıktan sonra ankete katılan katılımcıların yaş ortalaması şu şekildedir. (Bkz. Tablo 8 ve Şekil 9)

Tablo 8. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Yaş Dağılımı

Yaş	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde
18-25	100	83,3	83,3	83,3
26-35	18	15,0	15,0	98,3
36-45	1	,8	,8	99,2
46 ve üstü	1	,8	,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 9 Yaş Dağılımı



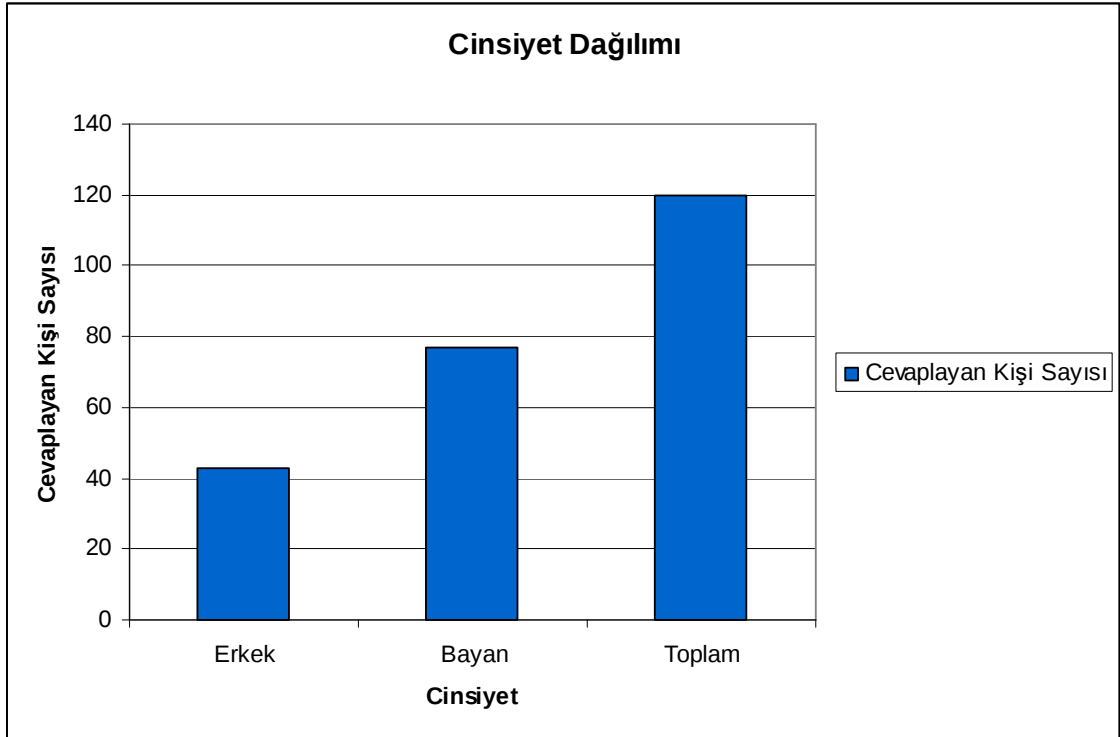
Kütüphane bir üniversite kütüphanesi olması nedeni ile ve kullanıcıların çoğunluğunu öğrenciler oluşturması nedeni ile yaş ortalaması “1 nolu cevap” üzerinde yoğunlaşmıştır. Tablo 8’de de görüldüğü gibi anketimize katılan okuyucu/ müşteri/ kullanıcılar’dan en fazla katılım 18-25 yaş arasındadır.

Katılımcıların cinsiyet dağılımı ise şu şekildedir; (Bkz. Tablo 9 ve Şekil 10)

Tablo 9. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Cinsiyet Dağılımı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Erkek	43	35,8	35,8	35,8
Bayan	77	64,2	64,2	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 10 Cinsiyet Dağılımı



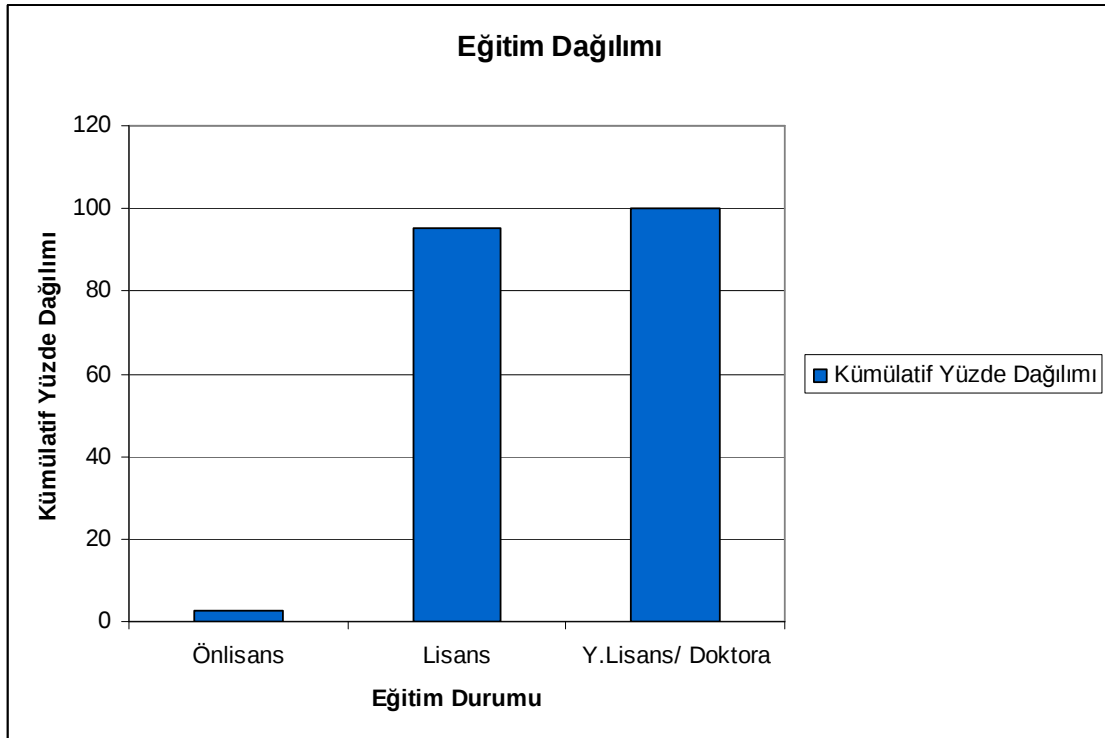
Burada 1 numaralı değişken: Erkek 2 numaralı değişken ise: Bayan olarak belirlenmiştir. Anketimizi cevaplayanların çoğunluğunu ise bayanlar oluşturmaktadır.

Katılımcıların eğitim düzeylerini incelediğimizde büyük çoğunluğu öğrenciler oluşturmaktadır. Burada 1 numaralı değişken: İlköğretim 2 numaralı değişken: Orta Öğretim, 3 numaralı değişken: Ön Lisans, 4 numaralı değişken: Lisans ve 5 numaralı değişken de Yüksek Lisans ve Doktorayı ifade etmektedir. (Bkz. Tablo 10 ve Şekil 11)

Tablo 10. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Eğitim Dağılımı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
ÖnLisans	3	2,5	2,5	2,5
Lisans	111	92,5	92,5	95,0
Y.L/Doktora	6	5,0	5,0	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 11 Eğitim Dağılımı (Yüzdelik)

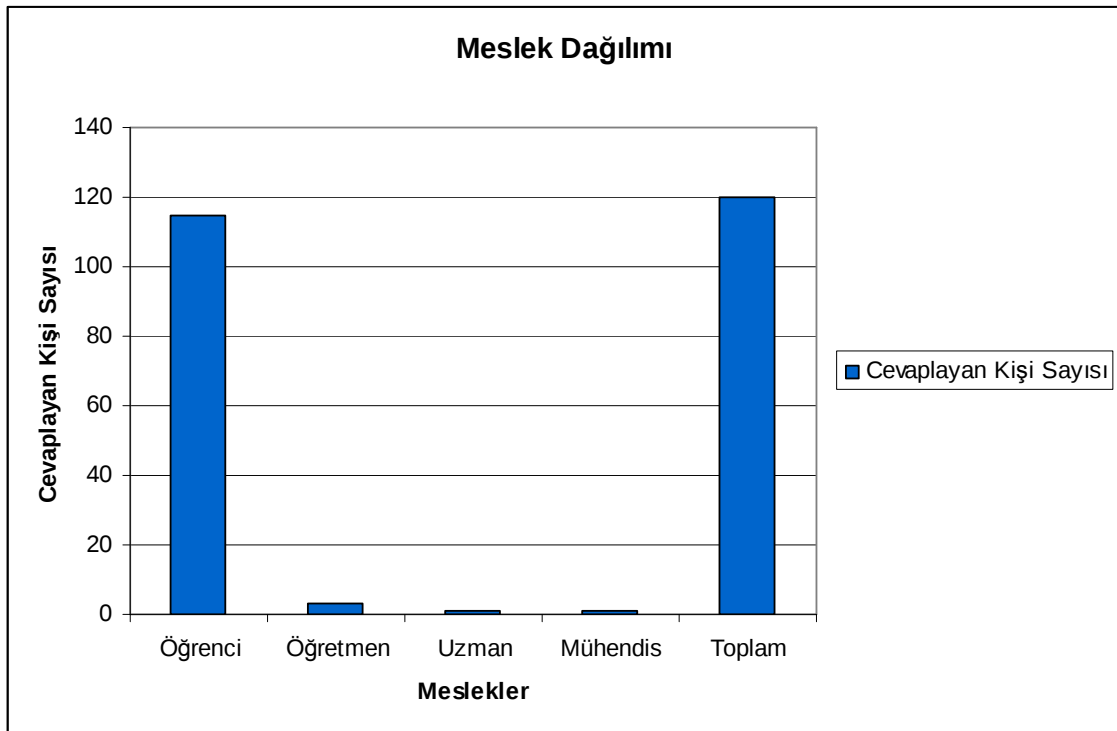


Katılımcıları meslek olarak değerlendirdiğimizde; katılımcıların 115'ini öğrenci, 3'ünü öğretmen, 1'ini uzman ve 1'ini mühendis oluşturduğu görülmektedir. (Bkz. Tablo 11 ve Şekil 12-13)

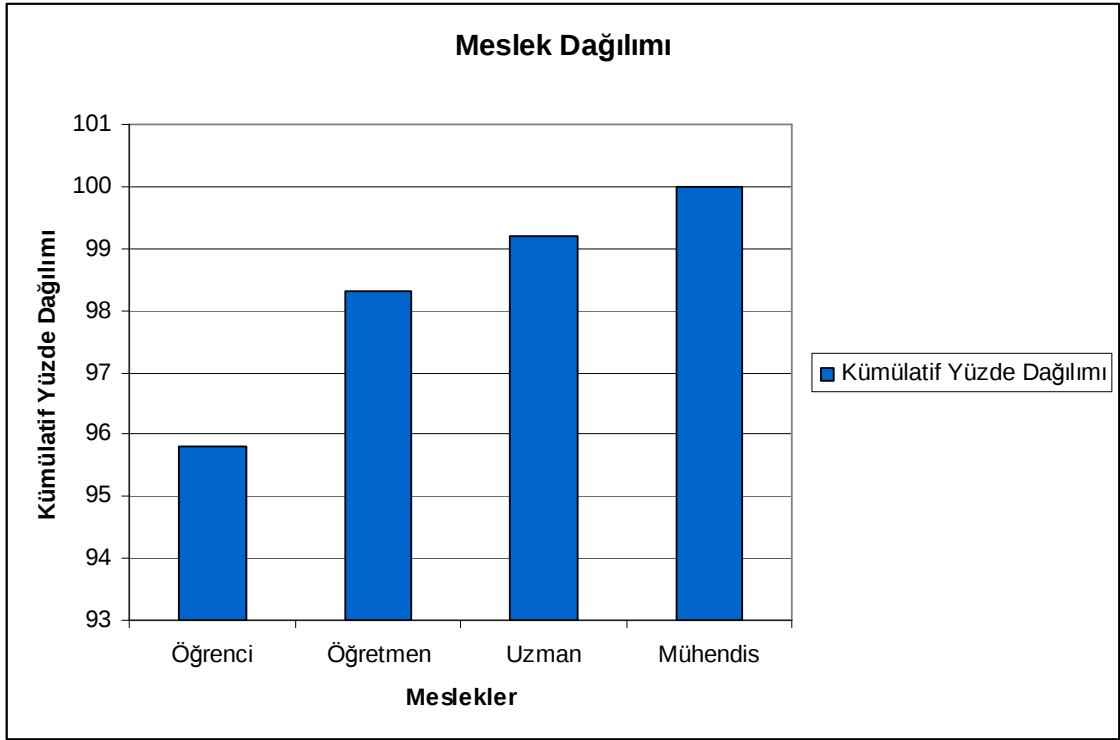
Tablo 11. Hizmet Kalitesi Anketi Katılımcı Meslek Dağılımı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Öğrenci	115	95,8	95,8	95,8
Öğretmen	3	2,5	2,5	98,3
Uzman	1	,8	,8	99,2
Mühendis	1	,8	,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 12 Meslek Dağılımı



Şekil 13 Meslek Dağılımı (Yüzdelik)



Anketimizde cevap bölmesinde bulunan K. Katılıyorum (Kesinlikle Katılıyorum), Biraz Katılıyorum (Kısmen Katılıyorum), Kararsızım (Kararsızım), Kesinlikle Katılmıyorum (Kesinlikle Katılmıyorum), Fikrim Yok (Fikrim Yok) ifade etmektedir. Ayrıca Kütüphane kaynaklarını kullanım, web sitesi kullanım sıklığı ve kütüphane sitesi dışındaki tarayıcılar ile ilgili 3 soruda K. Katılıyorum (Her gün), Biraz Katılıyorum (Haftada birkaç defa), Kararsızım (Ayda birkaç defa), Kesinlikle Katılmıyorum (Nadiren), Fikrim Yok (Hiçbir zaman) olarak alınmıştır. Araştırma konuları ile ilgili soruda ise tabloda gerekli açıklama yapılmıştır.

Anketimizde 5’li değişken kullandık ve diğer sorulardan anketi 2 bölüme ayırıp katılımcılar için “İdeal Kütüphane” ve “Merkez Kütüphane= Algılanan Hizmet” değerlendirmelerini bu değişkenlere göre cevaplamalarını istedik. Kullanıcılar yukarıda söz ettiğimiz 47 sorunun 36 adedini bu değişkenlere göre cevapladılar.

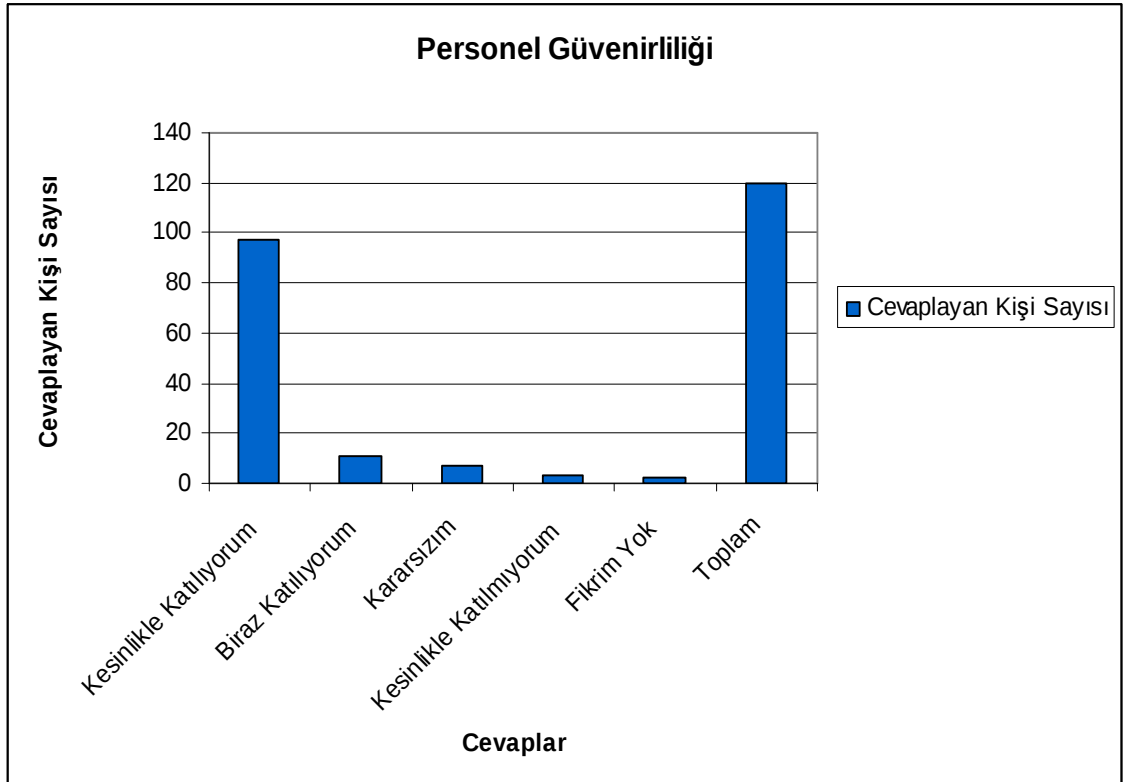
Katılımcılarımıza öncelikli olarak kendileri için ideal olan kütüphanede bulunması gereken kriterlere ilişkin sorular sorduk. Ancak; verilen cevaplar tamamına kesinlikle katılıyorum değildi, bunun nedenlerini var olan bilgi ve belge merkezlerinde mevcut sistemlerin ve imkanların yetersizliği ve alt yapı eksikliği olarak yorum getirmişlerdir.

Aşağıdaki tablolarda ideal kütüphanede bulunması gerekenler katılımcılarımız tarafından sorgulanmıştır. (Bkz. Tbl. 12, Şkl. 14-15 ve diğerleri: ideal kütüphane ile ilişkili olanlar)

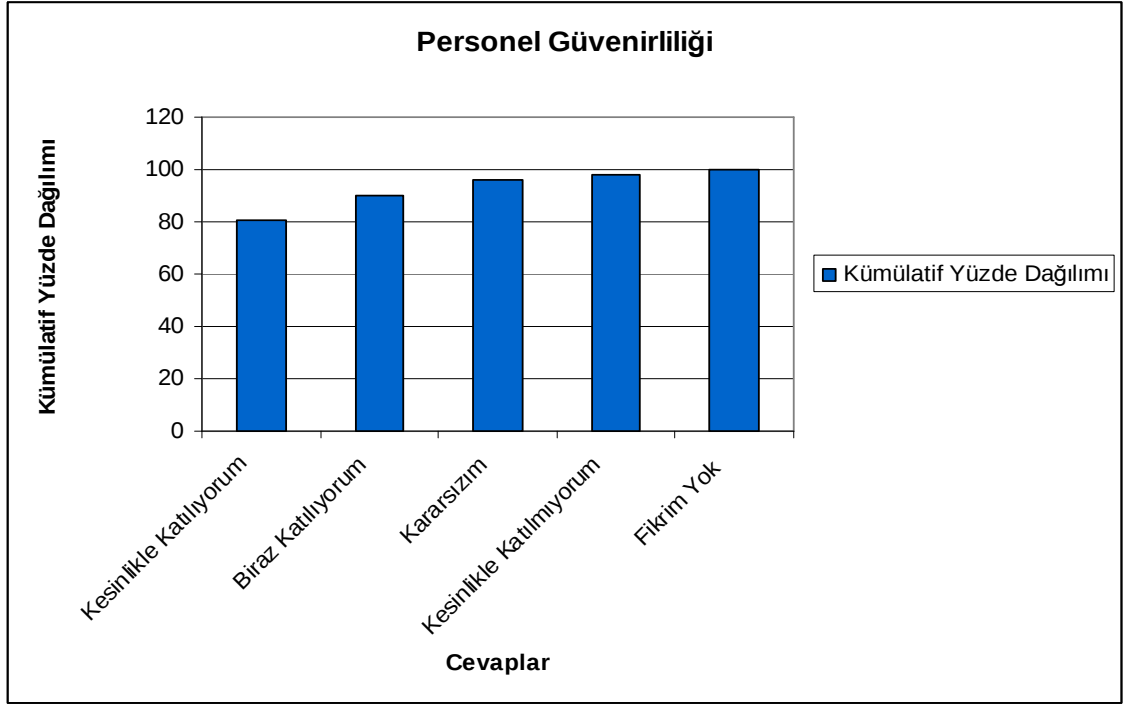
Tablo 12. İdeal Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	97	80,8	80,8	80,8
Biraz Katılıyorum	11	9,2	9,2	90,0
Kararsızım	7	5,8	5,8	95,8
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,5	2,5	98,3
Fikrim Yok	2	1,7	1,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 14 İdeal Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi



Şekil 15 İdeal Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Verme Yüzdesi (Yüzdelik)

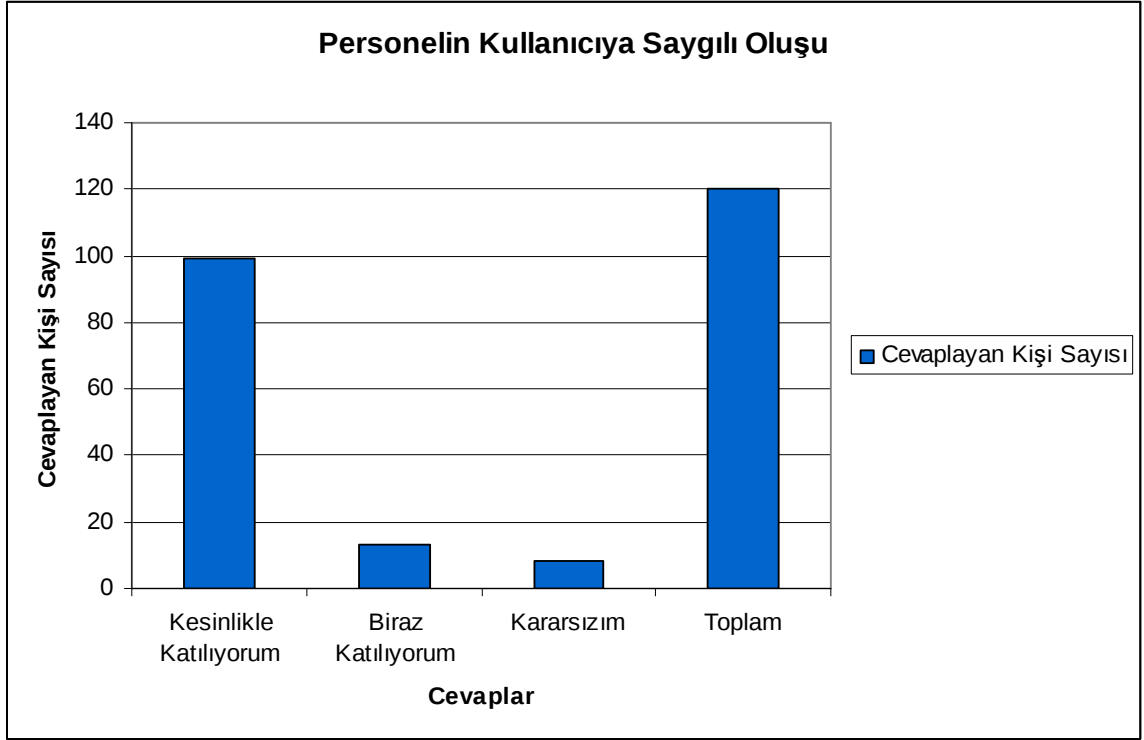


Bu durumda kullanıcıları açısından ideal kütüphanede personelin kullanıcıya güven vermesi katılımcılarımız için önemli bir faktördür. (Bkz. Tbl. 12, Şkl. 15)

Tablo 13. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcıya Saygılı Oluşu

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	99	82,5	82,5	82,5
Biraz Katılıyorum	13	10,8	10,8	93,3
Kararsızım	8	6,7	6,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 16 İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcıya Saygılı Oluşu

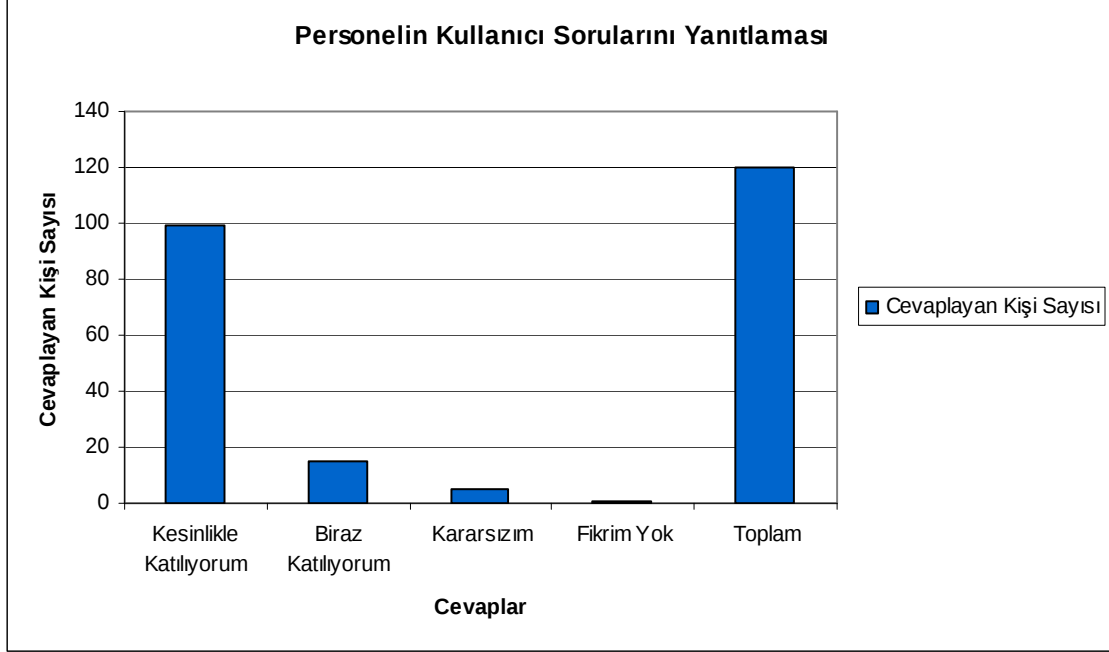


Personelin kullanıcıya saygılı oluşu güven vermesinden daha önemli bir faktör olarak değerlendirilmiştir. (Bkz. Tbl. 13, Şkl. 16)

Tablo 14. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	99	82,5	82,5	82,5
Biraz Katılıyorum	15	12,5	12,5	95,0
Kararsızım	5	4,2	4,2	99,2
Fikrim Yok	1	,8	,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 17 İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması

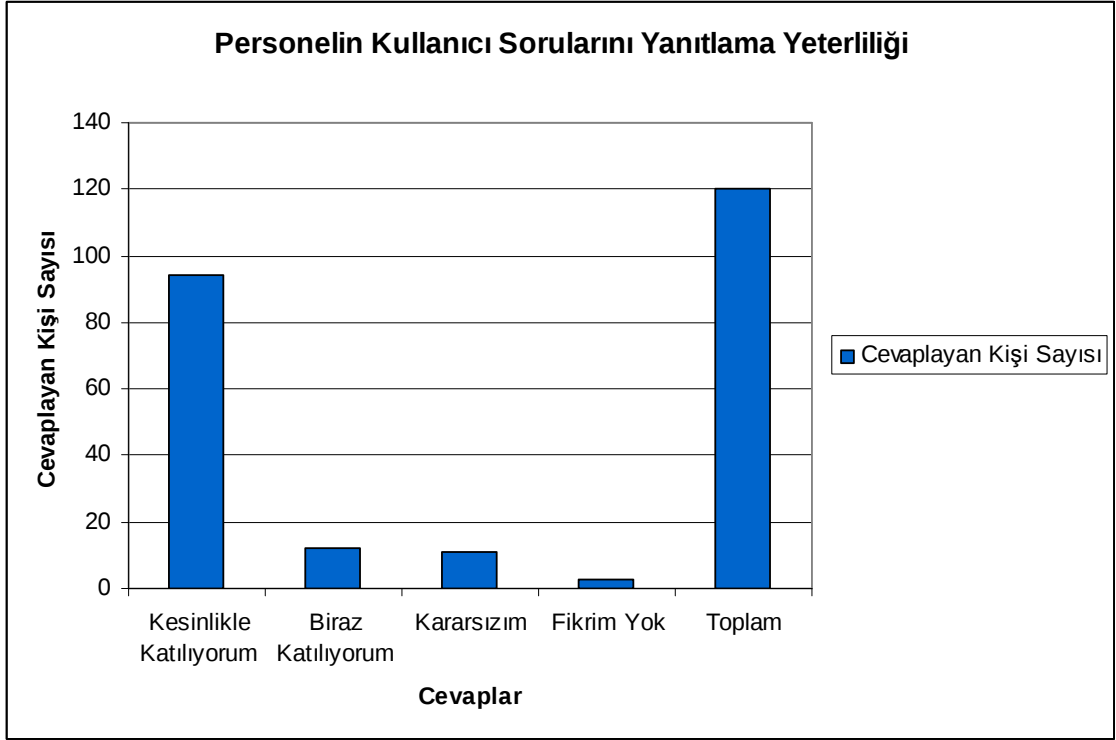


Personelin kullanıcıya güven vermesi ve kullanıcı sorularını yanıtlaması aynı oranda önemli bir faktör olarak değerlendirilmiştir. (Bkz. Tbl. 14, Şkl. 17)

Tablo 15. İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlama Yeterliliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	94	78,3	78,3	78,3
Biraz Katılıyorum	12	10,0	10,0	88,3
Kararsızım	11	9,2	9,2	97,5
Fikrim Yok	3	2,5	2,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 18 İdeal Kütüphanede Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlama Yeterliliği



Bununla birlikte katılımcılardan, ideal kütüphanede personelin kullanıcı sorularını yanıtlaması çok önemli olması ile birlikte bu soruya 12 kişi kısmen katılmış 11 kişi kararsız kalmış, 3 kişi fikri olmadığı şıkkını işaretlemiştir.

Burada kullanıcılar ideal kütüphaneyi var olan olanaklar açısından değerlendirdiklerinden bu şekilde tercih etmiş olabilirler. (Bkz. Tbl. 15, Şkl. 18)

Bu soruya verilen yanıtlar irdelendiğinde okuyucularımız ideal kütüphanede bulunması gereken kriterleri öncelik sırasına koyarak ele aldıklarını ve buna göre ankete yanıt verdiklerini dile getirmişlerdir. İdeal kütüphanede olması gereken kriterler kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıtlanmış olup, olması önemli ancak diğer kriterlerle kıyaslandığında daha az öneme sahipse kısmen katılıyorum seçeneği tercih edilmiştir.

Tablo 16. İdeal Kütüphanede Konu Uzmanları ve Yardımcılarının Yönlendirmeleri

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	94	78,3	78,3	78,3
Biraz Katılıyorum	14	11,7	11,7	90,0
Kararsızım	5	4,2	4,2	94,2
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	95,8
Fikrim Yok	5	4,2	4,2	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

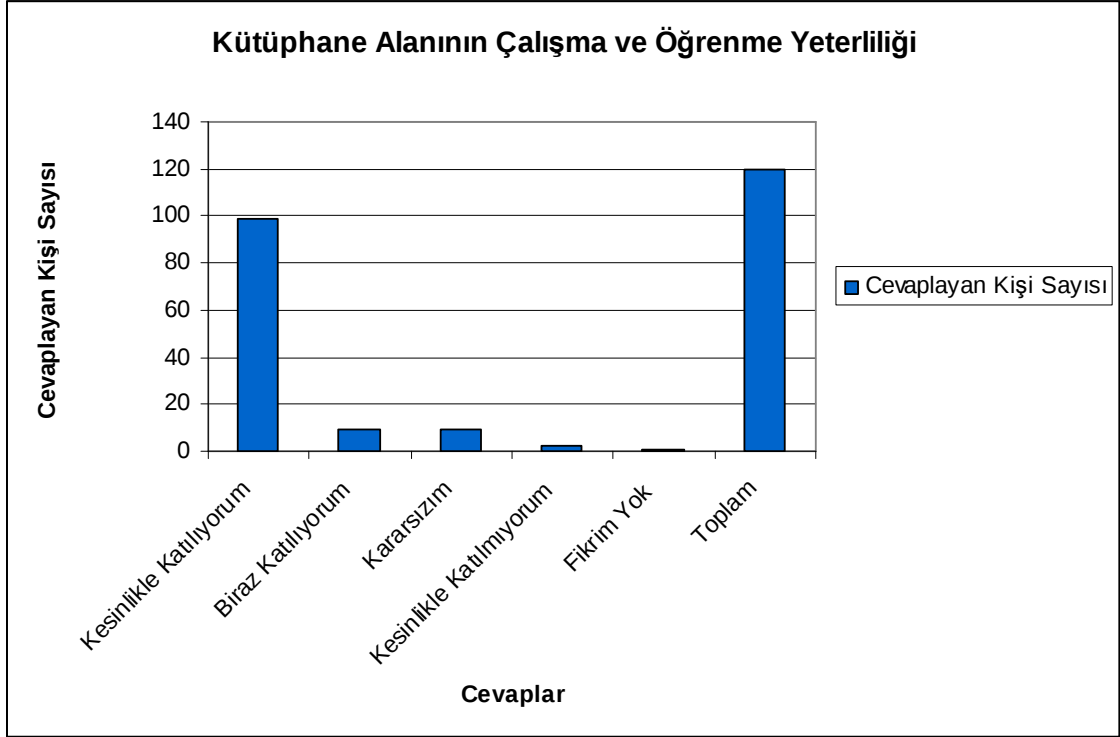
Bununla birlikte personel yardımseverliği ve personelin kullanıcı ihtiyaçlarını anlaması irdelendiğinde personelin yardım sever ve gönüllüğe sahip olması ön plana çıkmaktadır.

Personel değerlendirmesinden sonra, okuyucularımızdan ideal kütüphaneyi fiziksel açıdan değerlendirmelerini istedik. Binanın kullanılabilir alanların uygunluğunu ve ideal kütüphane materyalini değerlendirmelerini istedik.

Tablo 17. İdeal Kütüphanede Kütüphane Alanının Çalışma ve Öğrenme İçin Yeterliliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	99	82,5	82,5	82,5
Biraz Katılıyorum	9	7,5	7,5	90,0
Kararsızım	9	7,5	7,5	97,5
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	99,2
Fikrim Yok	1	,8	,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 19 İdeal Kütüphanede Kütüphane Alanının Çalışma ve Öğrenme İçin Yeterliliği



Katılımcılarımız için ideal kütüphane çalışma ve öğrenme için kesinlikle yeterli olmalıdır ve bu alanın varlığı da aynı oranda öneme sahiptir.

Kütüphane materyalinin ve fiziksel özelliklerin değerlendirilmesiyle birlikte, kütüphane bütçesinin büyük bir kısmının ayrıldığı elektronik veri-tabanları hakkında kullanıcılarımızdan bir değerlendirme istedik. Burada çıkan sonuçta ideal kütüphanede elektronik kaynağın sayı ve içerik yeterliliğinin çok önemli olduğunu vurgulamış olmalarına rağmen, aynı soruda Merkez kütüphanemizi değerlendirirken verilen cevapların büyük bir çoğunluğu fikrim yok seçeneğini tercih etmişlerdir.

Bu tabloya Merkez Kütüphanemizden elde edilen anket sonuçları kısmından ulaşabilirsiniz. Bu çalışma sonuç kütüphanemizin elektronik kaynakların tanıtım ve reklamında bir yol haritası niteliği taşıyacaktır.

İdeal Kütüphanede erişim, teknik hizmetler ve sorunlarını, web sitesi, elektronik kaynaklar, site değerlendirmesini yaptığımızda sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Web sitesi ilgili gelen sonuçlar değerlendirilmiş olup, kullanıcı istekleri doğrultusunda yeni web sitesinin dizaynı devam etmektedir. Burada bizden beklenen ile algılanan sonucun farklı olmasının nedenleri;

1. Bu konuda yapılan tüm duyurular ve e-posta bilgilendirmelerine yönelik geri dönüşümlerin azlığı,
2. Elektronik Kaynakların büyük çoğunluğunun yabancı dilde olması ve okuyucularımızın yabancı dil bilen sayısının azlığı,
3. Elektronik kaynak konusunda bir çok okuyucunun bilgi sahibi olmayışı,
4. İnternet Salonumuzun öncelikli amacının elektronik kaynakların ücretsiz kullanımını sağlamak ve teşvik etmek olmasına rağmen, okuyucuların kişisel ihtiyaçlarını ön planda tutmaları gibi nedenler sayılabilir.

Tablo 18. İdeal Kütüphanede Kullanıcının Erişim ve Teknik Servis Sorunlarının Çözünürlüğü ve Güvenirliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	89	74,2	74,2	74,2
Biraz Katılıyorum	11	9,2	9,2	83,3
Kararsızım	14	11,7	11,7	95,0
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,8	,8	95,8
Fikrim Yok	5	4,2	4,2	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Tablo 18’de ideal kütüphanede servis sorunlarının çözünürlüğü denetlendiğinde burada çıkan sonuca göre katılımcıların, personelden ve materyalden bekledikleri kaliteye oranla servis sorunlarının çözünürlüğü ve güvenilirliğine duyulan güveni daha azdır. (Bkz. Tablo 18)

İdeal kütüphanede bulunması gereken diğer kriterleri sorguladığımızda kullanıcıların vermiş olduğu yanıtlar eşit orandaydı.

Kütüphanemizin büyük bir problemi olan sessiz alan varlığı hususunda okuyucularımıza ideal kütüphaneye yaklaşımlarını irdelemek adına ideal kütüphanede sessiz ortamın varlığı ile ilgili sorumuzda katılımcıların büyük bir çoğunluğu sessiz alan varlığının önemli olduğu konusunda hemfikirlerdir. Ancak Merkez Kütüphaneyi sessiz alanın varlığı açısından değerlendirdiklerinde Katılmayan kullanıcı sayısı yoğundur.

Sessiz alanın varlığı hususunda Merkez Kütüphane çeşitli çalışmalar başlatmıştır. Bunlardan ilki **“Kullanıcı Oryantasyonu”** adlı çalışmadır. Bu çalışma Göztepe Kampusüne bağlı tüm fakültelerin 1. Sınıf öğrencilerine danışmanları eşliğinde, kütüphanemiz tarafından etkinlik salonumuzda yaklaşık 1 saatlik bir eğitim verilmiştir. Bu eğitimin ilki gerçekleştirilmiş ve verimli sonuçlar alınmıştır.

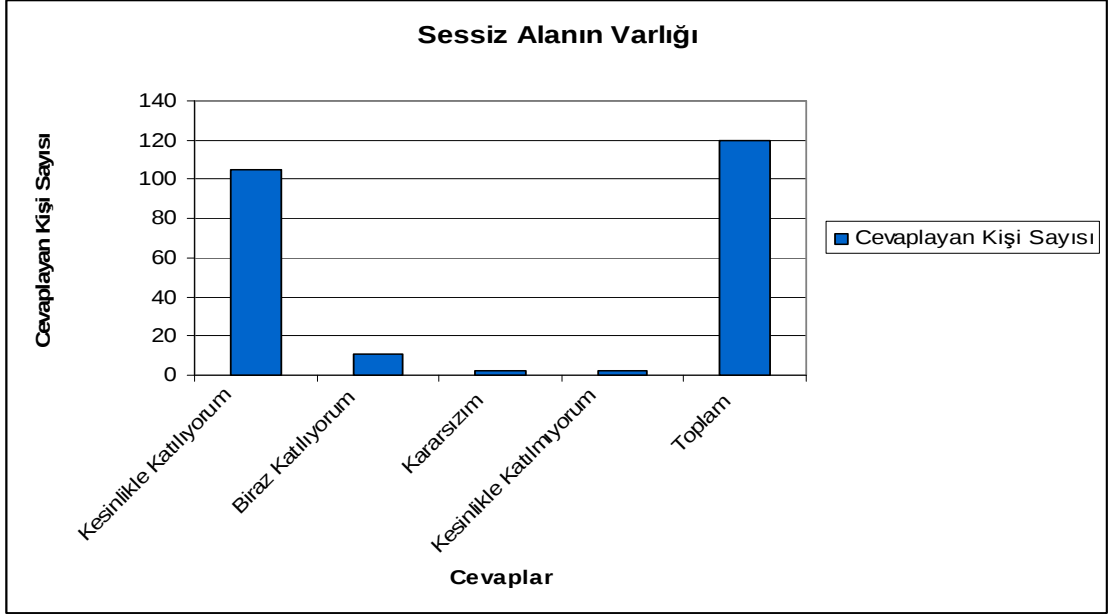
Eğitimin içeriği;

1. Araştırma Yöntemlerini öğretmek
2. Elektronik kaynakları tanıtmak ve kullanıma teşvik etmek
3. Ödünç verme işlemleri konusunda bilgiler vermek, ödünç verme hizmetine okuyucularımızı yönlendirmek. (bu hedef çok kısa sürede gerçekleşmiş ve kütüphanenin üye sayısı %120 oranında artış göstermiştir.)
4. Kütüphanemizi tanıtmak ve fikir alışverişinde bulunmak
5. Kütüphane kuralları konusunda bilgilendirmek, bu hedeflerden sadece bazılarıydı.

Tablo 19. İdeal Kütüphanede Bireysel Çalışmalar İçin Gerekli Sessiz Alanın Varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	105	87,5	87,5	87,5
Biraz Katılıyorum	11	9,2	9,2	96,7
Kararsızım	2	1,7	1,7	98,3
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 20 İdeal Kütüphanede Bireysel Çalışmalar İçin Gerekli Sessiz Alanın Varlığı



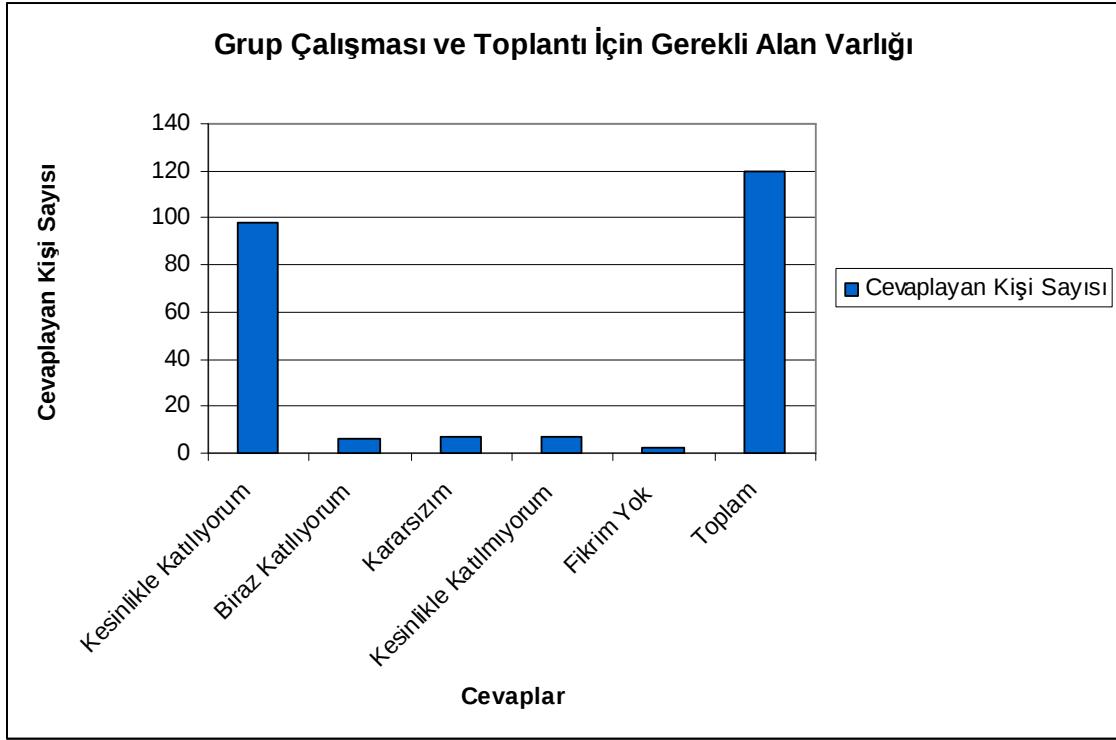
İdeal Kütüphanede bulunması gereken toplantı ve çalışma alanının varlığı okuyucularımız için önemli olduğundan, bu konuda bu yıl faaliyete geçen okuyucularımızın grup çalışmaları yapabilmesini sağlayacak ve de gürültüyü en aza indirecek bir alan oluşturulmuştur. (Bkz Tablo 19 ve Bkz. Tablo 20)

Bu Salon kütüphanemize bağlı olan internet salonunun bir kısmı değerlendirilerek oluşturulmuştur. Açıldığı andan itibaren okuyucularımızdan olumlu tepkiler alınmıştır. Ayrıca 2 yıldır faaliyette olan bir etkinlik salonumuz mevcuttur ve bu salon 44. Kütüphane Haftası etkinlikleri kapsamında ücretsiz sinema gösterimleri ile okuyucularımıza 1 hafta boyunca her gün sabah ve öğleden sonra olmak üzere iki seans şeklinde hizmet vermiştir ve vermeye devam edecektir.

Tablo 20. İdeal Kütüphanede Grup Çalışması ve Toplantı İçin Gerekli Alanın Varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	98	81,7	81,7	81,7
Biraz Katılıyorum	6	5,0	5,0	86,7
Kararsızım	7	5,8	5,8	92,5
Kesinlikle Katılmıyorum	7	5,8	5,8	98,3
Fikrim Yok	2	1,7	1,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 21 İdeal Kütüphanede Grup Çalışması ve Toplantı İçin Gerekli Alanın Varlığı



İdeal Kütüphanede kullanıcının ödünç işleminden yararlanması ve bilgileri üzerinde değişiklik yapabilmesi gerektiği savunmuşlardır. Ancak kütüphanemiz ödünç verme hizmetini gerçekleştiriyor olmasına rağmen fikri olmayan okuyucu sayısı 14 ve kesinlikle katılmayan okuyucu sayısı 11. (Bkz. Tablo 21-22 ve Şkl. 22)

Bu sonucun çıkmasının nedenlerinden biri, bu soruya bu iki seçeneğe cevap verenlerin genel olarak “kütüphanemizi kullanma sıklığı” sorusuna

- Hiç bir zaman ya da nadiren seçeneğini tercih etmeleri
- Kütüphanemizi kullanma gerekçelerinin İnternet Salonunu kullanmak şeklinde olması sayılabilir.

Ayrıca ödünç işlemlerinden yararlanmak isteyen okuyucularımıza kayıt esnasında bir bilgilendirme notu verilmekte ve bu notta ödünç kuralları ve internet üzerinden değişiklik yapabilmeleri için hatırlatmalar yapılmaktadır. Okuyucularımız evlerinden bu sisteme girerek kendi üzerlerinde bulunan yayını uzatabilmekte ve de yayın ayıratabilmektedir. Ayrıca süresi geçmek üzere olan kitaplarının bilgilendirilmesi belirli periyodik aralıklarla mail adreslerine gönderilmektedir.

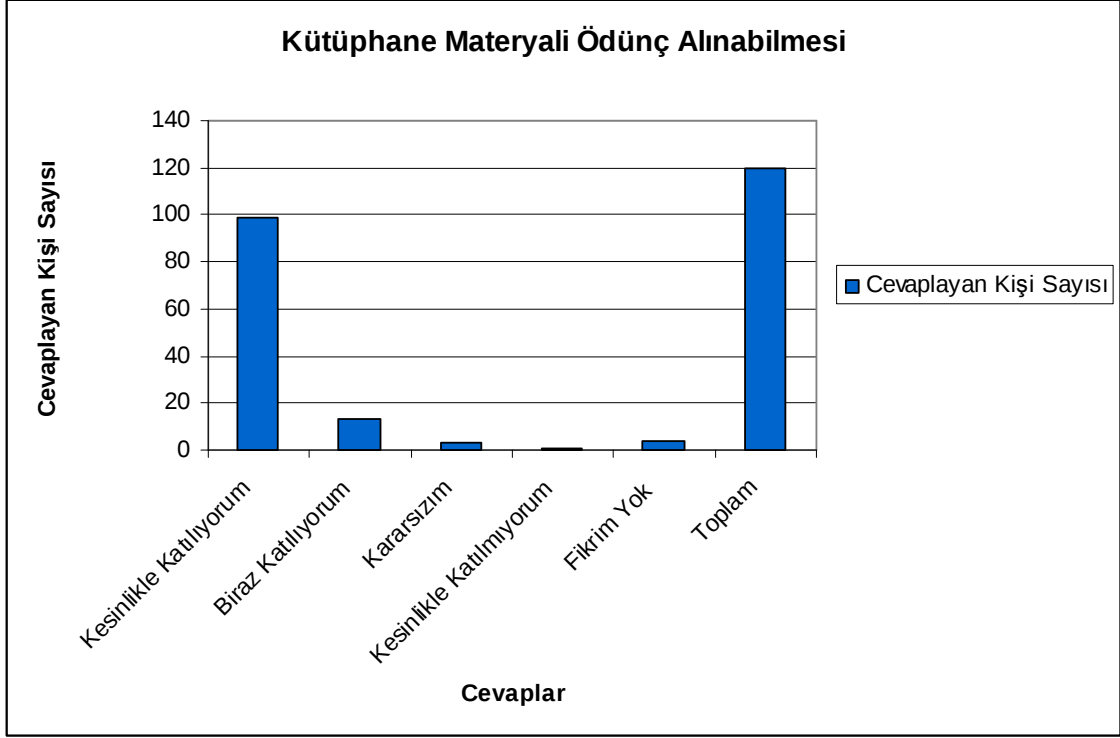
Tablo 21. İdeal Kütüphanede Kullanıcıların Kendi Bilgilerine Ulaşma ve Değişiklik Yapabilme Olanğı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	93	77,5	77,5	77,5
Biraz Katılıyorum	4	3,3	3,3	80,8
Kararsızım	14	11,7	11,7	92,5
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,8	,8	93,3
Fikrim Yok	8	6,7	6,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Tablo 22. İdeal Kütüphanede Kütüphane Materyalini Ödünç Alabilme

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	99	82,5	82,5	82,5
Biraz Katılıyorum	13	10,8	10,8	93,3
Kararsızım	3	2,5	2,5	95,8
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,8	,8	96,7
Fikrim Yok	4	3,3	3,3	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 22 İdeal Kütüphanede Kütüphane Materyalini Ödünç Alabilme



Okuyucularımız çıkış işlemleri hakkında sorulan soruda fikir sahip olmadıklarını ya da kararsız kalma şikkını işaretlemişlerdir. Öğrencilerimiz mezun olmadan önce kütüphanemize bir borçları olup olmadığının kontrolünden sonra kütüphanemizden çıkış işlemi için onay alırlar. Ancak mezun olunurken bu bilgiye ulaştıklarından kütüphanemizden çıkış işlemi gerçekleşmesi ile ilgili olan şikkı kesinlikle katılmıyorum seçeneğini seçerek cevap vermişlerdir. (Bkz. Tablo 23)

Tablo 23. İdeal Kütüphanede Öğrenci Çıkış İşlemleri Yapabilme

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	83	69,2	69,2	69,2
Biraz Katılıyorum	11	9,2	9,2	78,3
Kararsızım	9	7,5	7,5	85,8
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,8	,8	86,7
Fikrim Yok	16	13,3	13,3	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Okuyucularımız özel koleksiyonlar ve arşivlere erişim ile ilgili soruda 20 kullanıcımız kararsızım, katılmıyorum ve fikrim yok seçeneklerini tercih etmiştir. Ancak Kütüphanemizi değerlendirdiklerinde büyük bir çoğunluk kesinlikle katılmıyorum seçeneğini tercih etmiştir. (Bkz. Tablo 24/1, 24/2 ve Şkl. 23)

Kütüphanemizde Adnan-Nezihe Hızıroğlu'nun katkıları ile hazırlanmış bir Nadir Eserler Salonu mevcuttur. Ancak bu salonumuz içerisinde nadir eserler barındırdığından kilitli olarak tutulmaktadır. Bu salondan yararlanmak isteyen okuyucularımız, birim sorumlusu ile görüşüp hiç bir koşul gerektirmeden yararlanabilmektedirler.

Hizmet Kalitesinin ölçümüne yönelik yaptığımız anketin sonucunda bu bölümle ilgili çıkan sonuç birim sorumlusu ile görüşülüp konu ile ilgili duyuru yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Gerek web sitesinde gerekse de kütüphanemizde yönlendirmeler yapılması konusunda karar alınmıştır.

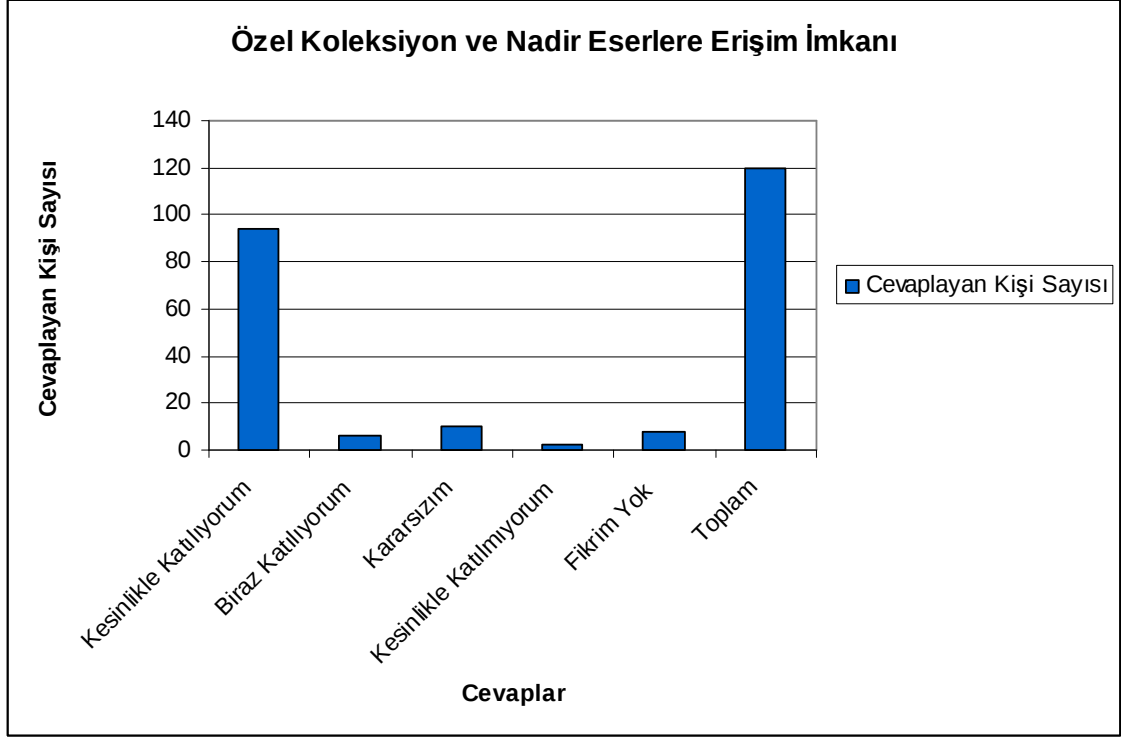
Tablo 24/1. İdeal Kütüphanede Özel Koleksiyonlara ve Nadir Eserlere Erişim

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	94	78,3	78,3	78,3
Biraz Katılıyorum	6	5,0	5,0	83,3
Kararsızım	10	8,3	8,3	91,7
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	93,3
Fikrim Yok	8	6,7	6,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Tablo 24/2 Merkez Kütüphanede Özel Koleksiyonlara ve Nadir Eserlere Erişim

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	22	18,3	18,3	18,3
Biraz Katılıyorum	24	20,0	20,0	38,3
Kararsızım	17	14,2	14,2	52,5
Kesinlikle Katılmıyorum	27	22,5	22,5	75,0
Fikrim Yok	30	25,0	25,0	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 23 İdeal Kütüphanede Özel Koleksiyonlara ve Nadir Eserlere Erişim

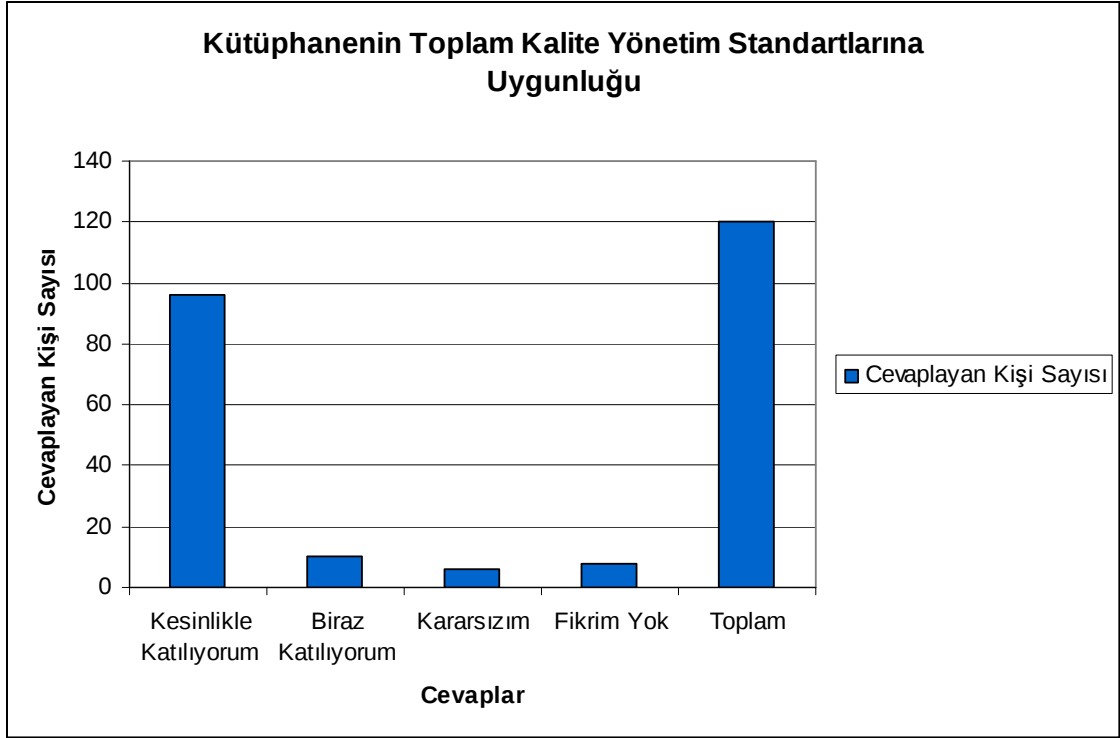


İdeal Kütüphanede Toplam Kalite ve genel memnuniyet değerlendirmesi yapıldığında, kullanıcılarımızın yanıtları aşağıdaki gibidir; (Bkz.Tbl. 24-25)

Tablo 25. İdeal Kütüphanede Toplam Kalite Yönetim Standartlarına Uygunluk

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	96	80,0	80,0	80,0
Biraz Katılıyorum	10	8,3	8,3	88,3
Kararsızım	6	5,0	5,0	93,3
Fikrim Yok	8	6,7	6,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

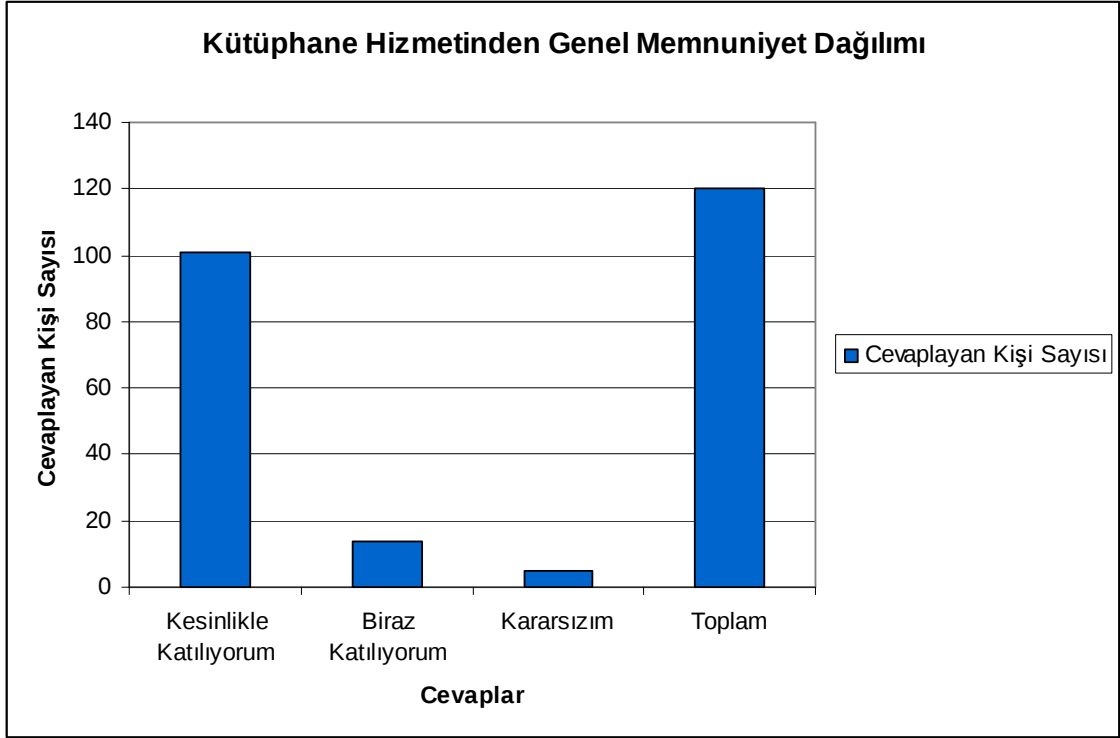
Şekil 24 İdeal Kütüphanede Toplam Kalite Yönetim Standartlarına Uygunluk



Tablo 26. İdeal Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	101	84,2	84,2	84,2
Biraz Katılıyorum	14	11,7	11,7	95,8
Kararsızım	5	4,2	4,2	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 25 İdeal Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet

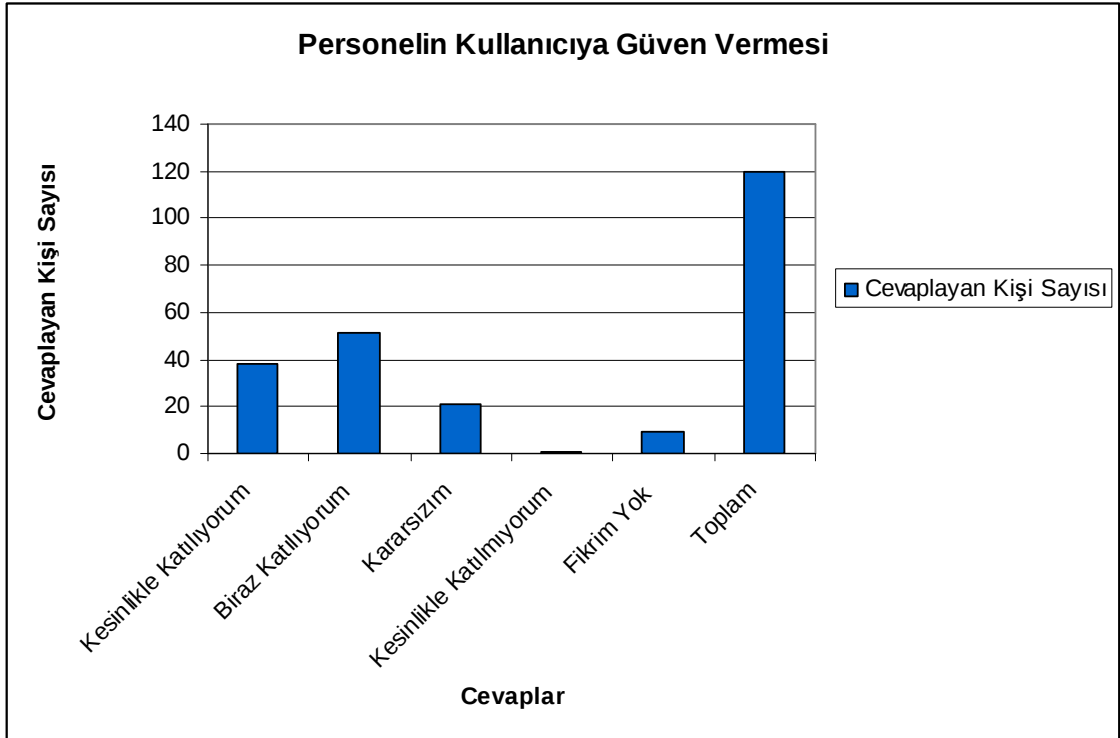


Yukarıda İdeal Kütüphaneden beklenen kullanıcılarımızdan gelen sonuçların analizine yer vermiştir. Bu analizler içinde merkez kütüphanemize verilen cevapların genel bir değerlendirmesini yapmıştık. Okuyucularımızdan bu konuda bizden algıladıkları sonuçlar aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 27. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin kullanıcıya Güven Vermesi

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	38	31,7	31,7	31,7
Biraz Katılıyorum	51	42,5	42,5	74,2
Kararsızım	21	17,5	17,5	91,7
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,8	,8	92,5
Fikrim Yok	9	7,5	7,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 26 Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Güven Vermesi



Tablo 27 görüldüğü gibi personel kullanıcıya güven verebilmektedir. Aynı saygılı oluşu ise güven vermesine oranla daha yüksek değerlere sahiptir. (Bkz. Tablo 27-28)

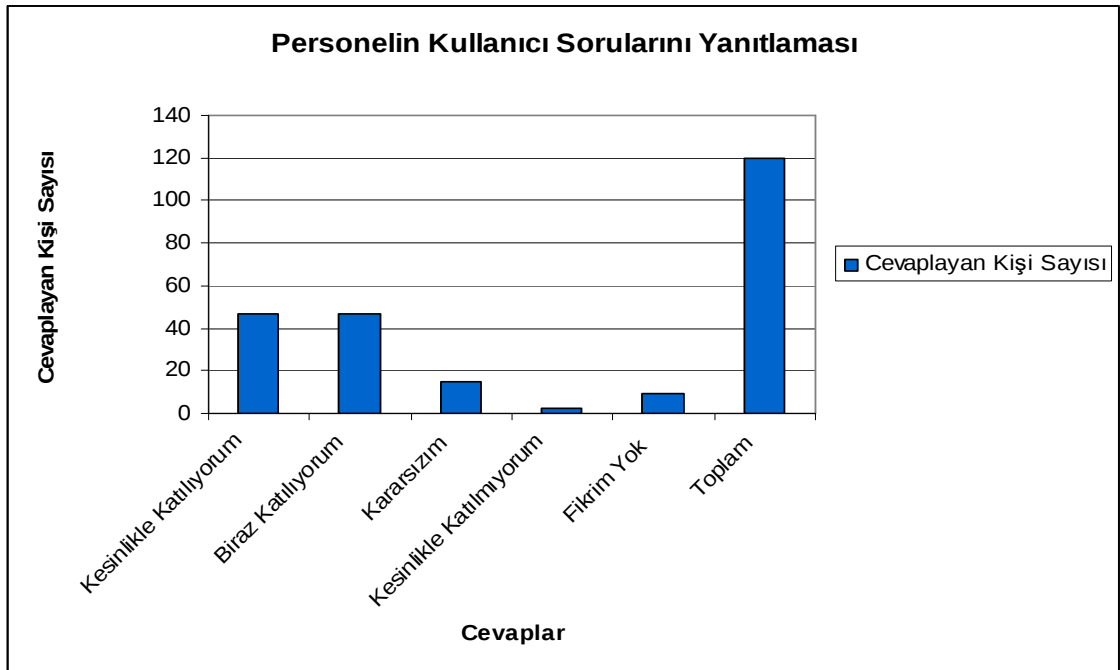
Tablo 28. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Saygılı Oluşu

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	48	40,0	40,0	40,0
Biraz Katılıyorum	47	39,2	39,2	79,2
Kararsızım	18	15,0	15,0	94,2
Fikrim Yok	7	5,8	5,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Tablo 29. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	47	39,2	39,2	39,2
Biraz Katılıyorum	47	39,2	39,2	78,3
Kararsızım	15	12,5	12,5	90,8
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	92,5
Fikrim Yok	9	7,5	7,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 27 Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcı Sorularını Yanıtlaması



Burada çıkan sonuçta örneklemimiz personeli yardımsever görmekte ancak kullanıcı/ müşteri/ okuyucuyu anlama konusunda yetersiz kalmaktadır. (Bkz. Tablo 30-31)

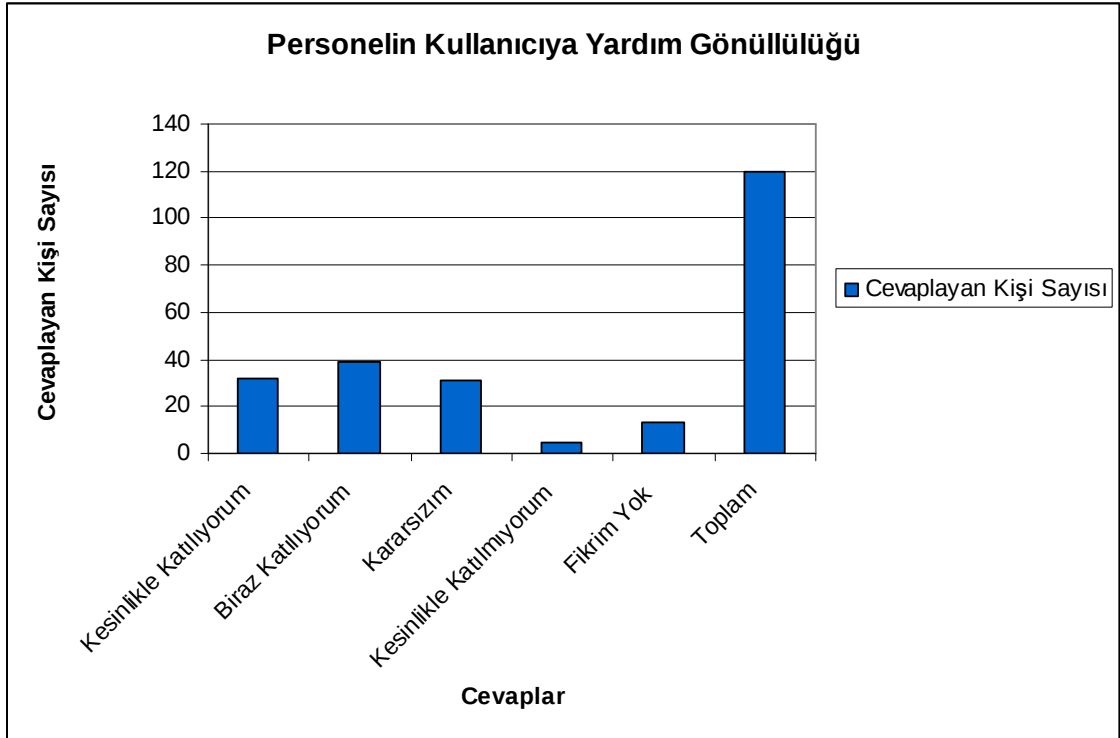
Tablo 30. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcı İhtiyaçlarını Anlama Yeterliliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	26	21,7	21,7	21,7
Biraz Katılıyorum	46	38,3	38,3	60,0
Kararsızım	28	23,3	23,3	83,3
Kesinlikle Katılmıyorum	8	6,7	6,7	90,0
Fikrim Yok	12	10,0	10,0	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Tablo 31. Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Yardım Gönüllülüğü

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	32	26,7	26,7	26,7
Biraz Katılıyorum	39	32,5	32,5	59,2
Kararsızım	31	25,8	25,8	85,0
Kesinlikle Katılmıyorum	5	4,2	4,2	89,2
Fikrim Yok	13	10,8	10,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 28 Merkez Kütüphanede Çalışan Personelin Kullanıcıya Yardım Gönüllülüğü

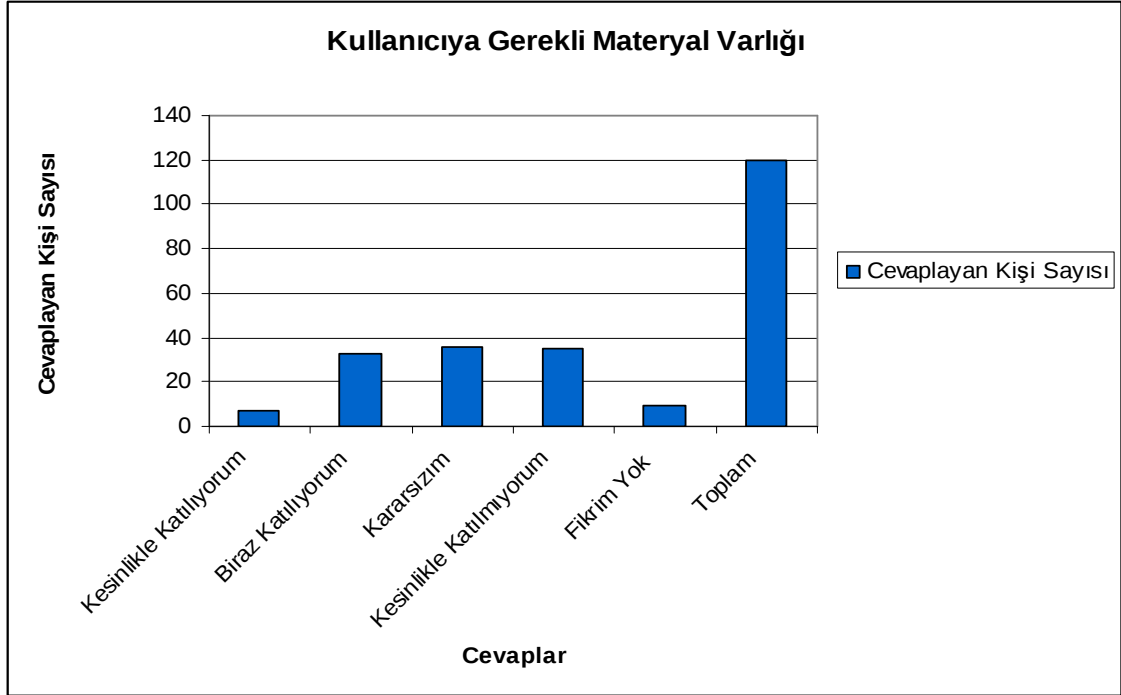


Personelimizin değerlendirilmesinden sonra materyalin varlığı hakkındaki sorumuza Tablo 31’de örneklemimiz kütüphanenin materyal sayısını tamamıyla yetersiz bulmaktadır ve kütüphane bu yoldan hareketle kitap isteklerini arttırmak amacı ile strateji değiştirmiştir.

Tablo 32. Merkez Kütüphanede Kullanıcı İçin Gereken Materyalin Varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	7	5,8	5,8	5,8
Biraz Katılıyorum	33	27,5	27,5	33,3
Kararsızım	36	30,0	30,0	63,3
Kesinlikle Katılmıyorum	35	29,2	29,2	92,5
Fikrim Yok	9	7,5	7,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 29. Merkez Kütüphanede Kullanıcı İçin Gereken Materyalin Varlığı



Şekil 30. Merkez Kütüphanede Kullanıcı İçin Gereken Materyalin Varlığı (Yüzdelik)



Son bir yıldır sadece öğretim elemanlarından gelen istekler doğrultusunda kitap alımı gerçekleştirirken, bu yıl tüm öğrenci, akademisyen ve idari personelden gelen istekleri değerlendirmeye almıştır. Bunun ilk duyurusunu “Kütüphane Oryantasyon Eğitimi”nde dile getirmiştir. Bu yıl kitap istek sayıları bu oranda artış göstermiştir. Bir sonraki yıl için duyuru kanalı genişletilip isteklerin artırılması sağlanacaktır. (Bkz. Tablo 33)

Tablo 33. Merkez Kütüphanede Bilgi Gereksinimi Sağlayan Modern Ekipmanın Varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	8	6,7	6,7	6,7
Biraz Katılıyorum	35	29,2	29,2	35,8
Kararsızım	33	27,5	27,5	63,3
Kesinlikle Katılmıyorum	36	30,0	30,0	93,3
Fikrim Yok	8	6,7	6,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

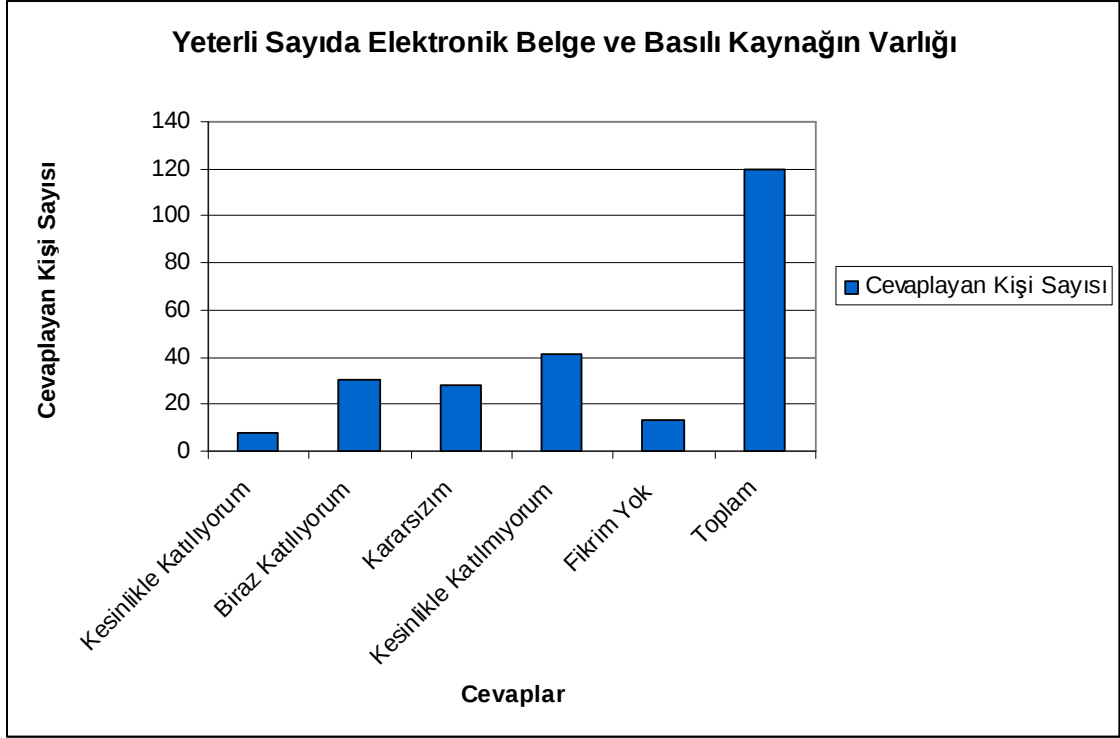
Evrenimize dahil olan tüm ekipmanların artırılması konusunda rektörlüğümüz ile yazışmalar başlatılmış, bu konuda istek ve beklentilerimiz iletilmiştir. Bu yıl ilk defa ihalesi gerçekleştirilen bir FİLM ve DVD koleksiyonu oluşturulmuş ve çalışmaları hızla devam etmektedir. Bunun yanında Tezler ve Danışma Kaynaklarında bulunan tezlerin büyük bir kısmı ciltletilerek tam metin arşivi oluşturma çalışmaları başlatılmıştır. Bu işlemler tamamlandığında okuyucularımız elektronik ortamda tezlerin tam metinlerine hazırlayanının izni doğrultusunda erişebileceklerdir.

Tablo 34. Merkez Kütüphanede Yeterli Sayıda Elektronik Belge ve Basılı Kaynağın Varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	8	6,7	6,7	6,7
Biraz Katılıyorum	30	25,0	25,0	31,7
Kararsızım	28	23,3	23,3	55,0
Kesinlikle Katılmıyorum	41	34,2	34,2	89,2
Fikrim Yok	13	10,8	10,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Evrenimiz, modern ekipman ve materyal yanı sıra elektronik kaynakların da varlığını yetersiz bulmaktadır. (Bkz. Tablo 34)

Şekil 31. Merkez Kütüphanede Yeterli Sayıda Elektronik Belge ve Basılı Kaynağın Varlığı



Kütüphanenin elektronik kaynakları, diğer kütüphanelere oranla ortalamanın üstünde olmasına karşın yetersiz görülmektedir, ancak burada önemli olan nokta bu kaynakların büyük çoğunluğunun yabancı dilde olması ve kampüs dışında kullanılamamasıdır. (Not: Kampüs dışında kullanımı için password istemektedir. Sadece marmara.edu.tr uzantılı mailler aracılığı ile erişim mevcuttur.) Ayrıca bu kaynakların kullanımı konusunda yeterli bilgi ve tecrübe eksikliği de kullanımı olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle kullanım istatistiklerimizde baktığımızda kullanım miktarı istenilen düzeyin altına düşebilmektedir. Bu doğrultuda da elektronik kaynaklara olan eğilim değişim göstermektedir.

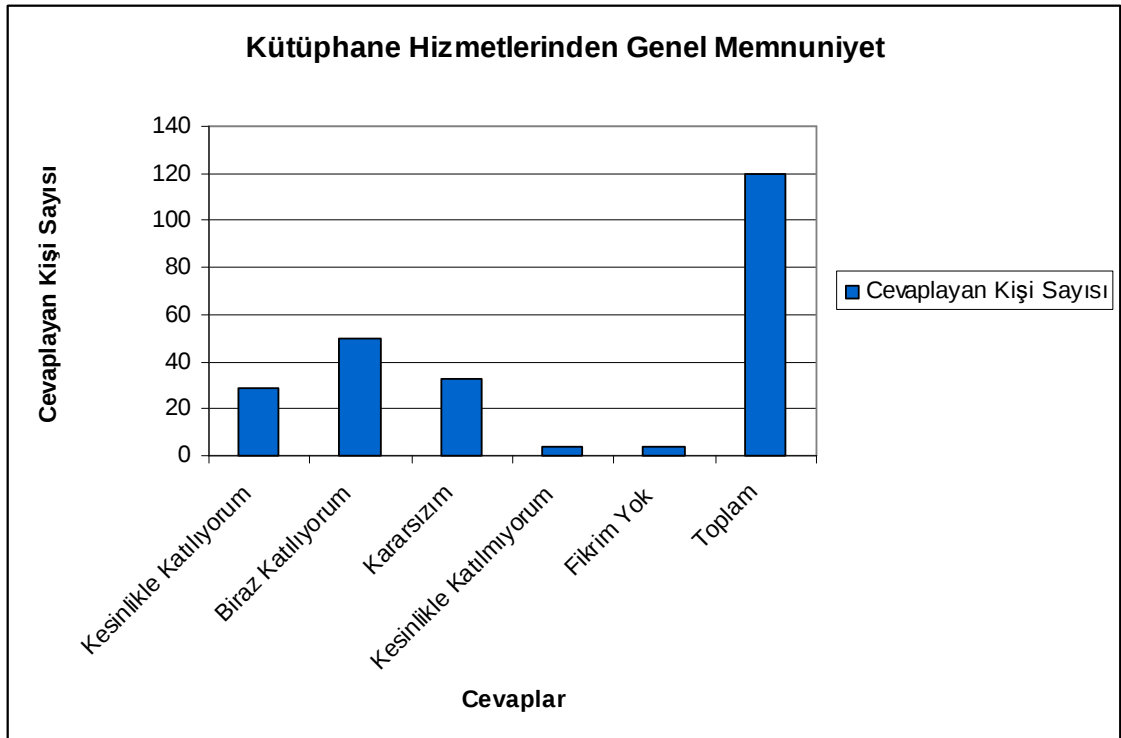
Kütüphanemizden genel olarak memnun olup olmadıklarını ve kullanım sıklığı açısından örneklemimizi değerlendirdiğimizde; 1 (Hergün), 2 (Haftada birkaç defa), 3 (Ayda birkaç defa), 4 (Nadiren), 5 (Hiçbir zaman) seçenekleri sunulmuştur. Bunlardan en çok tercih edilen ayda birkaç defa seçenekleridir.

Ayrıca bu seçenekler web sitesi kullanım sıklığı için de kullanılmıştır. Genel değerlendirme ve kullanım sıklığı sonuçları için; (Bkz. Tbl. 35)

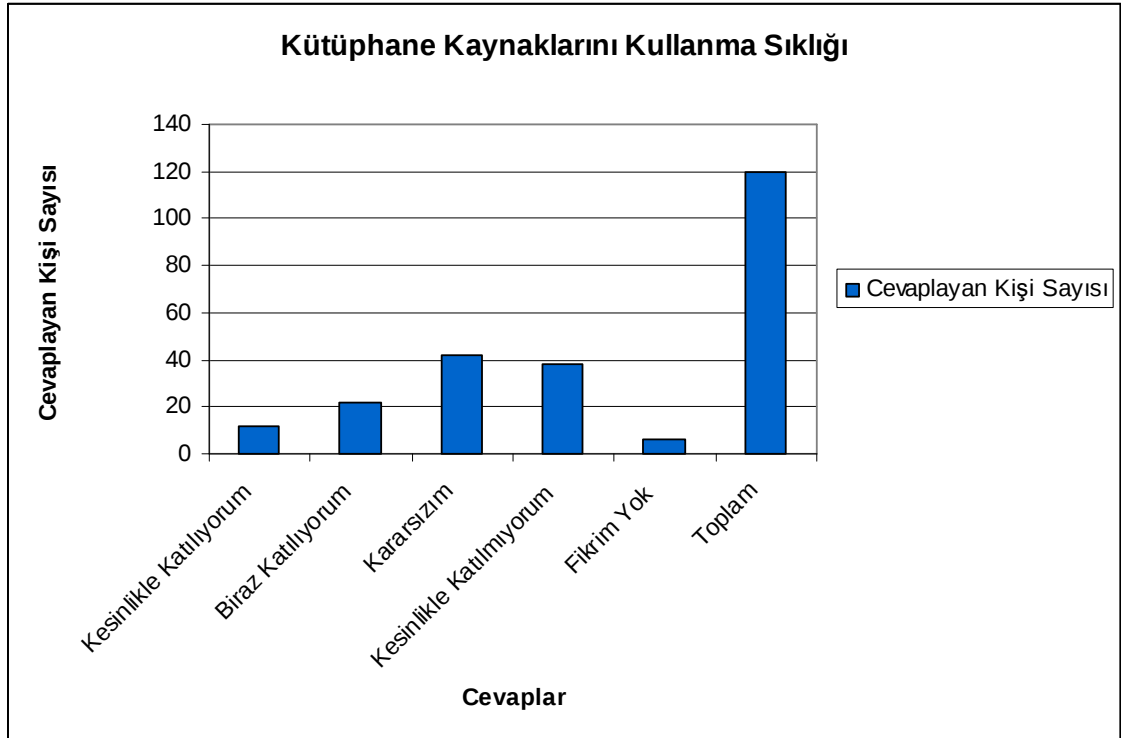
Tablo 35. Merkez Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	29	24,2	24,2	24,2
Biraz Katılıyorum	50	41,7	41,7	65,8
Kararsızım	33	27,5	27,5	93,3
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3,3	3,3	96,7
Fikrim Yok	4	3,3	3,3	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 32. Merkez Kütüphanede Genel Olarak Kütüphane Hizmetlerinden Memnuniyet



Şekil 33. Kütüphane Kaynaklarını Kullanma Sıklığı



Kütüphanemizi kullanım sıklığı az olan ve diğer seçeneklerden her hangi birini tercih eden örneklemimizin web kullanım oranlarını karşılaştırdığımızda ortaya şöyle bir tablo çıkıyor; (Bkz. Tablo Kıyas-1)

Tablo Kıyas-1 Web Sitesi Kullanım ve Kütüphane Kullanım Sıklığı

Kütüphane Kullanım Sıklığı	Web Sitesi Kullanım Sıklığı					Toplam
	Kesinlikle Katılıyorum	Biraz Katılıyorum	Kararsızım	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikrim Yok	
Her gün	6	5	1	0	0	12
Haftada birkaç defa	3	4	6	7	2	22
Ayda birkaç defa	0	7	10	13	12	42
Nadiren	0	3	2	20	13	38
Hiçbir zaman	0	0	0	2	4	6
Toplam	9	19	19	42	31	120

Kütüphanemizi hiçbir zaman kullanmayan kütüphanemizi her gün kullanan okuyucu sayımız toplamda 12 kişi bunların 6 tanesi her gün web sitesi kullanmakta diğerleri ise haftada 1 defa ya da ayda bir defa web sitesi aracılığıyla kütüphaneye erişiyor. Bunun yanında hiç kullanmayan 6 kişinin 2'si nadiren ve 4'ü hiçbir zaman sitemizi ziyaret etmemekte.

Kütüphanemizi fiziki olarak ziyaret eden ve etmeyenlerin web sitesi kullanım sıklıklarına baktığımızda aşağıdaki gibi bir tablo ile karşılaşmaktayız. (Bkz. Tablo Kıyas-2)

Tablo Kıyas-2 Kütüphane Kullanım Sıklığı ve Diğer Tarayıcıları Kullanım Sıklığı

Kütüphane Kullanım Sıklığı	Kütüphane dışındaki tarayıcıları kullanım sıklığı					Toplam
	Kesinlikle Katılıyorum	Biraz Katılıyorum	Kararsızım	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikrim Yok	
Her gün	11	0	1	0	0	12
Haftada birkaç defa	14	8	0	0	0	22
Ayda birkaç defa	27	13	2	0	0	42
Nadiren	17	14	3	3	1	38
Hiçbir zaman	4	2	0	0	0	6
Toplam	73	37	6	3	1	120

Kütüphanemizi her gün kullanan 12 kullanıcımızın 11'i her gün diğer tarayıcıları da kullanmaktadır.

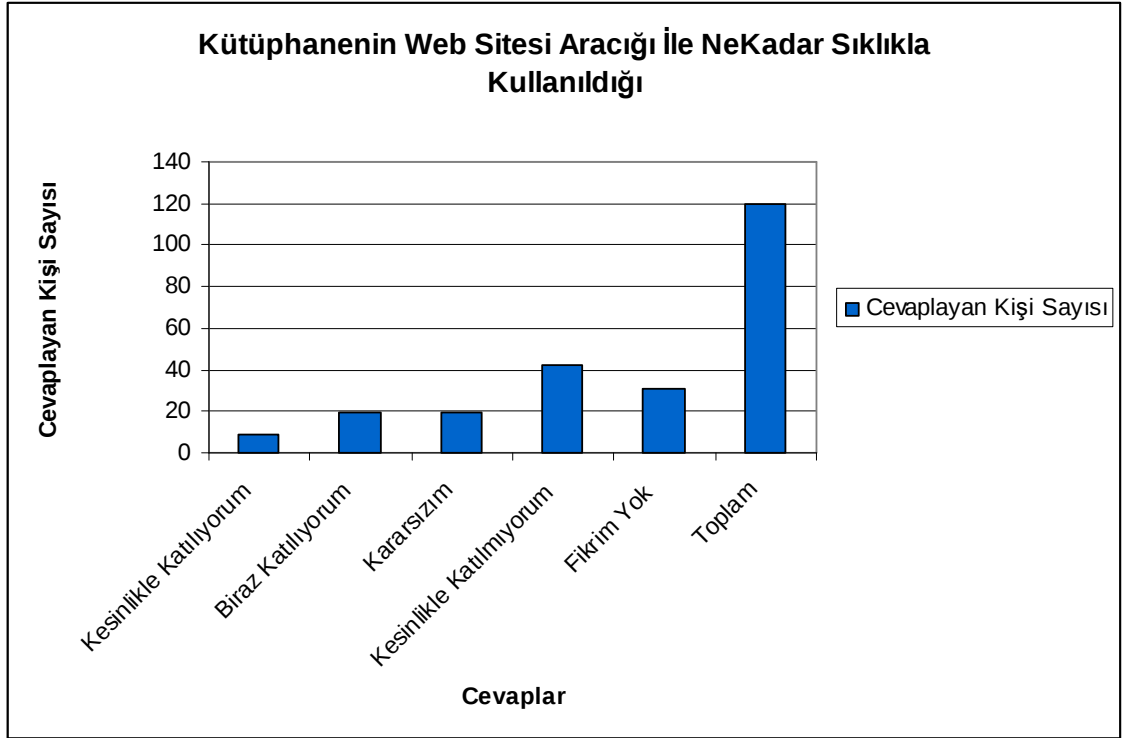
Kütüphanemizi hiçbir zaman kullanmayan 6 kişiden 4'ü diğer tarayıcıları her gün kullanırken diğer iki örneklemimiz haftada bir kaç kez seçeneğini tercih etmiştir.

Kütüphanemizi nadir olarak ziyaret eden 38 kişinin 17'si diğer tarayıcıları her gün kullanmayı tercih ederken, 14'ü hafta da bir kaç defa diğer tarayıcıları kullanmaktadır.

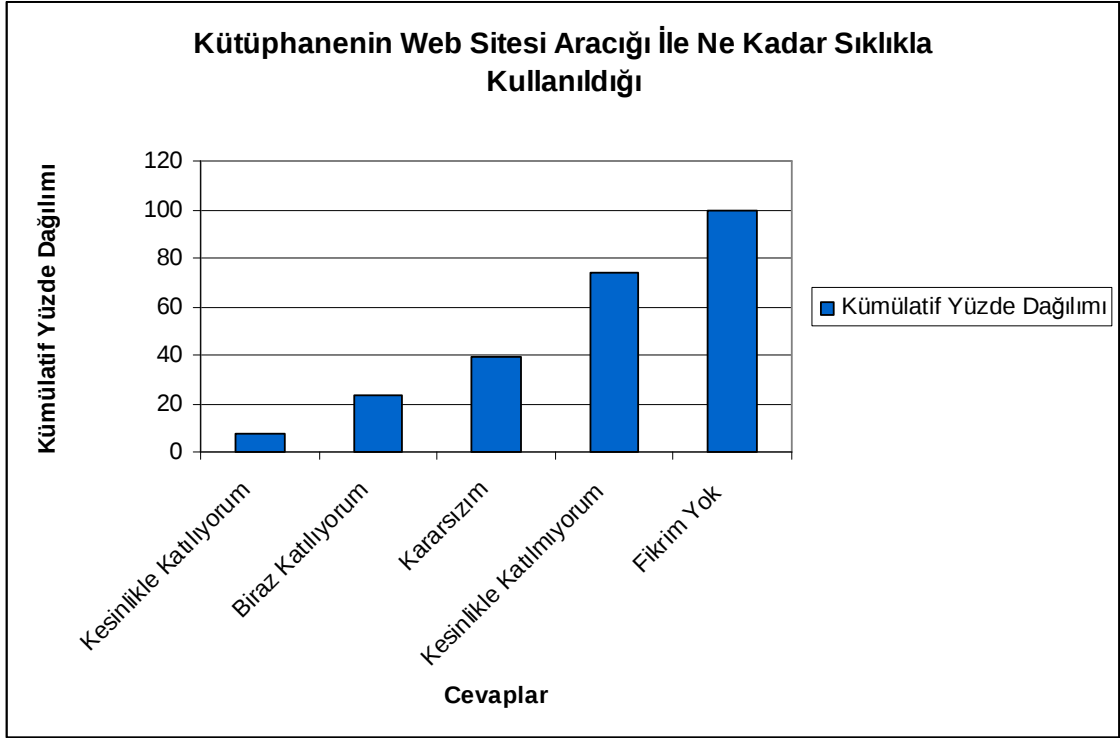
Tablo 36. Kütüphanenin Web Sitesi Aracı İle Ne Kadar Sıklıkla Kullanıldığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	9	7,5	7,5	7,5
Biraz Katılıyorum	19	15,8	15,8	23,3
Kararsızım	19	15,8	15,8	39,2
Kesinlikle Katılmıyorum	42	35,0	35,0	74,2
Fikrim Yok	31	25,8	25,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 34. Kütüphanenin Web Sitesi Aracı İle Ne Kadar Sıklıkla Kullanıldığı



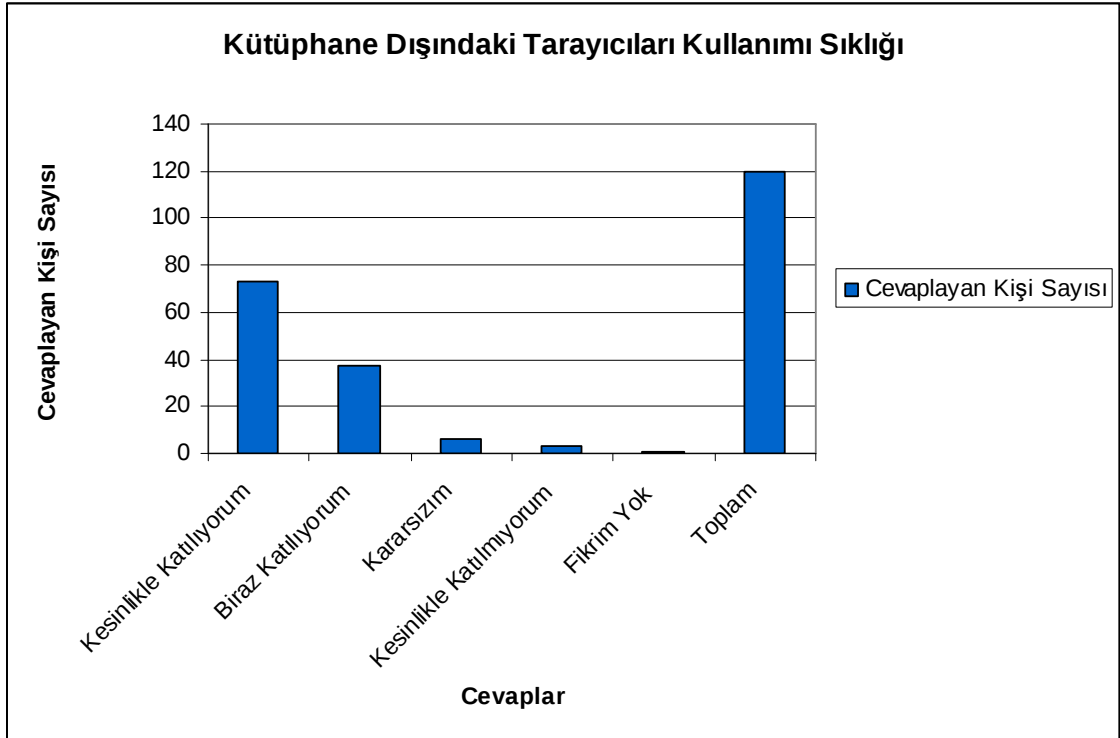
**Şekil 35. Kütüphanenin Web Sitesi Aracığ İle Ne Kadar Sıklıkla
Kullanıldığı (Yüzdelik)**



Tablo 37. Kütüphane Dışındaki Tarayıcıları Kullanımı Sıklığı (Google, Yahoo v.s.)

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	73	60,8	60,8	60,8
Biraz Katılıyorum	37	30,8	30,8	91,7
Kararsızım	6	5,0	5,0	96,7
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,5	2,5	99,2
Fikrim Yok	1	,8	,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Şekil 36. Kütüphane Dışındaki Tarayıcıları Kullanımı Sıklığı (Google, Yahoo v.s.)



Örneklelimiz ilgi alanlarını belirtmiş, kütüphanemizde bulunan materyallerden hangi konularda araştırma yaptıklarını belirten sorulara aşağıdaki tablolarda olduğu şekilde cevap vermişlerdir. En fazla tercih Genel Konularda yoğunlaşmıştır. (Bkz. Tablo 38)

Tablo 38. Araştırma Yapılan Konu: Genel Konular

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Tercih edenler	43	35,8	35,8	35,8
Tercih dışı	77	64,2	64,2	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Örneklelimize kütüphanemizi tercih etme nedenlerini sordüğümüzda en fazla tercih nedeninin üniversite kütüphanesi olması ve ulaşım kolaylığı seçenekleri tercih edilmiştir. (Bkz. Tablo 39 ve 40) Kütüphane ile ilgili diğer verilere çalışmamızın ekler kısmından ulaşabilirsiniz.

Tablo 39. Kütüphanemizi Tercih Nedeni: Ulaşım Kolaylığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Tercih edenler	56	46,7	46,7	46,7
Tercih dışı	64	53,3	53,3	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Tablo 40. Kütüphanemizi Tercih Nedeni: Üniversite Kütüphanesi Olması

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Tercih edenler	22	18,3	18,3	18,3
Tercih dışı	98	81,7	81,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

SONUÇ

Günümüzde hizmet kalitesi ile ilgili yaklaşımların geneli incelendiğinde, kalitenin belirleyicisinin müşteri/ okuyucu/ kullanıcı olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Hizmet kalitesinin yükseltilmesinin ya da verilen hizmetin tatmin edici olmasının ön koşulu müşteri/ okuyucu/ kullanıcı profilinin, beklentilerinin, tepkilerinin, öneri ve şikayetlerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Hizmet kalitesi ile ilgili tam bir tanımlama yapılamamakla birlikte onu ölçümlendirmek de zordur. Bunu hizmeti üretenden çok hizmeti alanlar tanımlanabilir ve kısmen de olsa değerlendirilebilir.

Hizmet Kalitesinin ölçülmesi ile ilgili açıklamalarımızda algılanan ve beklenen hizmet kalitelerinden bahsetmiştik. Algılanan hizmet kalitesi kullanıcı/ müşteri/ okuyucuların bekledikleri hizmet ile yaşadıkları hizmeti karşılaştırmalarının sonucunda oluşan hizmetlerle yargılarıdır diyebiliriz. Başka bir deyişle, algılanan hizmet kalitesini beklenen hizmet kalitesi ve yaşanan hizmet etkilemektedir. Beklenen hizmet kalitesinin algılanan hizmet kalitesi açısından önemi algıların beklentilere bağlı olarak ortaya çıkmasıdır. Kullanıcı/ müşteri/ okuyucularımızın bizden beklentileri kalite seviyesini önceden anlayıp, stratejileri bu doğrultuda geliştirmemizdir.

Bilindiği gibi, kullanıcı/ müşteri/ okuyucuların hizmet kalitesini değerlendirmeleri, sadece hizmetlerin bir sonucu değil, aynı zamanda hizmetin sunumu sürecinde de söz konusudur.

Hizmetin sunulması sürecinde, diğer hizmet işletmelerinde olduğu gibi Bilgi ve Belge Merkezleri'nde de müşteri/ kullanıcı/ okuyucu ile iletişim üst seviyededir. Buradan hareketle hizmetin sunumu esnasında müşteri/ kullanıcı/ okuyucu iletişiminin verimliliği ve etkililiği hizmetin kalitesinin artırılmasında önemli unsurlardan biridir. Hizmetin özelliklerini açıklarken hizmetin bir özelliğinin de üretildikleri anda tüketilmesi olduğuna değinmiştik.

Bu doğrultuda yola çıkan bu çalışmada genel bir değerlendirme ile hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik bu çalışma ile çağın en önemli Bilgi ve Kültür Merkezi olan Bilgi ve Belge Merkezlerinden biri olan Merkez Kütüphane'de bir yol haritası oluşturulmuştur.

Bu çalışma ile var olan olanaklar değerlendirilmiş, ve olumsuz olan sonuçlar değerlendirilip bu yönde çalışmalar hızlandırılmıştır. Kullanılan anket SPSS programı kullanılarak grafikleştirilmiş, yorumlanmıştır ve anlamlandırılmıştır.

Yapılan araştırma, sadece bir üniversite kütüphanesi baz alınarak yapıldığından, yapacağımız değerlendirme ve öneriler, buradan çıkan sonuçlara göre olacaktır. Bu doğrultuda yukarıda vermiş olduğumuz istatistikler ve anket verilerinden yola çıkarak aşağıdaki sonuç ve önerilere değinmek mümkündür.

1. Kullanıcılar elektronik kaynakları yeterli bulmamaktadır. Kaynakların İngilizce olması kullanım zorluğu yaratmaktadır. Elektronik Kaynakların kullanımını artırmak yönünde çalışmalar yapılmalı ve duyuru kanalları genişletilmelidir.
2. Üniversiteye gelen her öğrenci için oryantasyon verilmeli ve kütüphaneyi tanıtıcı faaliyetler artırılmalıdır.
3. Öğrenci sayısında artış olmasına rağmen bütçe sınırlı kalmaktadır, bütçenin artırılması gerekmektedir.
4. Kullanıcılar kütüphane materyalini sayısını ve bilimsel niteliği olan eser sayısını yeterli bulmamaktadır. Ancak Kütüphane geçmiş yıllara oranla materyal alımı konusunda hızlı bir ilerleme kaydetmiştir.
5. Kitap alımları ile ilgili çeşitli kanallardan öğretim görevlilerine taleplerini alma yönünde başvurularda bulunmasına rağmen geri dönüşüm talebe göre oldukça azdır. Buna rağmen geçmiş yıllara oranla kitap isteklerinde gözle görülür bir artış söz konusudur. Talep kanalları genişletilerek bu talepler artırılabilir.
6. Personele duyulan güveni artırmak için hizmet-içi eğitimler uygulanmalıdır.
7. Çalışma sahasında revizyona gidilmeli ve bu konuda gerekli donanım için üst yönetime talepte bulunulmalıdır.
8. Web sitesi hususunda çalışmalar hızlandırılmalı kullanıcılardan gelen talepler değerlendirilmelidir.
9. Elektronik kaynakların tanıtım kanalları üzerinde iyileştirmelere gidilmeli ve eğitimler artırılmalıdır.

10. Akademisyenlerimiz elektronik kaynak kullanımı ve materyal alımı konusunda daha duyarlı, teşvik edici ve destekleyici olmalıdırlar.
11. Kullanıcı/müşteri/okuyucuyu teşvik edici ortamlar artırılması konusunda araştırmalar yapıp bu konuda fikir alışverişi ve destek sağlanmalıdır.
12. Kütüphane içinde çalışılabilecek sessiz alan varlığı için örnekler araştırılıp uygulamalar gerçekleştirilmelidir.
13. Kütüphane içinde yönlendirme levhaları ve danışman kütüphaneci bulundurulmalıdır.
14. Kütüphane içinde dilek ve şikayetlerin yazılacağı bir dilek-şikayet kutusu oluşturulup periyodik olarak kontrol edilmelidir.
15. Kütüphanenin tercih edilme nedenleri sorusuna örneklemimiz genellikle ulaşım kolaylığı ve üniversite kütüphanesi seçeneklerini tercih etmiştir. Bu seçenekler kullanım için önemli unsurlar da olsa seçeneklerden biri olan kaliteli hizmet verilmesi seçeneğinin tercih edilmesi adına çalışmalara ağırlık verilmelidir. Bu konuda yapılan çalışmalar taranmalı gerekli durumlarda hizmet-içi eğitim ve toplantılara yer verilmelidir.
16. Çağımızın dijitalleşmesi ve bir çok kaynağın elektronik ortamda mevcut olması ve kolay bulunması nedeniyle, örneklemimizdeki bir çok kullanıcı/müşteri /okuyucularımız bilginin güvenilirliğine bakmaksızın web sitesi aracılığı ile bilgi edinme ve paylaşma yoluna gitmektedir. Her ne kadar kullanım kolaylığı da olsa bilginin güvenilirliği konusunda hala tartışmalar sürmektedir. Bu konuda kütüphane bilgi okur-yazarlığı, güvenilir bilgi edinme ve paylaşma yönünde seminerler verip okuyucuları bu konuda bilgilendirebilir.

Bu araştırma ile Bilgi ve Belge Merkezleri'nde Hizmet Kalitesinin artırılmasına yönelik bir çalışmadır. Bu alanda yapılan diğer çalışmalarda farklı sonuçlar ya da değerlendirmeler olmakla beraber, bu çalışmanın da ışık tutacağını ümit etmekteyiz.

Hizmetin soyut bir kavram olması nedeniyle, yönetimin etkinliğini ve verimliliğini zorlaştırmaktadır. Sonuç olarak belirli kural, ifade ve kavramları kullanarak kesin sonuçlara ulaşırız demek doğru olmamaktadır. Bu alışma ile kesin yapılması gerekli kuralları oluşturmak mümkün olmayacağından, yapılmasının kullanıcı müşteri/kullanıcı tatminini en üst düzeye taşımaya yardımcı bir araç olacaktır.

KAYNAKÇA

2008 Yılı Marmara Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı
Birim Faaliyet Raporu

AKBAYRAK, Emre Hasan (2005), *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi'nde Hizmet Kalitesi Ölçümü* Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara

AKYÜZ, A. (2006). **“Üniversite Kütüphanelerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Bir Model”** Erişim: <http://risc01.sabanciuniv.edu/search/aaky%FCz/aakyu~az/1%2C13%2C30%2CB/frameset&FF=aakyu~az+asuman&5%2C%2C5> (18.06.2009)

ALTAN, Şenol ve öte. (2003) *“SERVQUAL Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama”* 12. Ulusal Kalite Kongresi KalDer-Türkiye Kalite Derneği Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, İSTANBUL 13 – 15 Ekim

ASLAN, S. (1999). Kütüphane ve bilgi hizmetlerinde kalite yönetimi uygulamaları. *Bilginin serüveni: dün, bugün ve yarın.. : Türk Kütüphaneciler Derneği'nin kuruluşunun 50. yılı uluslararası sempozyum bildirileri 17-21 Kasım 1999, Ankara. İçinde (126-135.ss.)* Yay. Haz. Ö. BAYRAM ve diğ, Ankara, Türk Kütüphaneciler Derneği.

AYDIN, Kenan (2002). *“Hizmet İşletmelerinde Servqual Yöntemi İle Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Kocaeli'ndeki Seyahat İşletmelerinden Efe Tur Uygulaması”* <http://iibf.kou.edu.tr/ceko/ssk/kitap50/45.pdf>

BAKAN, İsmail v.d. (2008). *Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi*, İstanbul : Asil Yayıncılık

BAYRAKTAR, Berat Bir. (2006). *Bilgi Yönetimi: Akademik Yaklaşımlar*, Beta, İstanbul

BECKWITH, Harry (2007), *Çağdaş Bir Pazarlama Görünmeyi Satmak*, çev. Ümit Şensoy, Optimist, İstanbul

BİLGİ VE BELGE YÖNETİMİ BÖLÜMÜ

http://www.istanbul.edu.tr/edebiyat/bolum_sayfasi/bilgi_belge_yonetimi_bolumu.htm

(17.03.2009)

BORAK, Eser (1986),”Hizmet Pazarlama Literatürü Üzerine Bir İnceleme”, *İşletme Fak. Dergisi*, Kasım

BOZKURT, Bilal (2008), *Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Kütüphane Hizmetlerinde Bir Uygulama: Muğla Üniversitesi Merkez Kütüphane Örneği*, Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

CARMAN, James M. (1990), “Consumer Perceptions of Service Quality : An Assesment of the SERVQUAL Dimensions”, Journal of Retailing, Vol. 6, Number 1.

COOK T. ve Thompson B., 2000. Reliability and Validity of SERVQUAL Scores Used to Evaluate Perceptions of Library Service Quality, *The Journal of Academic Librarianship*, 26 (4)

ÇUKADAR, Sami (1999). “İstanbul Bilgi Üniversitesi Kütüphanesi Yayın Sağlama ve Kullanıcı Hizmetleri Bölümlerinde Toplam Kalite Yönetimi Modelinin Geliştirilmesi.” *Bilginin Serüveni: Dünü, Bugünü, Yarını: Türk Kütüphaneciler Derneği’nin Kuruluşunun 50. Yılı Uluslar arası Sempozyum Bildirileri (17-21 Kasım 1999)*, Ankara: TKD

ÇUKADAR, Sami . “Bilgi Merkezlerinde Hizmet Kalitesi” sunum notları

DOYLE, Peter (1998), *Marketing Management and Strategy*, Financial Times/ Prentice Hall; 3 edition, London.

ERGİNKAYA, Ebru (2005), “Hizmet Pazarlaması ve Sağlık Sektöründe Bir Uygulama” (www.sbe.yildiz.edu.tr/akadcal/YL3akada3b.html)

ESİN, A. (2002). *ISO 9001-2000 Işığında Hizmette Toplam Kalite*, Ankara : ODTÜ Yayıncılık.

FITZSIMMONS, J.A. ve S. Sullivan (1982), *Service Operations Management*, Newyork: Mc. Graw-Hill Inc.

GARVIN D.A. (1984), “What Does ‘product Quality’ Really Mean?” Sloan Management Review, 26:1:25-43

GÖZLÜ, Sıtkı (1995), “Hizmet Kalitesinin Kontrolünde İstatistiksel Yöntemler” *Verimlilik Dergisi* (Şubat, 1995).

GRÖNROOS, Christian (1982), “Strategic Management and Marketing in the Service Sector”, *Marketing Science Institute*, Chambridge, m.A.

GÜMÜŞOĞLU, Şevkinaz v.d. (2007), *Hizmet Kalitesi: kavramlar, yaklaşımlar ve uygulamalar*, Detay Yayıncılık

GÜVEMLİ, H. Tuğrul. *Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1996

HALİS, M. (2001). “Hizmet İşletmelerinde Global Stratejilerin Geliştirilmesi” *Dış Ticaret Dergisi*, Nisan, (www.foreigntrade.gov.tr)

HEARD, CFPIM (1987) “The Quality Component of Just- in- Time” , Just- in – Time/ Quality Conference Proceedings, Atlanta: APIC, 23-25 February

JURAN,J. M. F.M., Gryna (1988), **Juran’s Control Handbook**, McGraw Hill Co., 4.Basım.

Kalite, <http://www.eril.com.tr/kalite.html> (17.05.2009)

KANIK, Leyla (1999).” Üniversite Kütüphanelerinde Performans Değerlendirmesi: Kavramsal Bir Yaklaşım. 21. Yüzyılda Üniversite Kütüphanelerimiz Sempozyumu Bildirileri (22-24 Ekim 1998), E. BİLAR (Yay. Haz.), Edirne: Trakya Üniversitesi

KARAHAN, Kasım (2001). “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Tatmin Düzeyini Etkileyen Faktör Olarak Duygusal Zekânın (EQ) Rolü.” *Pazarlama Dünyası*, 15, 87

KAVRAKOĞLU, İbrahim. “Toplam Kalitenin Temelleri”, *Önce Kalite Dergisi*, İstanbul, Kasım, 1992

KESKİN, Gülümser (1998), “Yaşam Kalitesinin Önemi (Belediye Toplu Taşımacılık Hizmetleri Üzerine Bir Uygulama”, *Pazarlama Dünyası*, Yıl: 12, Sayı: 67, Ocak-Şubat

KOBAYASHI, K., Batten D. F. Ve Andersson, A. E. (1991). *Service Quality and Knowledge Production*. İçinde S. W. Brown, E. Gummesson, B. Edvardsson ve B. Gustavsson (Editörler), *Service Quality: Multidisciplinary and Multinational Perspectives*. New York, N.Y.: Lexington Books.

KONYA, Ümit (2004). “Üniversite Kütüphanelerinde Pazar Bölümleme Stratejileri.” *Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi*, (40. Kütüphane Haftası Bildirileri: 29 Mart – 24 Ekim 2004).

LEVİTT, T. (1972). “*Production-line Approach to Service*”, Free Press: Newyork

NITECKI, D. A. ve Hernon, P., 2000. Measuring Service Quality at Yale University’s Libraries, *The Journal of Academic Librarianship*, 26 (4)

OAKLAND, S.J. (1994), *Toplam Ouality Management and Organizational Behavior*, 4th edition, Longman

OLDMAN, C. ve Wills, G.(1977), *The Beneficial Library*, MCB Books, Bradford, England

ÖNAL, H. İ. (1997) Hizmette Kaliteye Ulaşmak. B. Yılmaz (Yay. Haz.) , *Kütüphanecilik Bölümü 25. Yıl’a Armağan (s.115-123)*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü

ÖZTÜRK, Ayşe Sevgi (2000), *Hizmet Pazarlaması*, Eskişehir

P.A. Barbara, D. Mazursky, A Longitudinal Assesment of Consumer Satisfaction Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process, *Journal of Marketing Research*, Kasım 1983

PARASURAMAN, A. V.A. Zeithaml, L.L. Berry (1985). “A Conceptual Model of Service and It’s Implications for Future Research” *Journal of Marketing*, vol. 49

PHILIP, G. Ve Hazlet, S.A. (1997), The Measurement of Services Quality: a new P-C-P Attributes Model, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 14(3)

PINDER Chris (1996). “Customers and Academic Library Services: An Overwiev:” *Providing Customer-oriented Services in Academic Libraries*, C. PINDER and M. MELLING (Ed.), London: Library Association and SCONUL

PİRTİNİ, Serdar (2004). “Üniversite Kütüphanelerinde hizmet kalitesinin artırılmasında müşteri odaklı pazarlama ilkeleri ve stratejilerinin incelenmesi.” 40. *Kütüphane Haftası Bildirileri*, 29 Mart – 4 Nisan 2004 içinde (37-47). Yay. Haz. Ümit Konya. İstanbul: Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi

Quality, <http://experts.about.com/e/q/qu/quality.htm>

REEVES, C.A., ve Bednor, D. A., 1994 Defining Quality: Alternatives and Implications, *Academy of Management Review*, 19 (13)

SARIKAYA, N. (2004), *Servis Sistemlerinde Kalitenin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesinde DEA Modeli: Bir Bankacılık Uygulaması*. YA/EM'2004 – Yöneylem Araştırması/Endüstri Mühendisliği – XXIV Ulusal Kongresi , Gaziantep Bildirisi

SEYRAN, Deniz (2004). *Hizmet Kalitesi, Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı*, Kalder, İstanbul.

TAŞLIYAN, M. ve Karayılan, D. (2006). *Modern Yönetim Tekniklerinden Seçmeler; Kavramlar, Kapsamları ve Uygulama Yöntemleri*, Gün Yayıncılık, Ankara.

TENEKECİOĞLU, Birol (1992) *Makro Pazarlama*, Met Yayıncılık, Eskişehir

TENNER, Arthur, Detoro, IRving; *Total Quality Management*, Addison Walery Publishing Company, Massachussetts, 1993

Thema Larousse, Milliyet Gazetecilik A.Ş., Cilt 2, 1993-1994:312.

URAZ, Neslihan. (1997). "Çağdaş pazarlama anlayışındaki gelişmelerin Türkiye'deki halk kütüphanelerine yansımaları", **Pazarlama Dünyası** 61: 43-45;

UŞEN, Sevinç. (2002) “Yirminci Yüzyılda Tıp Kütüphanecilerinin Değişen Rollerı.” *Bilgi Dünyası*, 3 (1), **Pazarlama Dünyası**, 61

UYGUÇ, Nermin (2000), *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım*, İzmir : Dokuz Eylül Yayınları

ÜSTÜN, Ayşe. (2001). “Bilgi Hizmetleri ve Hizmetin Kalitesi”, **Türk Kütüphaneciliği**, 15 :2

YILMAZ, Erol (1999). “Kütüphaneci-Kullanıcı İletişimi ve İletişim Kazaları.” *Bilginin Serüveni: Dünü, Bugünü, Yarını: Türk Kütüphaneciler Derneği'nin Kuruluşunun 50. Yılı Uluslar arası Sempozyum Bildirileri (17-21 Kasım 1999)*, Ankara: TKD

YILMAZ, M. (2003). Bilgi Merkezleri ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi: Bir Uygulama, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 4 (2)

YÜKSELEN, Cemal. *Pazarlama: İlkeler – Yönetim*. 5. bs., Ankara: Detay Yayıncılık, 2006

EK – 1 : Anket Formu : Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane

İDEAL KÜTÜPHANE: Sizin kütüphane hizmetleri deneyiminize dayalıdır. Lütfen, mükemmel hizmet kalitesi sunan bir kütüphaneyi düşünün. Aşağıda açıklanan ifadelerle böyle bir kütüphanenin sahip olması gereken özelliklerini belirtiniz. Aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi **1(Kesinlikle Katılıyorum)**'dan **5 (Fikrim Yok)**'a kadar olan beşli ölçekler üzerinde size en uygun olanı daire içine alarak belirtiniz.

MARMARA ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANE: Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphane tarafından sunulan hizmetler sonucunda elde etmiş olduğunuz deneyimler ve geri dönüşümleri ifade eder. Aşağıda açıklanan ifadelerle tanımlanan özelliğin, Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesinin sahip olup olmadığını belirtiniz. Marmara Üniversitesi hakkında verilen ifadelere katılım düzeyinizi **1(Kesinlikle Katılıyorum), 2(Biraz Katılıyorum) 3(Kararsızım) 4(Kesinlikle Katılmıyorum) 5(Fikrim Yok)** 'a kadar olan beşli ölçekler üzerinde size en uygun olanı daire içine alarak belirtiniz.

Amacımız; vereceğiniz cevaplar ile sizin kütüphanelerde mükemmel hizmet kalitesi hakkındaki görüşlerinizi öğrenmek ve bu konuda çalışmalar yapmaktır.

1) Yaşınız:

2) Cinsiyetiniz: ☐ Erkek ☐ Bayan

3) Eğitim :

☐ Ortaöğretim ☐ Lise ☐ Yüksekokul
☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans/Doktora ☐ Öğretim Görevlisi

4) Mesleğiniz:

.....

İDEAL
KÜTÜPHANE

MARMARA UNV
KÜTÜPHANESİ

Kesinlikle Katılıyorum
Biraz Katılıyorum
Kararsızım
Kesinlikle Katılmıyorum
Fikrim Yok

Kesinlikle Katılıyorum
Biraz Katılıyorum
Kararsızım
Kesinlikle Katılmıyorum
Fikrim Yok

1. Personel

- Çalışan personel kullanıcıya güven vermektedir.
- Personel kullanıcıya saygılıdır.
- Kullanıcıların soruları yanıtlanmaktadır.
- Personel kullanıcı sorularını yanıtlamada yeterlidir.
- Konu uzmanları ve yardımcıları yönlendirebilmektedirler
- Personeller yardımseverdirler.
- Personelin kullanıcı ihtiyaçlarını anlaması yeterlidir.
- Personel kullanıcıya yardım gönüllülüğüne sahiptir.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

2. Donanım ve Materyal

- Kütüphane alanı çalışma ve öğrenme için yeterlidir.
- Kullanıcılar için kişisel çalışma ve öğrenme alanı mevcuttur.
- Çalışmam için kütüphane materyalinin varlığı yeterlidir.
- Bilgi gereksinimini sağlayan modern ekipman mevcuttur.
- Yeterli sayıda elektronik belge ve basılı kaynak mevcuttur.
- Kütüphane gerekli bilgi ve donanıma sahiptir.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

3. Elektronik Kaynaklar

- Bana gereken elektronik kaynaklar mevcuttur.
- Kullanıcı erişim ve servis sorunları çözülür ve güvenlidir.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

4. Web Sitesi

- Kütüphane web sitesi bilgi erişimine uygundur.
- Kaynaklara ulaşmak kolaydır.
- Sayfa dizaynı uygundur ve yeterlidir.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

5. Erişim Kolaylığı

- Ev ya da ofisten elektronik kaynaklara erişim mevcuttur.
- Elektronik kaynaklar çevrimiçi kullanılabilir.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

İDEAL
KÜTÜPHANE

MARMARA UNV
KÜTÜPHANESİ

Kesinlikle Katılıyorum
Biraz Katılıyorum
Kararsızım
Kesinlikle Katılmıyorum
Fikrim Yok

Kesinlikle Katılıyorum
Biraz Katılıyorum
Kararsızım
Kesinlikle Katılmıyorum
Fikrim Yok

6. Kütüphane Ortamı

- Bireysel çalışmalarım için gerekli sessiz alan vardır.
- Konforlu ve davetkar alanlar mevcuttur.
- Araştırma, öğrenme ve erişim kolaylığı vardır.
- Grup çalışması ve toplantı alanı vardır.
- Kütüphane akademik disipline sahiptir.
- Kütüphane akademik çalışmalara sahiptir.
- Kütüphane güvenilir bilgi ayırımında yardımcı olur.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

7. Kullanıcılar kendi bilgilerine ulaşma ve değişiklik yapabilme olanağına sahiptir.

8. Kütüphane materyalleri ödünç alınabilmektedir.

9. Öğrenci çıkış işlemleri yapılabilmektedir.

10. Özel koleksiyonlara ve nadir eserlere erişim mevcuttur.

11. Genel olarak, kütüphane hizmetlerinden memnunum.

12. Genel olarak, kütüphane bilgi, araştırma ve öğrenme ihtiyaçlarını karşılar.

13. Kütüphane hizmetleri toplam kalite yönetimi standartlarına uygundur.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

14. Kütüphane kaynaklarını ne kadar sıklıkla kullanırsınız?

- ☐ Her gün
- ☐ Haftada birkaç defa
- ☐ Ayda birkaç defa
- ☐ Nadiren
- ☐ Hiçbir zaman

15. Kütüphane web sitesi aracılığı ile ne kadar sıklıkla erişirsiniz.

- ☐ Her gün
- ☐ Haftada birkaç defa
- ☐ Ayda birkaç defa
- ☐ Nadiren
- ☐ Hiçbir zaman

16. Kütüphane dışındaki tarayıcıları ne kadar sıklıkla kullanırsınız?(google, yahoo v.b.)

- ☐ Her gün
- ☐ Haftada birkaç defa
- ☐ Ayda birkaç defa
- ☐ Nadiren
- ☐ Hiçbir zaman

17. Kütüphane içinde genellikle araştırma yaptığınız konular nelerdir?

- | | |
|--|--|
| ☐ Genel Konular | ☐ Edebiyat ve Retorik |
| ☐ Felsefe ve Psikoloji | ☐ Coğrafya ve Tarih |
| ☐ Teknoloji (Uygulamalı Bilimler) | ☐ Toplum Bilimleri/ Sosyoloji / Antropoloji |
| ☐ Din | ☐ Dil ve Dilbilim |
| ☐ Sanatlar / Güzel Sanatlar | ☐ Doğa Bilimleri ve Matematik |

EK-2: MARMARA ÜNİVERSİTESİ'NİN KURUMSAL KİMLİĞİ

Türkiye'nin önde gelen eğitim kurumlarından olan Marmara Üniversitesi, 1883 yılında başladığı öğretim faaliyetlerine, 3000 civarında öğretim elemanı ve 60.000'e yaklaşan öğrenci sayısı ile devam etmektedir.

Mühendislik, Tıp ve Diş Hekimliği Fakülteleriyle birlikte, İngilizce'nin yanında Almanca ve Fransızca öğrenim sunan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ni bünyesinde toplayan Marmara Üniversitesi, bu özelliği ile Türkiye'nin tek "çok dilli" üniversitesidir.

2008 yılı itibari ile Marmara Üniversitesine ait Akademik Birimler;

AKADEMİK BİRİMLER

A- İSTANBUL AVRUPA YAKASI

Sultanahmet Yerleşkesi

Beyazıt Yerleşkesi

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

- Bankacılık Programı (I. ve II. Eğitim)
- Büro Yönetimi ve Sekreterlik Programı (I. ve II. Eğitim)
- Dil Ticaret Programı (I. ve II. Eğitim)
- Muhasebe Programı (I. ve II. Eğitim)
- Pazarlama Programı (I. ve II. Eğitim)
- Yerel Yönetimler Programı
- Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği Programı (I. ve II. Eğitim)
- Turizm Rehberliği
- Turizm ve Seyahat İşletmeciliği

Bahçelievler Yerleşkesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- Ekonometri (I. ve II. Eğitim)
- İktisat (I. ve II. Eğitim)

- İşletme (I. ve II. Eğitim)
- Maliye (I. ve II. Eğitim)
- Sosyal Bilimler Enstitüsü

Nişantaşı Yerleşkesi

Diş Hekimliği Fakültesi

İletişim Fakültesi

- Gazetecilik (I. ve II. Eğitim)
- Halkla İlişkiler ve Tanıtım (I. ve II. Eğitim)
- Radyo, Televizyon ve Sinema (I. ve II. Eğitim)

Tarabya Yerleşkesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- Kamu Yönetimi (Fransızca)

B- İSTANBUL ANADOLU YAKASI

Göztepe Yerleşkesi

Rektörlük

Atatürk Eğitim Fakültesi

- Almanca Öğretmenliği
- Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği
- Biyoloji Öğretmenliği
- Coğrafya Öğretmenliği
- Fen Bilgisi Öğretmenliği
- Fizik Öğretmenliği
- Fransızca Öğretmenliği
- İlköğretim Matematik Öğretmenliği
- İngilizce Öğretmenliği
- Kimya Öğretmenliği

- Matematik Öğretmenliği
- Müzik Öğretmenliği
- Okul Öncesi Öğretmenliği
- Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Öğretmenliği
- Resim-İş Öğretmenliği
- Sınıf Öğretmenliği
- Sosyal Bilgiler Öğretmenliği
- Tarih Öğretmenliği
- Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmenliği
- Türkçe Öğretmenliği
- Zihin Engelliler Öğretmenliği
- İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenliği

Fen-Edebiyat Fakültesi

- Alman Dili ve Edebiyatı
- Bilgi ve Belge Yönetimi
- Biyoloji
- Fizik
- Kimya
- Matematik
- Tarih
- Türk Dili ve Edebiyatı
- Sosyoloji (İngilizce)

Teknik Eğitim Fakültesi

- Bilgisayar ve Kontrol Öğretmenliği (İngilizce), (II. Eğitim)
- Elektrik Öğretmenliği (I. ve II. Eğitim)
- Elektronik ve Haberleşme Öğretmenliği (İngilizce),

(II. Eğitim)

- Enerji Öğretmenliği
- Hazır Giyim Öğretmenliği
- Matbaa Öğretmenliği (I. ve II. Eğitim)
- Metal Öğretmenliği (I. ve II. Eğitim)
- Mekatronik Öğretmenliği
- Otomotiv Öğretmenliği (I. ve II. Eğitim)
- Talaşlı Üretim Öğretmenliği (I. ve II. Eğitim)
- Tasarım ve Konstrüksiyon Öğretmenliği
- Tekstil Öğretmenliği (I. ve II. Eğitim)
- Tekstil Terbiye Öğretmenliği

Mühendislik Fakültesi

- Bilgisayar Mühendisliği (İngilizce)
- Çevre Mühendisliği (İngilizce)
- Endüstri Mühendisliği (İngilizce)
- Kimya Mühendisliği
- Makine Mühendisliği (İngilizce)
- Metalürji ve Malzeme Mühendisliği (İngilizce)

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- İşletme (İngilizce)
- İktisat (İngilizce)
- Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler (İngilizce)

Avrupa Topluluğu Enstitüsü

Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü

Fen Bilimleri Enstitüsü

Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü

Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Ortadoğu Araştırmaları Enstitüsü

Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu

- Aktüerya
- Bankacılık
- Sermaye Piyasası
- Sigortacılık

Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu

- Bilgisayar Teknolojisi ve Programlama (I. ve II. Eğitim)
- Biyomedikal Cihaz Teknolojisi
- Çocuk Gelişimi (II. Eğitim)
- Döküm (II. Eğitim)
- Elektrik (I. ve II. Eğitim)
- Elektronik Haberleşme (I. ve II. Eğitim)
- Endüstriyel Elektronik (I. ve II. Eğitim)
- Endüstriyel Otomasyon (I. ve II. Eğitim)
- Makine (I. ve II. Eğitim)
- Tasarım ve Basım-Yayımcılık (I. ve II. Eğitim)
- Su Ürünleri (I. ve II. Eğitim)
- Tekstil (I. ve II. Eğitim)
- Uygulamalı Takı Teknolojisi

Yabancı Diller Yüksekokulu

- İngilizce Mütercim-Tercümanlık
- Almanca Mütercim-Tercümanlık
- Fransızca Mütercim-Tercümanlık
- Yabancı Dil Hazırlık

Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü

Türk Dili Bölümü

Özmen Aktar Kız Öğrenci Yurdu

Handan Ertuğrul Kız Öğrenci Yurdu

Üniversite Sosyal Tesisleri - Misafirhane

Haydarpaşa Yerleşkesi

Hukuk Fakültesi

Tıp Fakültesi

Eczacılık Fakültesi

Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

- Ambulans ve Acil Bakım Teknikerliği
- Anestezi Programı
- Diş Protez Programı
- Patoloji Laboratuvar Programı
- Radyoloji Programı
- Tıbbi Laboratuvar Programı

Hemşirelik Yüksekokulu

Güzel Sanatlar Fakültesi

- Sinema-TV Bölümü

Altunizade Yerleşkesi

Marmara Üniversitesi Hastanesi

Bağlarbaşı Yerleşkesi

İlahiyat Fakültesi

- İlahiyat
- İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenliği

İlahiyat Meslek Yüksekokulu

İstanbul Zeynep Kamil Sağlık Yüksekokulu (Zeynep Kamil)

Acıbadem Yerleşkesi

Güzel Sanatlar Fakültesi

- Endüstri Ürünleri Tasarımı
- Fotoğraf
- Geleneksel Türk El Sanatları
- Grafik Tasarım
- İç Mimarlık
- Resim
- Seramik ve Cam
- Tekstil
- Heykel Bölümü
- Temel Eğitim Bölümü

Güzel Sanatlar Enstitüsü

Anadoluhisarı Yerleşkesi

Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu

- Antrenörlük Eğitimi (I. ve II. Eğitim)
- Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği
- Spor Yöneticiliği (I. ve II. Eğitim)

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü
- İşletme (Almanca)
- Enformatik (Almanca)

Kartal Yerleşkesi

Sağlık Bilimleri Fakültesi

- Sağlık Eğitimi
- Sağlık Yönetimi

Başbüyük Yerleşkesi

Gastroenteroloji Enstitüsü

Nörolojik Bilimler Enstitüsü

Toplam Öğrenci:

Ön Lisans+Lisans+Lisan Üstü (2007-2008): 50.090

Ön Lisans+Lisans+Lisan Üstü (2008-2009): 50.769

Yeni Kayıt:

2007-2008: 11.448

2008-2009: 13.040

Mezun:

2006-2007: 10.295

2007-2008: 10.033

Akademik Personel:

2007-2008: 2.878

2008-2009: 2.839

EK-3: ANKETTE DEĞERLENDİRMEYE ALINMAYAN YA DA YORUMLANMAYAN TABLOLAR VE SONUÇLAR

Aşağıdaki veriler tez içinde kullanılmayan ya da yorumlanmayan anket verileridir.

PERSONEL

İdeal Kütüphanede Personelin yardımseverliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	105	87,5	87,5	87,5
Biraz Katılıyorum	11	9,2	9,2	96,7
Kararsızım	4	3,3	3,3	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

İdeal Kütüphanede Personelin kullanıcı ihtiyaçlarını anlama yeterliliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	82	68,3	68,3	68,3
Biraz Katılıyorum	23	19,2	19,2	87,5
Kararsızım	10	8,3	8,3	95,8
Kesinlikle Katılmıyorum	5	4,2	4,2	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

İdeal Kütüphanede Personelin kullanıcıya yardım gönüllülüğü

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	101	84,2	84,2	84,2
Biraz Katılıyorum	8	6,7	6,7	90,8
Kararsızım	6	5,0	5,0	95,8
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	97,5
Fikrim Yok	3	2,5	2,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Merkez Kütüphanede Personelin kullanıcı sorularını yanıtlama yeterliliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	30	25,0	25,0	25,0
Biraz Katılıyorum	39	32,5	32,5	57,5
Kararsızım	29	24,2	24,2	81,7
Kesinlikle Katılmıyorum	7	5,8	5,8	87,5
Fikrim Yok	15	12,5	12,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Merkez Kütüphanede Konu uzmanları ve yardımcılarının yönlendirmeleri

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	30	25,0	25,0	25,0
Biraz Katılıyorum	39	32,5	32,5	57,5
Kararsızım	25	20,8	20,8	78,3
Kesinlikle Katılmıyorum	7	5,8	5,8	84,2
Fikrim Yok	19	15,8	15,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

Merkez Kütüphanede Personelin yardımseverliği

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	42	35,0	35,0	35,0
Biraz Katılıyorum	37	30,8	30,8	65,8
Kararsızım	26	21,7	21,7	87,5
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	89,2
Fikrim Yok	13	10,8	10,8	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

DONANIM VE MATERYAL

İdeal Kütüphanede Kullanıcılar için kişisel çalışma ve öğrenme alanının varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	99	82,5	82,5	82,5
Biraz Katılıyorum	13	10,8	10,8	93,3
Kararsızım	5	4,2	4,2	97,5
Kesinlikle Katılmıyorum	1	,8	,8	98,3
Fikrim Yok	2	1,7	1,7	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

İdeal Kütüphanede Kullanıcı için gereken materyalin varlığı

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	95	79,2	79,2	79,2
Biraz Katılıyorum	9	7,5	7,5	86,7
Kararsızım	7	5,8	5,8	92,5
Kesinlikle Katılmıyorum	9	7,5	7,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	

İdeal Kütüphanede Bilgi gereksinimi sağlayan modern ekipmanın varlığı Donanım ve Materyal

Cevap	Cevaplayan Kişi Sayısı	Cevap Verenlerin Yüzdesi	Geçerli Cevap Yüzdesi	Kümülatif Yüzde Dağılımı
Kesinlikle Katılıyorum	100	83,3	83,3	83,3
Biraz Katılıyorum	12	10,0	10,0	93,3
Kararsızım	3	2,5	2,5	95,8
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,7	1,7	97,5
Fikrim Yok	3	2,5	2,5	100,0
Toplam	120	100,0	100,0	



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgi

Soyadı / Adı	Tabak, Yazbahar
Adres(İş)	Marmara Üniversitesi Göztepe Kampüsü Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı Merkez Kütüphane İSTANBUL/TÜRKİYE
Telefon	0216 414 05 45/1082
E-mail	yazbaharc@marmara.edu.tr
Doğum tarihi	1982
Meslek	Uzman

İş Deneyimi

2001	İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Kitaplığı Üniversite (Staj)
2002	Eskişehir İl Halk Kütüphanesi (Staj)
2003	Akmerkez (Reklam ,Tanıtım)
2004	İstanbul Deniz Otobüsleri (Reklam ve Satış Destek) İstanbul Üniversitesi “Elektronik Öğrenme” konulu konferans (Organizasyon Komitesi)
2005	Şişecam Cam Araştırma Merkezi (Özel Kütüphane Staj)
2006	Sabancı A.Ş. Çözüm Ortağı Birlik Telekom (Eğitim Müdürlüğü) Marmara Üniversitesi Merkez Kütüphanesinde (Uzman)

Eğitim

2007	Marmara Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi (Yüksek Lisans)
2001-2005	İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dokümantasyon ve Enformasyon Bilim Dalı İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya (Çift Anadal)

Kişisel beceriler ve yeterlilikler

Ana dil	Türkçe
Diğer Dil	İngilizce (İyi Düzey)

Sertifikalar	2005 İstanbul Üniversitesi İngilizce Sertifika Programı (orta düzey) 2002 Koç Üniversitesi “Yaratıcı Kütüphane Hizmetlerini Geliştirmede İlgili Avrupa Topluluğu Girişimleri” konulu konferans katılım belgesi 2000 Öğretmen Sürücü Kursu/Eskişehir B sınıfı Ehliyet 1997 Fırat Bilgisayar İşletmenlik Sertifikası
Bilgisayar becerileri ve yeterlilikler	Ofis Programları (iyi derecede), File Maker (iyi derecede), İskenderiye (iyi derecede), Outlook (iyi derecede) Photoshop (orta derecede)
Söyleşi ve Konferanslar	2008 44. Kütüphane Haftası Etkinlikleri “ Bilgi ve Belge Merkezlerinde Hizmet Kalitesinin Artırılması” Konuşmacı: Yazbahar Tabak 03 Nisan 2008 2008 Değişen Dünyada Bilgi Yönetimi Sempozyumu 2007 Marmara Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü Nadir Eserler Konulu konferans 2007 43. Kütüphane Haftası Etkinlikleri “Kurum Kültürü, Ortaya Çıkışı, Bilgi ve Belgelerin Kurumsallaştırılması Süreci ve Değişim Yönetimi” Konuşmacı: Uzm. Yazbahar Tabak(Marmara Üniv. Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı) 2004 Sermet Çifter Kütüphanesi “Nadir Eserler” konulu söyleşi İstanbul Üniversitesi Aydınlanma Söyleşileri Coğrafya Söyleşileri First International Conference on Innovations in Learning for the Future: e-Learning 26-27 Ekim 2004