

**KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİNİN
LibQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİYLE
ÖLÇÜLMESİ: DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ
KÜTÜPHANESİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

(Yüksek Lisans Tezi)

Şerif KARAHAN

Kütahya - 2012

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

**KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİNİN LibQUAL+™
HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİYLE ÖLÇÜLMESİ:
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ
ÜZERİNE ARAŞTIRMA**

Danışman:
Yrd. Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI

Hazırlayan:
Şerif KARAHAN

Kütahya – 2012

Kabul ve Onay

Şerif KARAHAN'ın hazırladığı “Kütüphanelerde Hizmet Kalitesinin LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketiyle Ölçülmesi: Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Uygulaması” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2012

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Yrd. Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI (Danışman)		
Yrd. Doç. Dr. Ercan TAŞKIN		
Yrd. Doç. Dr. Cengiz DURAN		

Doç. Dr. Fatih ÇELEBİOĞLU
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Kütüphanelerde Hizmet Kalitesinin LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketiyle Ölçülmesi: Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Uygulaması” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../2012

Şerif KARAHAN

Özgeçmiş

16 Kasım 1988 tarihinde Giresun'un Tirebolu ilçesinde doğdu. İlk ve ortaokulu Çatak Köyü İlköğretim Okulu'nda, lise öğrenimini de Giresun Espiye 75. Yıl Çok Programlı Lisesi'nde tamamladı. 2005 yılında başladığı Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden 2009 yılında mezun oldu. Aynı yıl Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans eğitime başladı. Halen de bu eğitime devam etmektedir.

ÖZET

KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİNİN LibQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİYLE ÖLÇÜLMESİ: DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ ÜZERİNE ARAŞTIRMA

KARAHAN, Şerif

Yüksek Lisan Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI

Mart, 2012, 130 sayfa

Araştırmanın amacı, Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nin öğrencilerine sunduğu hizmet kalitesinin öğrenci beklentilerini ne derece karşıladığının LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi kullanılarak ortaya konulması ve bulgulara dayanarak verilerin değerlendirilmesi sonucunda kütüphanenin hizmet kalitesini iyileştirme çabalarına bir katkıda bulunmaktır. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan çalışmada betimleme yöntemi kullanılmış, veri toplama tekniği olarak da anket tekniğinden yararlanılmıştır.

İki aşamada ele alınan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk aşamada, çalışmanın teorik çerçevesini oluşturan; hizmet, kalite, hizmet kalitesi, hizmet kalitesinin ölçümü gibi kavramların açıklanması, özelliklerinin vurgulaması ve teorik çerçevenin ortaya konulması için literatür taraması yoluyla ikincil veriler elde edilmiştir. Böylece çalışmanın ilk iki bölümü oluşturulmuştur. İkinci aşamada alan araştırması yapılmış ve bu kapsamda DPÜ Merkez Kütüphanesi kullanıcılarına ilişkin veriler, ölçüm aracı olarak LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi kullanılarak toplanmıştır. Bu şekilde birincil verilerin elde edilmesinden sonra araştırma kapsamında analizleri yapılarak üçüncü bölüm kaleme alınmıştır. Birincil verilerin analizi aşamasında, öncelikle tanımlayıcı istatistikler bazında demografik verilerin frekans ve yüzde (%) dağılımları incelenmiştir. Daha sonra da uygun istatistiksel teknikler kullanılarak elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Kalite, Hizmet Kalitesi

ABSTRACT**MEASURING SERVICE QUALITY AT LIBRARIES BY MEANS OF
LibQUAL+™ SERVICE QUALITY MEASUREMENT SURVEY: RESEARCH
ON THE CENTRAL LIBRARY OF DÜMLÜPINAR UNIVERSITY****KARAHAN, Şerif****M.A. Thesis, Department of Business Administration****Supervisor: Asst. Prof. Aydın KAYABAŞI****March, 2012, 130 pages**

The aim of the research is to point out to what extent the service quality provided to the students by the Central Library of Dumlupınar University meets the expectations of the students by means of LibQUAL+™ Service Quality Measurement Survey and contribute to the efforts of the library to improve its service quality as a result of data assessment based on findings. In the study prepared in accordance with this aim, the descriptive method was used and the survey technique was utilized as a technique of data collection.

The study, which is discussed in two stages, consists of three parts. In the first stage, secondary data was obtained through literature review so as to explain the concepts such as service, quality, service quality, measurement of service quality, which constitute the theoretical framework of the study, to emphasize their features and to present the theoretical framework. Therefore, the first two parts of the study were formed. In the second stage, the field research was performed and data regarding the users of DPU Central Library was collected using LibQUAL+™ Service Quality Measurement Survey as a measuring device. Following obtainment of primary data in this way, the third part was written, analyzing data within the scope of the research. In the analysis stage of the primary data, firstly, frequency and percentage (%) distributions of demographic data were analyzed on the basis of descriptive statistics. Then findings obtained by means of appropriate statistical techniques were assessed.

Keywords: Service, Quality, Service Quality.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

1.1. HİZMET KAVRAMININ TANIMI.....	4
1.2. HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ	6
1.2.1. Soyutluk	7
1.2.2. Değişkenlik	7
1.2.3. Dayanıksızlık.....	8
1.2.4. Ayrılmazlık	9
1.2.5. Sahiplik	9
1.3. HİZMETLERİN TÜRLERİ	10
1.4. HİZMET PAZARLAMASI.....	10
1.4.1. Hizmet Pazarlamasının Özellikleri	11
1.4.2. Hizmet Pazarlamasının Hedefleri	12
1.4.3. Hizmet Pazarlaması Karması	12
1.5. HİZMET İŞLETMELERİ	18
1.6. KALİTE KAVRAMININ TANIMI	19
1.7. KALİTENİN BOYUTLARI.....	20
1.7.1. Teknik Kalite.....	21
1.7.2. Fonksiyonel Kalite	21
1.7.3. Sosyal Kalite	22
1.8. HİZMET KALİTESİ KAVRAMININ TANIMI	22
1.9. HİZMET KALİTESİYLE İLGİLİ KAVRAMLAR.....	24
1.9.1. Beklenen Hizmet Kalitesi	24
1.9.2. Algılanan Hizmet Kalitesi.....	25
1.10. HİZMET KALİTESİNİN BOYUTLARI	25

İKİNCİ BÖLÜM

KÜTÜPHANELERDE KALİTE ÖLÇÜMÜ, MODEL VE ARAÇLARI

2.1. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ	28
2.2. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN MODELLER	29
2.2.1. KANO Modeli.....	32
2.2.2. GRÖNROOS' un Hizmet Kalitesi Modeli.....	33
2.2.3. LEHTİNEN'in Hizmet Kalitesi Yaklaşımı	35
2.2.4. SASSER, OLSEN ve WYCKOFF'un Hizmet Kalitesi Boyutları	36
2.2.5. NORMANN'ın Hizmet Kalitesi Boyutları	36
2.2.6. SERVPERF: Performans Bazlı Hizmet Kalitesi Modeli	37
2.2.7. SERVQUAL Modeli - Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli.....	38
2.3. KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİ.....	38
2.4. KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ.....	40
2.5. KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ARAÇLARI.....	41
2.5.1. Servqual.....	42
2.5.1.1. Boşluk Modeli.....	43
2.5.1.2. Servqual Hizmet Kalitesi Boyutları	47
2.5.2. LibQUAL	50
2.5.2.1. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi.....	53
2.5.2.2. LibQUAL Hizmet Kalitesi Boyutları	54
2.5.2.2.1. Bilgiye Erişim.....	55
2.5.2.2.2. Hizmet Etkisi	56
2.5.2.2.3. Fiziksel Yapı.....	56
2.5.2.2.4. Kişisel Denetim	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DPÜ MERKEZ KÜTÜPHANESİ'NDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	59
3.1.1. Araştırmanın Amacı	59
3.1.2. Araştırmanın Önemi.....	59
3.1.3. Araştırmanın Hipotezi	60
3.1.4. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklemi.....	60
3.1.5. Araştırmanın Yöntemi.....	60
3.2. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ	61
3.3. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ	63

3.4. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİNDE LibQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİ'NİN UYGULANMASI	64
3.5. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ'NDE UYGULANAN LibQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİ BULGULARI.....	65
3.5.1. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketine Katılanların Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımları	65
3.5.2. Katılımcıların Kullanıcı Gruplarına ve Sınıflara Göre Dağılımları	66
3.5.3. Katılımcıların Fakültelere Göre Dağılımları	67
3.5.4. Katılımcıların Bölümlere Göre Dağılımı	68
3.5.5. Katılımcılara Göre 25 Temel Madde	71
3.5.6. Katılımcılara Göre LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutları	74
3.5.6.1. Bilgiye Erişim Boyutu Analizi	75
3.5.6.2. Hizmet Etkisi Boyutu Analizi.....	76
3.5.6.3. Fiziksel Yapı Boyutu Analizi	78
3.5.6.4. Kişisel Denetim Boyutu Analizi.....	79
3.5.7. Kullanıcı Memnuniyeti ve Kullanıcıların Akademik Çalışmalarında Kütüphanenin Rolü	80
3.5.8. Kullanım Sıklığı Dağılımlarının İncelenmesi	81
3.5.9. DPÜ, ABD ve ODTÜ Bulgularının Karşılaştırılması.....	83
3.5.10. Yorumlayıcı İstatistikler.....	84
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	93
EKLER.....	99
KAYNAKÇA	105
DİZİN	115

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1: Hizmet Kavramının Geçirdiği Evreler.....	4
Tablo 1.2: Fiziksel Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar	6
Tablo 1.3: Hizmetler İçin Pazarlama Karması	13
Tablo 1.4: Hizmet İşletmelerinin Türleri	19
Tablo 1.5: Kalite Tanımları	20
Tablo 1.6: Hizmet Kalitesinin Çeşitli Yazarlara Göre Boyutları	26
Tablo 2.1: Hizmet Sektöründe Kalite Ölçüm Modelleri	30
Tablo 3.1: 25 Temel Maddenin Katılımcılardan Gelen Yanıtlara Göre Analizi.....	72
Tablo 3.2: LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutlarına Ait Maddeler	75
Tablo 3.3: Katılımcılardan Gelen Yanıtlara Göre LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutları.....	80
Tablo 3.4: DPÜ, ODTÜ VE ABD Bulguları	84
Tablo 3.5: LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutlarının Katılımcılardan Gelen Yanıtlara Göre Analizi	84
Tablo 3.6: Cinsiyete Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	85
Tablo 3.7: Fakültelere Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	86
Tablo 3.8: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	87
Tablo 3.9: Fen Edebiyat Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	88
Tablo 3.10: Mühendislik Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	89
Tablo 3.11: Eğitim Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi.....	90
Tablo 3.12: Kütahya Sağlık Yüksekokulu Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	91
Tablo 3.13: Kütüphane Kullanım Sıklıklarına Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi	92

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1.1: Tutundurma Karması Elemanları	16
Şekil 2. 1: Kano Modeli.....	33
Şekil 2.2: Algılanan Toplam Kalite	35
Şekil 2.3: Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları.....	42
Şekil 2.4: Kavramsal Hizmet Kalitesi Fark Modeli.....	44
Şekil 2.5: LibQUAL+™ Ölçüm Tekniği'nin Gelişim Süreci	51
Şekil 2.6: LibQUAL+™ Anketinden Bir Bölüm	52
Şekil 2.7: LibQUAL+™ Anketinde Fark Skorları	52
Şekil 2.8: Kütüphane Hizmet Kalitesi Boyutları	55

GRAFİKLER LİSTESİ

Sayfa

Grafik 3.1: Cinsiyet Dağılımı	65
Grafik 3.2: Yaş Dağılımı	66
Grafik 3.3: Katılımcıların Kullanıcı Gruplarına Göre Dağılımı	66
Grafik 3.4: Katılımcıların Sınıf Dağılımı	67
Grafik 3.5: Katılımcıların Fakülte Dağılımı	68
Grafik 3. 6: Katılımcıların İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bölüm Dağılımı	68
Grafik 3.7: Katılımcıların Fen Edebiyat Fakültesi Bölüm Dağılımı	69
Grafik 3.8: Katılımcıların Mühendislik Fakültesi Bölüm Dağılımı	70
Grafik 3.9: Katılımcıların Eğitim Fakültesi Bölüm Dağılımı.....	70
Grafik 3.10: Katılımcıların Kütahya Sağlık Yüksekokulu Bölüm Dağılımı	71
Grafik 3.11: Bilgiye Erişim Boyutu Analizi.....	76
Grafik 3.12: Hizmet Etkisi Boyutu Analizi	77
Grafik 3.13: Fiziksel Yapı Boyutu Analizi.....	79
Grafik 3.14: Kişisel Denetim Boyutu Analizi	80
Grafik 3.15: Kullanıcı Memnuniyeti ve Kullanıcıların Akademik Çalışmalarında Kütüphanenin Rolü	81
Grafik 3.16: Kütüphane Kaynaklarını Kullanım Sıklığı.....	82
Grafik 3.17: Kütüphane Web Sitesini Kullanım Sıklığı.....	82
Grafik 3.18: Bilgi İçin Yahoo, Google veya Diğer Ağ Geçitlerini Kullanım Sıklığı.....	83

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AHD	Algılanan Hizmet Düzeyi
ARL	Association of Research Libraries
BHD	Beklenen Hizmet Düzeyi
DPÜ	Dumlupınar Üniversitesi
MHD	Minimum Hizmet Düzeyi
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
SPSS	Statistical Package of Social Science
TKY	Toplam Kalite Yönetimi

TEZ METNİ

GİRİŞ

Üniversite kütüphaneleri, 1950’lerden önce yeterli personeli olmayan, fazla büyük olmayan, rutin işlemlerin dışında işlem yapılmasını gerektirmeyen kütüphanelerdi. O yılların okuyucularının kütüphanelerden pek fazla istekleri olmazdı. Akademik kişiler, kendileri için özel kitap koleksiyonu oluşturabilirler, kaynak satın alırlarken, o kadar zorlanmazlardı. Kendi konularının literatürünü ve bibliyografik kaynaklarını bilirlerdi. Ancak ihtiyaç duydukları anda kütüphaneye giderler, sınırlı isteklerini dile getirirlerdi. Öğretim yöntemleri verdikleri dersle sınırlı olduğundan, öğrencileri de kütüphaneye fazla bağımlı değillerdi. 1950’lerden sonra ise giderek artan bir hızla değişiklikler kendini göstermeye başladı. Bu değişikliklerden her biri, her yönüyle üniversiteleri ve onların kütüphanelerini etkiledi. 1950’lerde kitap satın alma alışkanlığı olmayan ve yüksek eğitim geleneklerini miras olarak almamış yeni kuşaklar ortaya çıktı. Bu durum üniversite kütüphanelerinin gelişimini olumlu yönde etkiledi. 1960’larda ise üniversite sayısında, buna paralel olarak da akademik personel ve öğrenci sayısında büyük artışlar kendini göstermeye başladı. Para, o zamana kadar görülmemiş şekilde akmaya başladı. Yeni hizmetler ve araştırmaya teşvik için hiçbir masraftan kaçınılmadı. Bunun sonucu olarak hızlı bir gelişme başladı. Kütüphaneler de maddi yönden desteklenerek, koleksiyon ve hizmetlerini artırdılar. 1970’lerde daha normal koşullara dönüşün sancısı kendini gösterdi. Para, önceden olduğu gibi akımıyordu. Gerçekten yapılması gereken ve masraflarını karşılamaya değer araştırmalara izin veriliyordu (Alkan, 1992: 134-135).

1980’lerdeki teknolojik gelişmelere ve bilgi teknolojisine kendilerini adapte edebilen üniversite kütüphaneleri, giderek karmaşılaşan etkileşimlerle uğraşmışlar, bu yıllarda bambaşka boyutlara ulaşmış olan kütüphane-kullanıcı etkileşiminin önemini kavrayarak üniversite içindeki konumlarını sağlamlaştırmışlardır. Bugün ise değişim, önceki yıllara göre çok daha hızlıdır. Bilgi patlaması ve enformasyon teknolojisindeki gelişme, yeni kullanıcı özellikleri yaratmıştır. Son yılların üniversite kütüphanesi sistemi, daha büyük değişimlere, daha sistematik yöntemlerle (insan faktörünü de unutmayarak) ayak uydurma çabası içindedir (Alkan, 1992: 135).

Üniversite kütüphanelerinin günümüze kadar geçirdiği evreler incelendiğinde teknolojik gelişme ve bilgi patlamasıyla gelen “değişme” kavramının üniversite

kütüphanelerini de etkilediği görülmektedir. Hızla değişen ve gelişen bilim ve teknolojiyle beraber kullanıcı beklenti ve gereksinimlerinin de değişmesi, kütüphane yönetici ve çalışanlarını, başarılı olmak ve üstün performans göstermek için devamlı bir çaba göstermeye mecbur kılmıştır. Bu doğrultuda üniversite kütüphanelerinin yönetim ve çalışanları, kendilerini çevreleyen değişmelerle yeni ilişkiler kurmalı, kullanıcı memnuniyeti ve hizmet kalitesi konuları üzerinde önemle durmalıdırlar. Pazarlama araçlarının en belli başlılarından biri olan tüketici araştırması ile kütüphane kullanıcılarının gereksinimlerine ek olarak çeşitli kütüphane hizmetleri ile ilgili düşünceleri hakkında belli aralıklarla bilgi edinerek hizmet kalitesini artırmak için yeni ufuklar açabilecek tekniklere yer vermelidirler (Karakaş, 1999: 207).

Hizmet veren bir kurum, tüketici tarafından nasıl değerlendirildiğini, ne durumda olduğunu bilmezse, bu değerlendirmeleri nasıl kullanabileceğini de bilemez. Bu nedenle, her ne kadar hizmetlerin değişken, soyut, stoklanamaz ve ayrılmaz oluşu, hizmet kalitesi ölçümlerini güçleştirse de hizmet kalitesi ölçülmelidir. Dolayısıyla, hizmet kalitesi bir hizmet kurumu olan üniversite kütüphanelerinde de ölçülmek zorundadır (Bulgan ve Gürdal, 2005: 241).

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kavramsal çerçeveyi oluşturan hizmet, kalite ve hizmet kalitesi kavramları ele alınmış, hizmetlerin özellikleri ve türleri, kalite boyutları ve hizmet kalitesi boyutları gibi konular aktarılmıştır. İkinci bölümde, hizmetlerde kalite ölçümü ve kütüphanelerde hizmet kalitesi konuları incelenmiş, kalite ölçüm modelleri ve kütüphanelerde hizmet kalitesi ölçüm araçları tanıtılmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise, Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nin kullanıcılarından anket yoluyla elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Verilerin toplanmasında ve değerlendirilmesinde LibQUAL modeline özgü yöntemler kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar ise birtakım istatistik tekniklerle analiz edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

HİZMET, KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

1.1. HİZMET KAVRAMININ TANIMI

Hizmet kavramı ilk defa 1700’lü yıllarda Fransız filozoflar tarafından sistematik bir şekilde ele alınmış ve tarımsal faaliyetlerin dışında kalan tüm faaliyetler olarak tanımlanmıştır. O dönemlerdeki üretim yapısı göz önüne alındığında bu tanım doğal karşılanmaktadır. Ancak günümüzde bu tanımın yeterli ve anlamlı olmadığı açıktır (Öztürk, 2000: 2).

Toplumsal yaşamın yaygınlaşması, teknolojik gelişmeler ve insanların refah düzeyinin artmasına paralel olarak tüketici bilincinde meydana gelen değişimler hizmet sektörünün önemini daha çok ön plana çıkartmaktadır (Filiz, 2011: 38). Günümüzde hizmetler, kişisel bakım salonlarındaki faaliyetlerden banka faaliyetlerine kadar geniş bir alana yayılmış, çok çeşitli ve homojen olmayan çok sayıda etkinliği kapsamaktadır. Hizmet; fikir, eğlence, bilgi, meydana getirilen bir değişiklik, sosyal bir yenilik, bulunabilirlik vb. şeyler olabilmektedir. Hizmet sektörünün bu denli geniş bir alana yayılması ve homojen olmaması hizmetle ilgili bilimsel, tek ve geçerli bir tanımın yapılmasını zorlaştırmaktadır. Bazı düşünürler hizmetin kendine özgü ve kabul edilebilir bir tanımının olmadığını savunurken, bazıları da böyle bir tanımın yapılamayacağını ileri sürmektedirler (Uyguç, 1998:8). Hizmet kavramının günümüze kadar geçirdiği evrelere Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1.1: Hizmet Kavramının Geçirdiği Evreler

Tarımsal üretim dışında kalan faaliyetlerdir.	1750 ve öncesi
Dokunulabilir mallarla sonuçlanmayan tüm faaliyetlerdir. Üzerine fayda ilave edilmiş üretim dışı tüm mamullerdir.	1750- 1850
Oluşturulduğu anda mevcudiyetini kaybeden tüm mamullerdir.	1851- 1924
Değiş tokuşu mal yapısı içinde yapılmayan faaliyetlerdir.	1925- 1960
Mal yapısı içerisinde değişimi olmayan bir faaliyettir	1960 ve sonrası

Kaynak: Hünkâr, 1998: 55.

Hizmet kavramıyla ilgili çeşitli yazarlar tarafından yapılmış birbirinden farklı pek çok tanım karşımıza çıkmaktadır. Bunlar:

- Amerikan Pazarlama Birliği(AMA)’nin tanımına göre hizmet, bir malın satışına bağlı olmaksızın son tüketicilere ve işletmelere pazarlandığında istek ve ihtiyaç doygunluğu sağlayan ve bağımsız olarak tanımlanabilen eylemlerdir (Filiz vd., 2010: 61).

- Hizmetler, doğrudan satışa sunulan veya malların satışıyla birlikte yerine getirilen eylemler, yararlar ya da doygunluklardır (Cemalcılar, 1999: 90).
- Hizmet, bir etkinliğin temel amacı ya da unsuru olarak müşteri isteklerini giderici nitelikte, belirlenebilen soyut çabalardır (Üner, 1994: 3).
- Hizmet, mutlaka olmasa da doğal olarak az ya da çok dokunulmaz bir yapısı olan, müşteri ve hizmet personeli ve/veya sistemleri arasındaki etkileşim anında oluşan, müşteri problemlerine çözüm olarak sağlanan bir faaliyet ya da faaliyetler dizisidir (Öztürk, 2000: 4)
- Hizmet, müşterileri tatmin eden mala ve hizmete bağımlı olarak ya da mala ve hizmete bağımlı olmayarak yapılan eylemlerdir (Oluç, 1988: 5).
- Hizmetler, soyut olma özelliğine sahip ve alındığında herhangi bir soyut mala sahip olmakla sonuçlanmayan, satış için sunulan faaliyetler ve faydalardan meydana gelen bir ürün çeşididir (Kotler ve Armstrong, 2001: 291).
- Hizmet, bir kişi ya da kuruluşun bir diğer kişi ya da kuruluşa sunduğu elle tutulamaz bir faaliyet veya yarar olarak tanımlanmaktadır (Karafakioğlu, 1998: 100).
- Hizmet, üretildiği yerde tüketilen bir iş veya eylem, bir performans, sosyal olay ve çaba olarak tanımlanabilir (Uyguç, 1998: 8).
- Hizmet, insan ve makineler tarafından insan gayretiyle üretilen ve tüketicilere doğrudan fayda sağlayan, fiziksel olmayan ürünlerdir (Karahan, 2000: 21).
- Tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi amacıyla meydana getirilen maddi niteliği olmayan bir ürün şeklinde tanımlanmaktadır (Erdem vd., 2007: 39).
- Bu tanımlarda geçen bütün özellikleri göz önüne alarak hizmeti; insanların ya da insan gruplarının, gereksinimlerini gidermek amacıyla, belirli bir fiyattan satışa sunulan ve herhangi bir malın mülkiyetini gerektirmeyen, yarar ve doyum oluşturan soyut faaliyetler bütünüdür, şeklinde tanımlayabiliriz (Ersöz vd., 2009: 21).

1.2. HİZMETLERİN ÖZELLİKLERİ

Hizmet kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için fiziksel mallar ile hizmetler arasındaki farkların bilinmesi gerekir. Tablo 2’de hizmetler ile fiziksel ürünler karşılaştırılmış, farklar hizmet kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Tablo 1.2: Fiziksel Ürünler ve Hizmetler Arasındaki Farklar

Fiziksel Ürünler	Hizmetler
Dokunulabilir	Dokunulamaz
Üretim ve dağıtım tüketimden ayrılmıştır	Üretim ve tüketim eş zamanlı süreçlerdir
Türdeş	Türdeş değildir
Bir şeydir (nesnedir)	Bir faaliyet ya da süreçtir
Temel değer fabrikada üretilir	Temel değer alıcı ve satıcı etkileşimlerinde üretilir
Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmazlar	Müşteriler üretime katılırlar
Stoklanabilir	Stoklanamaz
Sahiplik transfer edilebilir	Sahiplik transfer edilemez

Kaynak: Öztürk, 2003: 8.

Fiziksel ürünler ile hizmetler arasındaki bu farklardan yola çıkarak hizmetlerin kendine özgü bir takım özellikleri olduğu söylenebilir. Hizmetlerde görülen belirli özellikleri şöyle sıralamak mümkündür (Murdick vd., 1990: 27-28);

- Hizmetler soyuttur ve satın alanlar için fayda sağlarlar.
- Hizmetlerin üretim sürecine müşteri de katılır.
- Hizmetler değişken, standart olmayan fayda sağlarlar.
- Hizmet işlemi boyunca üretici ile müşteri arasında yoğun bir iletişim vardır.
- Hizmetler depolanamaz, üretildikleri anda tüketilirler.
- Fiyatlandırma seçenekleri daha ayrıntılıdır.
- Hizmet kalitesinin ölçülmesi subjektiftir.
- Hizmet üretimi emek yoğunudur.
- Hizmetler içi kitle üretimi yapılamaz.
- Kalite kontrolü temel olarak süreç kontrolüyle sınırlıdır.
- Hizmet üretim ve tüketimleri aynı anda gerçekleşir.
- Hizmetler patent vasıtasıyla korunamaz.

Hizmetlerin yukarıda bahsedilen özellikleri içerisinde en fazla üzerinde durulan hizmet özellikleri; soyutluk, değişkenlik, ayrılmazlık, dayanıksızlık ve sahiplik özellikleridir. Söz konusu özellikler aşağıda belirtilmektedir.

1.2.1. Soyutluk

Hizmetler beş duyu organıyla algılanamayan, fiziksel boyutları olmayan ürünler ve bir performansla ortaya koyulan faaliyetlerdir (Eleren ve Kılıç, 2007: 240). Örneğin, bir restoranda sunulan hizmeti sadece yenilen yemek oluşturmamaktadır. Hizmet, iyi bir yemeğin yanı sıra, iç dizaynının güzelliği ve rahatlığı, hizmetin mükemmelliği, çalışanların davranışları, yemeğin sunulduğu malzemelerin temizlik ve kullanışlılığı, oturulan sandalyenin rahatlığı ve park yeri bulunması gibi unsurları içermektedir. Bu nedenle bir restorandaki hizmeti, bir üründe olduğu gibi gözle inceleyerek veya çalıştırarak algılayıp görmek mümkün değildir (Seyran, 2004: 19-20).

Hizmetlerin soyut olması özelliğinden dolayı hizmeti tanımlamak, formüle etmek, ölçmek ve anlamak zordur. Hizmetlerin kolayca sergilenememesi ve kolayca müşterilere iletilmemesi de, hizmetlerin soyut olma özelliğinin bir sonucudur. Öte yandan aynı üretimi tekrarlayanın güçlüğü hizmetleri standart olarak sunmayı zorlaştırmaktadır. Hizmetleri patentle korumanın güçlüğü onları taklide açık hale getirmektedir. Ayrıca hizmetlerin fiyatlandırılmaları da ürünlere oranla çok daha zordur (Seyran, 2004: 19-20).

Soyutluk özelliğinin getirdiği sonuçlar şöyle sıralanabilir (Baytok, 2006, 134):

- Hizmetleri depolama imkanı bulunmamaktadır,
- Hizmetler “patent” aracılığı ile korunamamaktadır, dolayısıyla yeni hizmetler kolayca taklit edilebilir,
- Hizmetler mallar gibi teşhir edilememekte, tanıtılamamaktadır,
- Hizmetlerin fiyatlandırılması oldukça zor olmaktadır.

1.2.2. Değişkenlik

Mallarda üretimde bir standart sağlanmasına karşın, hizmetler üretim zamanına ve kişiye göre değişkenlikler göstermektedir. Çünkü tüketicilerin tecrübeleri, hizmeti algılamalarını doğrudan etkilemektedir. Tüketici mevcut hizmeti aldığı anda daha önce aldığı benzer hizmetlerle karşılaştıracak ve öyle karar verecektir. Sonuçta hizmetin

başarısı, hizmeti sunanla hizmeti satın alan arasındaki etkileşimin türü ve gücüne bağlı olarak değişiklikler göstermektedir (Eleren vd., 2007: 77).

Hizmet işletmeleri, değişkenliği azaltmak amacıyla sundukları hizmetleri standartlaştırmaya çalışmaktadırlar. Bunun için de personelin seçimine ve eğitime büyük önem vermektedirler (Oral ve Yüksel, 2006: 11) Örneğin; günümüzde birçok otel tarafından yaygın bir şekilde kullanılan birtakım standartlar mevcuttur. Birçok otelde; oda servisi hizmetinin azami ne kadar sürede gerçekleştirileceği, menülerin hazırlanması, telefonlara cevap verilmesi gereken makul süreler, odaların ve yatakların temizlik süreleri gibi konularda standartlar vardır (Yılmaz, 2007: 15). Ancak bütün hizmet alanlarında standartlaşmadan bahsetmek mümkün değildir.

1.2.3. Dayanıksızlık

Dayanıksızlık, hizmetlerin ürün olarak stoklanamaması, saklanamaması iade edilememesi ve yeniden satılamaması anlamlarını taşımaktadır. Hizmet işletmelerinin niteliği gereği belirli bir zaman diliminde kullanılamayan bu kapasite daha sonra kullanılmak veya satılmak için tutulamaz (Özgüven, 2008: 654). Diğer bir ifade ile hizmet işletmelerinde “zaman” satılmaktadır. Örneğin bir otelin yüz odası var ve bunların sadece altmış tanesi dolu ise, o gece satılamayan kırk oda işletme için kayıptır. Çünkü işletme, zaman olarak o odaların kullanım hakkını satmaktadır. Odaları stoklaması ve sonra talep oluşunca kullanması mümkün olmamaktadır. Aynı durumu bir lokantada satılamayan kuver, otobüste veya uçakta satılamayan koltuk, bir futbol maçındaki boş koltuk, özel bir okulda kontenjanda oluşan boşluk veya bir konserde boş kalan koltuklar olarak çoğaltılabilmek mümkündür. Oysa endüstriyel ürünlerde durum farklıdır. Örneğin; bir otomobil satıcısı, otomobili bugün satamazsa yarın satabilmektedir. Benzer şekilde bir market, tezgâha koyduğu pirinci, kullanım süresi boyunca satışa hazır olarak bekletebilmektedir.

Hizmet işletmeleri, sahip oldukları ürünün bozulabilirlik özelliğinin oluşturduğu olumsuzlukları ortadan kaldırabilmek için, talepte yaşanan dalgalanmaya bağlı olarak farklı stratejiler geliştirebilmektedirler. Bu kapsamda örneğin turizm sektörü içinde yer alan konaklama işletmeleri, tur operatörleri ile önceden anlaşmalar yaparak sezon içinde tesislerinin doluluklarını en üst düzeyde tutmaya çalışırken, sezon dışı dönemde farklı fiyat politikaları, alternatif ürünler geliştirerek doluluk oranlarını

arttırmaya çalışmaktadırlar (Baytok, 2006, 135). Yine aynı sebeple birçok restoran, rezervasyon yaptırıp da gelmeyen müşterileri için bir garanti istemektedir. Ancak bu tür uygulamalar bir taraftan müşteriye rahatsız ederken diğer taraftan da hizmetlerin satış sorununu çözmemektedir (İçöz, 2005: 46).

1.2.4. Ayrılmazlık

Ayrılmazlık özelliği, hizmetin yaratıldığı (üretildiği) ve sunulduğu ya da yararlanıldığı (tüketildiği) zamanın ayrılamaması ile tüketicinin de hizmet üretim sürecinden ayrılamaması yönlerini açıklar. Daha yalın bir anlatımla, ürünlerin üretimi ile tüketimi ayrı iken, hizmetler için bu söz konusu değildir (Gümüšoğlu vd., 2007: 18). Birçok ürün ilk önce üretilip daha sonra satın alınıp herhangi bir zamanda tüketilirken, hizmetlerin çoğu ilk önce satılıp ve daha sonra aynı anda üretilip tüketilmektedir. Hizmetlerde müşteri üretim sürecine bizzat katılır ve üretici ile tüketici sürekli etkileşim halindedir. Dolayısıyla hizmetin üretiminde müşteriler kendilerini hizmetin bir parçası olarak görürler (Adıgüzel v.d., 2009, 19). Eş zamanlı üretim ve tüketimin bir sonucu olarak hizmet üretenler de kendilerini ürünün bir parçası ve müşterinin hizmet deneyiminin önemli bir girdisi olarak görürler. Örneğin, bankadaki bir veznedar, bir restorandaki garson, uçaktaki pilot ve hostes sunulan hizmetin ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Yine, bir doktor hastasıyla bir araya gelmeden sağlık hizmetini üretememekte veya bir öğretim üyesi öğrencisiyle bir araya gelmeden eğitim hizmeti sunamamaktadır. Gerçekten de çoğu hizmetin üretiminde müşterinin bizzat bulunması gerekmektedir (Üner, 1994: 5).

Hizmet üretim sürecinin önemli ölçüde tüketicinin gözü önünde olması hizmet ile ilgili eksiklikleri gizleme olanağını ortadan kaldırmaktadır. Hizmetin sunumu sırasında doğabilecek aksaklıkların giderilerek hizmetin yeniden yaratılması da güçtür. Tüketici bizzat üretim sürecinde yer aldığından ve sunulan hizmetin kalitesi onun subjektif değerlendirmelerine bağlı olduğundan işletme yönetimi kalite konusunda sınırlı kontrol imkânına sahiptir (Yılmaz, 2007: 13).

1.2.5. Sahiplik

Bir malı alan bir kişi malın sahibi olur. Bu malların somut nesneler olmasının bir sonucudur. Buna karşın bir hizmet alındığında üzerinde mülkiyet hakkı iddia edilecek somut bir nesneye sahip olunamaz. Hizmetin bir takım malların kullanımı, yani

yararlanma olduğu durumlarda bile, yararlanma hakkı sadece hizmet süresi için geçerlidir. Örneğin; belirli bir süre bir otel odasında kalan kişi süre bittiğine herhangi bir şeyin sahibi de olamayacaktır (Öztürk, 2003: 12).

Sahipliğin olmaması mallar ile hizmetler arasındaki ana farklardan birisidir. Herhangi bir hizmeti satın almanın anlamı, bir kolaylıktan, bir tesisten belirli bir süre faydalanabilmektir. Örneğin, kredi kartından veya otel odasından faydalanmak gibi. Ödeme, hizmetlerin kullanılması ya da kiralanması için yapılmaktadır(Öztürk,2000:11).

1.3. HİZMETLERİN TÜRLERİ

Hizmet türleri başlığı altında çeşitli toplumsal etkinlikleri birbirinden ayırarak iyi tanımlamalar yapmak gerekirse, hizmet sektörü alt kesimlerinin tanımları aşağıdaki gibi yapılabilmektedir (Midilli, 2011: 11):

- **Dağıtım Hizmetleri:** Haberleşme, Ulaşım, Toptan Ticaret, Perakende Ticaret
- **Üretici Hizmetleri:** Bankacılık, Sigortacılık, Emlak İşleri, Hukuk, Mühendislik, Müşavirlik
- **Sosyal Hizmetler:** Sağlık, Eğitim, Güvenilirlik, Kamu ve Devlet İşleri
- **Kişisel Hizmetler:** Ev, Otel, Turizm, Spor, Eğlence, Yeme-İçme, Onarma, Çevre Güzelleştirme.

1.4. HİZMET PAZARLAMASI

1970’li yıllara gelinceye kadar pazarlama bilimi ile uğraşanlar genellikle malların pazarlanmasıyla ilgilenmişler ve hizmet pazarlamasına çok fazla ilgi göstermemişlerdir (Karahana, 2000: 15). Bu nedenle hizmet ürünlerinde pazarlama kavramının uygulanabilirliği ancak son 20 yılda anlaşılmıştır (İçöz, 2005: 36). Bugün, hizmetlerin ülkelerin ekonomik gelişmelerindeki payının artmasından dolayı hizmet pazarlaması önem kazanmıştır (Karahana, 2000: 15). İşletmeler de, son yıllarda hizmetlerin profesyonel bir şekilde pazarlanması üzerine oldukça fazla eğilmişler ve hizmetin profesyonel bir biçimde verilmesi için, pazarlama kurallarından nasıl yararlanılacağını düşünmeye başlamışlardır. Bu alanda başarı sağlamak için hizmet alacakların istek ve ihtiyaçlarını, zevk ve tercihlerini anlamaya çaba göstermişlerdir. Müşteri beklentilerini karşılayacak olan bir hizmeti üretebilmek için verecekleri

hizmetin kalitesiyle, pazarlama faaliyetlerinin nasıl uyumlu kılınacağı üzerinde durmuşlardır (İçöz, 2005: 36).

Hizmet pazarlamasının temel amacı, sık sık meydana gelen müşteri-hizmet sunucusu karşılaşmalarının etkinliğini arttırmaktır. Bunu yaparken de sunulan hizmetin kalitesi ve müşteri ilişkilerini en iyi hale getirmenin en önemli koşul olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla hareket edilirken hizmet işletmelerinin kendilerinde aramaları gereken özelliklere ilişkin sorular ise şunlardır; müşteriye değer yaratmanın, algılanan hizmet kalitesini arttırmanın, hizmet karşılaşmalarını yönetmenin ve en etkin ilişki biçiminin yaratılmasının yolları nelerdir (Nakıboğlu, 2008: 27)

1.4.1. Hizmet Pazarlamasının Özellikleri

Hizmet sektöründeki mal ve hizmetlerin pazarlaması diğer endüstri ürünlerine göre bazı farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar aynı zamanda hizmet pazarlamasının özellikleri olarak kabul edilmektedirler. Bu özelliklerden bazıları aşağıda verilmiştir (İçöz, 2001: 31):

- Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının tespiti ve bunların karşılanmasına yönelik hizmet sunulması,
- Pazarlamanın devamlılık gösteren yapısına bağlı olarak hizmet pazarlaması faaliyetlerinin birbirini izleyen ve düzenlilik gerektiren aşamalardan oluşması,
- Pazarlama araştırmasının önemi ve hizmet pazarlaması uygulamalarında süreklilik göstermesi,
- Hizmet işletmelerinin hizmet veren diğer işletmeler ile arasındaki dayanışma ve bunun gün geçtikçe artan önemi,
- Örgüt çapında ve bölümler arasında dayanışmanın gerekliliği ve işletme çapında pazarlama çabalarının bütünlüğü,
- Hizmetlerin soyut özelliği ve tüketim ile üretimin genellikle aynı zaman/ yerde gerçekleşmesi nedeni ile müşteri memnuniyetinin sağlanmasında kalitenin önemidir.
- Hizmet pazarlamasında genellikle pazarlama faaliyetlerinin etkinliğini ölçmek zordur. Aynı şekilde rakip firmaların pazar etkinlikleri hakkında sağlıklı veri elde etmek de bir hayli güçtür.

1.4.2. Hizmet Pazarlamasının Hedefleri

Kısaca sıralayacak olursak, hizmet pazarlamasının başlıca üç hedefi vardır ve bunlardan birden fazlası aynı anda hedef olarak saptanabilir. Bu hedefler aşağıdaki gibidir (Hacıoğlu, 1989: 20):

- **Ekonomik Hedefler:** Hizmet gelirlerini arttırmak, karlılığı arttırmak, satışı arttırmak ve iyileştirmek.
- **İşletme Hedefleri:** Pazar payını arttırmak, karın maksimizasyonu vb.
- **Sosyal Hedefler:** İstihdam, kamu yararı, çevre ve doğanın korunması, kalkınma, hayat seviyesinin yükselmesi vb.

1.4.3. Hizmet Pazarlaması Karması

Pazarlama karması; hedef pazarı memnun edebilme doğrultusunda, işletme örgütlerinin anlamlı şekilde bir araya getirebileceği, kontrol edilebilir faktörlerdir. Başka bir ifadeyle pazarlama karması elemanları, işletmenin, pazarlama planlarında yer alan amaç ve hedeflere ulaşmasını sağlayacak stratejik silahlar veya stratejik kaynaklardır (Güzel, 2006: 52). Konu mal pazarlaması olduğunda işletmelerin strateji kaynakları; mamul, fiyat, dağıtım ve tutundurmada oluşan 4P'dir. Ancak, konu bir hizmet pazarlaması olduğunda, hizmetlerin özellikleri nedeniyle işletmeler geleneksel pazarlama karması elemanlarının yanında, diğer bazı değişkenleri de stratejik silah olarak kullanabilirler. Hizmeti maldan ayıran özellikleri nedeniyle, hizmet pazarlamasında dikkate alınması gereken yeni pazarlama karması elemanları; fiziksel çevre, katılımcılar ve süreçtir (Anderson ve Zemke, 1998: 21).

Tablo 1.3: Hizmetler İçin Pazarlama Karması

Ürün	Fiyat	Dağıtım	Tutundurma	İnsan	Fiziksel Durum	Süreç
Kalite Aşama Marka ismi Hizmet ağı Garanti Satış sonrası hizmet	İndirimler Komisyonlar Ödeme şekilleri Müşteri değer algılaması Kalite/fiyat farklılaşması	Konum Ulaşılabilirlik Dağıtım kanalları Dağıtımın kapsamı	Reklam Kişisel satış Müşteri ilişkileri	Personel eğitimi Personel katılımı Personel avantajları Personel görünümü Personel davranışları	Çevre Dekorasyon Renk Ses seviyesi Somut faktörler İmkanlar	Politikalar Prosedürler Mekanizmalar Müşteri katılımı Müşteri yönlendirme Aktivite akışı

Kaynak: Güzel, 2006: 55.

Hizmetler için farklı bir pazarlama karmasının geliştirilmesinin üç ayrı sebebi vardır. Bunlar sebepler (Güzel, 2006: 54);

- Orijinal pazarlama karmasının üretim şirketleri için geliştirilmiş olması,
- Hizmet sektöründeki pazarlama uygulayıcılarının ampirik nedenlerle pazarlama karmasının ihtiyaçlarına cevap vermediğini düşünmeleri,
- Pazarlama karmasının hizmet pazarlaması açısından yeterli derecede kapsayıcı olmadığını düşünülmesidir.

Ürün (Hizmet): İnsan ihtiyaçlarının bir kısmı, bir takım maddi varlıklarla tatmin edilirken, bir kısmı da maddi varlığı olmayan bazı eylemlerle karşılanabilmektedir. Genellikle birincil ihtiyaçları fiziksel ürünlerle, araç ve gereçlerle tatmin etmek mümkün olduğu halde; ikincil ihtiyaçları, fiziksel araç ve gereçlerle tatmin etmek mümkün değildir. Bu nedenle, insan ihtiyaçlarını karşılamaya veya tatmin etmeye yarayan araçları, “ürünler” ve “hizmetler” diye iki gruba ayırarak incelemek gerekir. Pazarlama literatüründe belli bir ihtiyacı karşılayan her şey ürün olarak değerlendirildiğinde çok geniş yelpaze ortaya çıkmaktadır. Geleneksel pazarlama karmasında yer alan ürün unsurunun yerini, hizmetler söz konusunu olduğunda “hizmet” unsuru almaktadır (Özgüven, 2008: 660).

Hizmet; çekirdek hizmet, somut hizmet ve tüm hizmet boyutlarıyla pazara sunulabilmektedir. “Çekirdek hizmet”, tüketicinin gerçekten aradığı şey ne ve hizmet hangi gereksinimi tatmin ediyor sorularının cevabında saklıdır. Bir başka deyişle çekirdek hizmet alıcıya sunulan yarardır. Hastanenin ürettiği hizmetlerden bir tanesi

ameliyat yapma olmasına karşın hastanın gerçekten satın almayı istediği unsur sağlıklı yaşamdır. Hayvanat bahçesinin amacı hayvanları tanıtmak ya da incelemek olmasına karşın hayvanat bahçesini ziyaret etmeye giden kişi hayvanları tanımak ya da incelemek için gitse bile aslında satın aldığı hizmet genellikle değişiktir. “Somut hizmet”, hizmetlerin soyutluk özelliği olmasından dolayı bir tezat olarak görülmemelidir. Burada ifade edilmeye çalışılan hizmetin özellikleri, niteliği, tarzı ve markasıdır. “Tüm hizmet”, hizmetin elde edilmesinde tüketicinin kabul ettiği ya da denediği toplam maliyet ve faydadır (Sütlaş, 2010: 125-126).

Fiyat: Bir malın olası satışlarını etkileyebilen tüm pazarlama değişkenleri arasında profesyonel ekonomistlerin en çok üzerinde durdukları değişken fiyattır (Kotler, 1976: 122) Fiyat, ürün ya da hizmetin elde edilmesi ya da kullanılması sonucunda elde edilen yararlar için tüketicilerin değiştirdikleri değerlerin toplamı şeklinde tanımlanabilir (Yurdakul ve Kiracı, 2008: 172). Daha geniş bir şekilde ifade edilecek olursa fiyat, bir ürün ya da hizmetin karşılığında talep edilecek parasal kıymetin belirlenmesi, ödeme dönemleri, indirimlerin nasıl olacağı, farklı müşteri gruplarına ne derece farklı fiyat uygulanacağı ile ilgili olarak stratejik ve taktiksel kararları içermektedir (Zeybekoğlu, 2008: 299).

Ürün pazarlamasında tüketicinin ürüne ödediği bedel olan fiyat, hizmet pazarlaması söz konusu olduğunda hizmeti satın alanın hizmeti meydana getirenlere ödediği bedel olarak düşünülmektedir. Kimi zaman fiyat, sunulan hizmetin kalitesi hakkında da ipucu vermektedir. Fakat yine de sunulan hizmetin fiyatının beklenenden düşük olması hizmetin kalitesiz olduğu anlamına gelmemelidir. Rekabet olayı kimi zaman hizmetin fiyatını hizmeti alan açısından son derece cazip kılabilir. Maliyet hizmetin fiyatını doğrudan etkileyen bir faktördür. Maliyetin artması ya da azalması hizmete yapılacak olan zam ya da indirim zemin hazırlamaktadır (Sütlaş, 2010: 126).

Hizmet sektöründe fiyatın önemi mal üreten örgütlere göre daha farklıdır. Bu farklılık, fiyatın, hizmet kalitesinin önemli bir göstergesi olmasından kaynaklanmaktadır (Zeybekoğlu, 2008: 299). Hizmetlerin pazarlanmasında, fiyat kadar yönetsel beceri ve yaratıcılık isteyen bir başka alan daha yoktur. Hizmetlerin kısa ömürlülüğü ve taleplerin dalgalı olması gibi başlıca özellikleri fiyatlandırma açısından

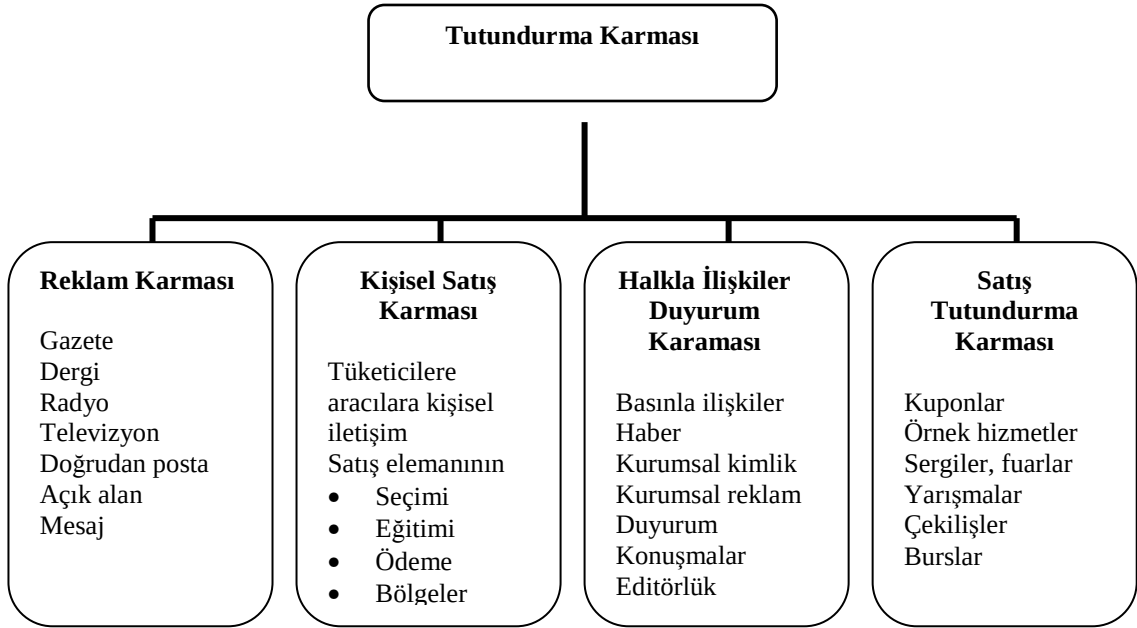
önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu nedenle hizmetlerin pazarlanmasında fiyatlandırma oldukça önemlidir (Özgüven, 2008: 660).

Dağıtım: Mallar için olduğu gibi hizmetler için de dağıtım önemli bir pazarlama karması unsurudur. Tüketicilerin tatminini sağlamaya yönelik olarak, pazarlama faaliyetlerini yerine getiren pazarlamacı, uygun yer ve zamanda, mal veya hizmeti tüketiciye sunmak için dağıtım kanalı sistemini kurmaktadır. Bu kanal, mallar ve hizmetler için, aracılardan yer aldığı dolaylı dağıtım kanalı olabileceği gibi; hizmetler için, hizmeti üreten ile hizmeti kullananı karşı karşıya getiren doğrudan dağıtım kanalı da olabilmektedir (Karahana, 2000: 86-87).

Hizmetler, genel özellikleri gereği hizmeti verenden ayrılamaması nedeniyle yüz yüze ve doğrudan dağıtımını gerekli kılmaktadır. Örneğin; doktorlar, avukatlar, berberler vb. bu tür dağıtım kanalını kullanmak zorundadırlar. Hizmetlerde dağıtım yöntemi olarak sadece doğrudan satış veya aracılardan kanalıyla satış yöntemlerinden birisi kullanılabilmektedir (Öztürk, 1998; 54).

Tutundurma: Tutundurma, işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerinin varlığını tüketicilere duyuran ve işletmelerin yaşamasını, gelişmesini sağlayan bir pazar aracıdır. Mal ya da hizmet üreten işletmeler, değişim sürecini kolaylaştırmak amacıyla hedef kitleleriyle iletişim kurmak zorundadırlar. Geleneksel olarak bu iletişim tutundurma karması elemanlarıyla gerçekleştirilmektedir. Bu elemanlar aşağıda şekil 1.1’de görülmektedir (Özgüven, 2008: 661).

Şekil 1.1: Tutundurma Karması Elemanları



Kaynak: Sütlaş, 2010: 128.

Tutundurma faaliyetlerinin temel amacı, işletmelerin kendileri ve ürettikleri hizmetlerle ilgili mevcut ve potansiyel pazarlara bilgi vermek, hatırlatmalarda bulunmak ve bu hizmetleri satın almaları yönünde onları ikna etmektir. Hizmetlerin tutundurulması için verilen mesajların içeriği, tüketicilere güven verecek şekilde düzenlenmelidir. Bu mesajlar, hizmetten yararlananların gösterdikleri davranışa göre ayarlanmalı ve mevcut müşterileri elde tutmaya, potansiyel müşterileri ise pazar payına dâhil etmeye yönelik olmalıdır (Karahan, 2000: 95).

Fiziksel Çevre: Fiziksel çevre, hizmet işletmeleri açısından işletme ile müşterilerin karşılıklı iletişim içerisinde bulunduğu çevre ile hizmetin kalitesini etkileyen ya da iletişimi kolaylaştıran somut bileşenler olarak kabul edilmektedir (Sümer ve Eser, 2006: 169). Başka bir ifadeyle, fiziksel çevre, hizmetin kalitesinin algılanmasına yardımcı olabilecek, müşterinin hizmet ile ilgili görüşlerini etkileyebilecek, hizmetin üretilmesini etkileyebilecek çevresel koşullar, ekipmanlar ve tabela, işaret ve sembollerdir. Ayrıca fiziksel çevre, alınan hizmetin yararını ve kalitesini kanıtlayan belgeler, diploma, madalya, vb. şeyleri de içerir (Zeybekoğlu, 2008: 301).

Bir müşteri verilen bir hizmeti değerlendirirken ve bu hizmeti bir daha alıp almayacağına karar verirken birçok faktörün yanı sıra hizmeti veren kurumun fiziksel ortamının da etkisinde kalmaktadır. Fiziksel ortamın içerisine, hizmetin verilmesinde kullanılan araç ve gereçler, ortamda yer alan diğer nesneler, ortamın temizliği ve görünümü girmektedir. Fiziksel ortamın kullanılan araç ve gereçlerin temiz olması, nesnelerin birbirleriyle uyumlu ve amacına uygun olması müşterinin hizmeti pozitif yönde değerlendirmesine katkıda bulunmaktadır (Karahan, 2000: 110).

Katılımcılar (İnsan): Hizmet işletmeleri için bir diğer pazarlama karması elemanı, katılımcılardır. Hizmet pazarlamasında, hizmet üreten ve pazarlayanlarla birlikte, hizmet faaliyet alanı içerisinde bulunan hizmet destekleyicileri ve tüketiciler de dâhil olmak üzere yer alan tüm insan unsuru katılımcılar olarak adlandırılır (Karahan, 2000: 100). Hizmetin üreticisi konumunda olan hizmet işletmesinin çalışanlarının tavır ve davranışları ile fiziksel görünümleri sunulmakta olan hizmetlerin kalitesi hakkında çok önemli bilgiler vermektedir (Sütlaş, 2010: 137)

Hizmet işletmesinin fiziksel ortamını belirten birçok noktanın, katılımcılar için de tekrar edilmesi gerekir. Her şeyden önce, tüketicinin, riskli olarak yorumladığı hizmet işletmesinin, yetenekleri ve kalitesi hakkında aradığı ipuçlarından bir kısmı katılımcılarda gizlidir. Tüketici, hizmeti satın almadan önce işletmenin fiziksel ortamında, işletmenin personeli ve diğer tüketicilerle bir araya gelmektedir. İşletme personeliyle beraber diğer tüketicilerin fiziksel görüntüleri ve davranışları verilen hizmetin kapsamı ve kalitesi hakkında tüketicinin aydınlanmasını sağlamaktadır. Tüketici, beklentilerinden yola çıkarak, satın alma kararına ulaştıktan sonra, satın aldığı hizmetten tatmin elde edebilmesi, büyük ölçüde hizmet personelinin yeteneklerine kalmaktadır (Yükselen, 2007: 452)

Süreç Denetimi: Süreç yönetimi, özellikle hizmetlerin depolanamama ve türdeş olmama gibi özelliklerinden kaynaklanan sorunlara yönelik çözümler üreten bir karma elemanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Süreç yönetimi sayesinde hizmet, tüketicinin ihtiyaç duyduğu zamanda hazır bulundurulmakta ve belirli bir standart altında sunumu gerçekleşmektedir. Bir başka ifadeyle, süreç yönetimi ile birlikte eş zamanlı olarak üretilmesi ve tüketilmesine karşı, hizmetin bulunabilirliği sağlanmaktadır. Böylelikle işletmeler, talebin düştüğü ve yükseldiği dönemlerde çeşitli

alternatifleri kullanarak müşterilerine hizmet sunmaktadırlar (Sümer ve Eser, 2006: 169-170).

Hizmet işletmelerinde çalışanların, üstün nitelikte elemanlar olması, onların yeterli eğitimden geçirilmesi ve en iyi şekilde motive edilmesi, hizmetin kusursuz bir şekilde sunulması ve kaliteli olması için yeterli bir etken değildir. Kaliteli bir hizmetin sunulabilmesi için işletmenin tüm bölümlerinin etkin ve koordineli bir şekilde çalışmalarını yürütmesi gerekmektedir (Güzel, 2006: 53). Perdenin önündekiler kadar arkasındakilerin de kusursuz hizmet üretimi için çaba sarf etmesi gerekmektedir. Bu bakımdan hizmet sisteminin işleyiş tarzı önem arz etmektedir. Etkili ve verimli bir şekilde işleyen hizmet sistemi, pazarlama yönetimini en iyi şekilde destekler ve müşteri memnuniyeti sağlayacak hizmetin verilmesine yardımcı olur. Bir hizmet işletmesinde farklı hizmetlerin verilmesi durumunda süreç yönetimi, daha çok önem kazanmaktadır. Örneğin, bir konaklama işletmesinde yeme içme, eğlence ve istirahat hizmetleri arasında uyumlu bir işleyişin olması halinde tüketici memnuniyeti artacaktır. Aksi takdirde bu hizmetlerden birisindeki bir aksama, diğer tüm hizmetler mükemmel olsa bile müşteri memnuniyetsizliğine neden olacaktır (Karahana, 2000: 105).

1.5. HİZMET İŞLETMELERİ

Hizmetler, insan ihtiyaçlarının fiziksel bir nesne aracılığıyla olsun veya olmasın, karşılıklı etkileşim süreci içinde karşılanmasını sağlayan etkinlikler olarak bilindiğine göre, bu etkinliklerin gerçekleştirildiği yer olarak bilinen hizmet işletmelerini tanımlamak pek de zor değildir. Çünkü herhangi bir hizmet işletmesinden bahsedildiği zaman, hizmetin pazarlandığı yer anlaşılmaktadır. Dolayısıyla hizmet işletmeleri, başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla öncelikle hizmet üreten ve satan iktisadi birimler şeklinde tanımlanabilir (Tekin ve Akolaş, 2005, 521). Başka bir tanıma göre ise hizmet işletmeleri; hizmet, özel yetenek ve deneyimlerin örgütlendiği sistemdir (Kıngır, 2006: 458). Aşağıda tablo 1.3’de hizmet işletmelerinin türlerine yer verilmiştir.

Tablo 1.4: Hizmet İşletmelerinin Türleri

HİZMET					
Donanıma Dayalı			İnsana Dayalı		
Makineler	Özelliksiz Donanımlar	Uzman Donanımlar	Vasıfsız İşçiler	Vasıflı İşçiler	Profesyoneller
Otomatik satış yapan makineler	Sinema Kuru temizleme Taksi	Tomografi Havayolları Bilgisayar	Gece bekçiliği Kapıcılık	Oto tamir ve bakımı Lokanta	Avukat Doktor Muhasebeci

Kaynak: Gedikli, 1998: 12.

1.6. KALİTE KAVRAMININ TANIMI

İşletme liderlerinin pek çoğunun, kuruluşların uzun dönemli karlılık ve başarısında en önemli faktör olarak tanımladığı “kalite”, toplumda da her geçen gün daha fazla aşına olunan bir kavram haline gelmektedir. Kalite kavramı insanların ve sistemlerin hata yapması ve mükemmele ulaşma isteği gerçeğinden ortaya çıkmıştır. Latince kökenli bir kelime olup bir şeyin nasıl oluştuğu anlamına gelen “Qualitas” sözcüğünden türemiştir (Durukan ve İkiz, 2007: 33).

Kalite kavramının başlangıçta sadece kontrolden ibaret olduğu görülmektedir. “Bir inşaat ustasının inşa ettiği bir ev, ustanın yetersizliği ve işini gereği gibi yapmaması nedeniyle yıkılarak ev sahibinin ölümüne yol açarsa, o usta öldürülecektir”. Kaliteye ilişkin bu madde İ.Ö. 2150 Hummurabi Yasasında yer almaktadır. Phoenician muayene görevlileri, ürün kalitesinde sürekli yapılan uygunsuzlukları kusurlu ürünü yapanın elini keserek önlemeye çalışmışlardır. İ.Ö. 1450 yılında ise eski Mısır'da muayene görevlileri taş blokların yüzeylerinin dikliğini telden oluşturdukları bir araç ile kontrol ediyorlardı. Bu yöntemi Orta Amerika'da Aztekler de kullanmıştır. Kalite kavramının asıl gelişim süreci ise 19. y.y.'da Sanayi Devrimi ile başlamış, müşteri kavramının gelişmesiyle bugünkü halini almıştır (Şale, 2004: 1).

Günlük yaşamımızda almış olduğumuz ürünlerden hizmetlere kadar bir çok alanda kalite kavramı kullanılmaktadır. Kalite kavramının bu kadar çok çeşitli alanda kullanılmasına paralel olarak tanımları da oldukça fazladır. Başka bir deyişle, kalite sözcüğü kullanım amacına göre değişik anlamlar ifade edebilmektedir. Birçok kişiye göre pahalı, lüks, az bulunur, üstün nitelikte gibi kavramlarla eşanlamlı olan kalite için

birçok kitap ve makalede bir çok değişik tanımlama yapılmıştır (Merter, 2006: 15). Kalite kavramına ilişkin yapılan tanımlamalar, konu üzerine yaklaşımı bulunan kişi ya da kurumlar tarafından çeşitli şekillerde yapılmaktadır:

Tablo 1.5: Kalite Tanımları

KURUM / KİŞİLER	KALİTE TANIMLARI
Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQC)	Kalite bir ürün ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerin tümüdür (Acuner, 2004: 9).
Japon Sanayi Standartları Komitesi (JIS)	Kalite, ürün ya da hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketicinin isteklerine cevap veren bir sistemdir (Kılıç ve Eleren, 2009: 94).
Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC)	Bir ürünün veya hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesidir (Okumuş ve Duygun, 2008: 18).
ISO 8402	Bir ürün ya da hizmetin belirlenen ya da olabilecek ihtiyaçların karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerinin toplamıdır (Tavmergan, 2002: 22).
J. Joseph JURAN	Çok yönlü kalite özelliklerine sahip olan bir ürünün amaca ve kullanıma uygunluğudur (Yılmaz vd., 2007: 302).
Genichi TAGUCHI	Kalite, ürünün müşterinin eline geçtiği andan itibaren vermiş olduğu zararın minimum seviyede olmasıdır (Cengiz ve Kırkır, 2007: 270).
Philip B. CROSBY	Kalite, bir ürün veya hizmetin gerekliliklere (şartlara) uygunluk derecesidir (Yılmaz vd., 2007: 302).
Kaoru ISHIKAWA	Kalite, kontrol uygulamak, en ekonomik, en kullanışlı ve müşteriye daima tatmin eden kaliteli ürünü geliştirmek, tasarımı yapmak, üretmek ve satış sonrası servislerini vermektir (Efil, 1999: 6).
Armand V. FEIGENBAUM	Kalite, topyekün ve eksiksiz olarak işletme çapında ve tedarikçilerle (yan sanayi, girdi sağlayanlarla, araçlarla) bağlantılı şekilde uygulanacak, hareket noktası müşteri olan bir süreçtir (Çetin vd., 2001: 4).

Kalite, belirli bir ürünün var oluş nedenine bağlı olarak, gerçekleştirilmesi beklenen amaçları gerçekleştirme derecesidir. Kalite, ürünün dayanıklılığı, güvenilirliği, doğruluğu, görünüşü, tamlığı, bakım onarım kolaylığı ve diğer verilen özelliklerin bütünüdür (Tek, 1990: 360).

Kalite, bir ürünün ya da hizmetin açıkça ya da dolaylı olarak belirtilen gereksinimleri gidermeyi sağlayan özellik ve karakteristiklerinin tümüdür (Gümüsoğlu, 2007: 39).

1.7. KALİTENİN BOYUTLARI

Literatür incelendiğinde kalite konusunda yapılan araştırmalarda, kalite boyutları olarak genellikle teknik ve fonksiyonel kalite üzerinde durulduğu görülmektedir. Örneğin; Grönroos (1984), kaliteyi teknik kalite ve fonksiyonel kalite

olarak ele almıştır. Aynı şekilde Kotler vd. (2003), kaliteyi ele alırken teknik kalite ve fonksiyonel kaliteyle beraber, sosyal kalite kavramına da yer vermişlerdir (Yılmaz, 2007: 22).

1.7.1. Teknik Kalite

Teknik kalite, hizmet üretimi ve sunumu sürecinin sonucudur. Başka bir ifade ile teknik kalite, sunulan hizmetin kapsamında yer alan maddi unsurların niteliği ile ilgilenmektedir (Kanten, 2006: 19).

Başka bir tanıma göre de teknik kalite, sonuç kalitesini hedef almakta ve hizmet alıcısının ne elde ettiği sorusunun yanıtını teşkil etmektedir. Burada söz konusu olan, sunulan hizmetin teknik özelliklerine dayanan ölçülebilir verilerdir. Örneğin; bir otel işletmesinde verilen hizmetin teknik kalitesi denildiğinde ilk akla gelen müşterinin yararlandığı oda, banyo, havuz vb. alanların somut özellikleridir (Yılmaz, 2007: 22).

Günümüz işletmeleri çok kısa sürede teknik kalite kapsamına giren konularda birbirlerini taklit edebilmekte ve benzer teknik çözümleri kısa sürede gerçekleştirebilmektedir. Teknik kalite, hizmet rekabetinde bir gereklilik olmakla birlikte yeterli bir unsur değildir (Kanten, 2006: 20). Sağlık hizmetleri, yük taşımacılığı, otomobil tamiri, havayolu taşımacılığı gibi; örgütün hizmet performansındaki başarısızlığın tüketiciye önemli risk yüklediği hizmetlerde çok önemlidir (Varinli,1996:95).

1.7.2. Fonksiyonel Kalite

Hizmetin sunulduğu esnasında, müşteri ile hizmeti sunan personel arasında ortaya çıkan etkileşimi müşterinin nasıl algıladığını ifade etmektedir (Erözgün, 2009: 37) Başka bir deyişle, müşteriyi etkileyen eşzamanlı olarak üretim ve tüketim sürecinde yasadıkları ve hizmeti nasıl aldığıdır. Fonksiyonel kalite, hizmet rekabetinde farklılık yaratan ve rakiplerce taklit edilmesi zor olan kalite boyutudur. Bankacılık hizmetleri ve konaklama hizmetlerinde fonksiyonel kalite diğer hizmetlere göre çok daha önemli olmaktadır (Kanten, 2006: 20).

Hizmetin sunumu esnasında müşteri ile işletme personeli arasında yaşanan çeşitli etkileşimler fonksiyonel kalite kapsamında değerlendirilebilir. Örneğin; otele gelen müşterilerin karşılanması, arabasının park edilmesi, bagajının alınması ve giriş

işleminden sonra odasına çıkarılması sırasında karşılıklı etkileşimler yaşanır. Tüm bu etkileşimler ise fonksiyonel kalite ile ilgilidir. Fonksiyonel kalite o kadar önemlidir ki; çok yüksek teknik kaliteye sahip bir otel odası bile eğer fonksiyonel kalite yetersiz ise müşterinin tatminsizliğini engelleyemez (Yılmaz, 2007: 23).

1.7.3. Sosyal Kalite

Modern pazarlama uygulamalarındaki aksaklıklar karşısında, tüketicilerin ve toplumun korunması gereği ortaya çıkmış, sosyal pazarlama anlayışının önemi daha da artmıştır. Buna paralel bir şekilde sosyal pazarlama anlayışının bir sonucu olarak sosyal kalite ortaya çıkmıştır (Yılmaz, 2007: 24).

Bazı ürün ve hizmetlerin kısa vadede memnun edici (faydalı, tatmin edici vs.) olmalarına rağmen, uzun vadede kullanıcıları için olumsuz birtakım etkileri olabilmektedir. Bu nedenle, işletmeler ürün ve hizmetlerini geliştirirken kullanıcıları için zararlı olabilecek özellikleri ortadan kaldırmalıdır. Bu, sosyal kalite anlayışının gereğidir. Çünkü; sosyal kalite, müşteri ve toplum için güvenli olan ürün ve hizmetlerin tasarımı ve dağıtımıyla ilgilidir ve işletmelerin topluma karşı sosyal kaliteyi sağlama sorumluluğu vardır. Bu duruma bir örnek vermek gerekirse; McDonal's kızartmaları tereyağıyla kızartıldıkları için oldukça lezzetli ve dünya çapında üne sahipti. Ancak, toplum zamanla hayvansal yağların sağlığa zararlı olduğunu öğrendiğinde, McDonald's kızartmalarını tercih etmemeye başladı. Bunun üzerine, söz konusu kızartmalarda kullanılan yağ değiştirilerek uzun vadede tüketicilerin sağlığı açısından sorun teşkil edebilecek ürün özelliği ortadan kaldırılmış oldu (Kotler vd., 2003).

1.8. HİZMET KALİTESİ KAVRAMININ TANIMI

Hizmet kalitesi konusundaki çalışmalar son yıllarda hız kazanmaktadır. 1970'li yıllardan bu yana hizmet sektöründe çalışanların sayısı, ABD'de %60, Japonya'da %40 artmıştır. Günümüzde ABD ve gelişmiş AB ülkelerinde GSMH'nın %70'i hizmet sektörü tarafından üretilmektedir. Kamu sektöründe hizmet olarak eğitim, sağlık, sosyal güvenlik, adalet, iç güvenlik ve dış güvenlik hizmetleri örnek verilmektedir. Özel sektörde bankalar, oteller, ulaşım, restoranlar, kuaförler, vs. örnek verilmektedir. Bunun yanında mal satan şirketler sattıkları mallarla beraber o malın bir parçası olan pek çok hizmet sunmaktadırlar. Hizmetlerin bu şekilde geniş bir yelpazeye yayılması, hizmet sunumunda belli bir kalitenin yakalanmasını zorunlu hale getirmektedir. Ayrıca yapılan

araştırmalarda kalitesiz hizmet sonucu ortaya çıkan maliyetlerin toplam maliyetler içinde %30-40 pay aldığı tahmin edilmektedir. Örneğin, havayolu şirketi SAS 1989 yılında yolcuların kaybolan bagajlarını aramak, bulmak ve bulunmayanları tazmin etmek için 12 milyon dolar harcamıştır. Bu sebeple hizmet kalitesini etkileyen ve hizmet kalitesini belirlemek ve iyileştirmek için yapılacak çalışmalar hizmet maliyetlerini düşürecektir (Tırpancı, 1997: 68)

Hizmet kalitesine, hizmeti alan ve veren taraf olmak üzere iki açıdan yaklaşılabilir. Hizmet kalitesi her iki taraf için de farklı yönlerde gelişerek ortaya çıkmaktadır. Hizmeti alan taraf ihtiyacı karşılanması gereken taraftır ve onun için kalite, hizmette istediklerini bulabilmesidir. Hizmet veren ise, bu ihtiyacı karşılama kabiliyeti olan taraftır ve bu taraf için kalite, hizmeti zamanında, standartlara uygun olarak sunabilmek ve bunu en düşük maliyetle gerçekleştirerek iyi kar etmektir (İnağ, 1995:63). Örneğin, bankada çekini paraya çevirmek için gelen bir müşteri için kalite, işlemlerin hızlı yapılması, bekleme süresinin olmaması ya da az olması, işin doğru olarak yapılması ve personelin güler yüzlü olması ile doğru orantılıdır. Banka için ise, gelen müşterinin işinin doğru yapılması ve kısa zamanda bitirilmesi yani müşterisinin memnun edilip daha çok müşteri çekilmesidir (Takan, 2000:14).

Hizmetlerin fiziksel ürünlerden farklı, yani soyut özelliklere sahip olması hizmet kalitesinin tanımlamasını ve ölçümünü zorlaştırmıştır. Ancak kalite, imalat sektörü kadar hizmet sektörü için de vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Hizmetler soyut nitelikte oldukları için, hizmet kalitesi de soyut bir yapıya sahiptir. Bu nedenle, hizmet kalitesi yerine “algılanan hizmet kalitesi” terimi kullanılmaktadır (Usta ve Memiş, 2009: 89). Çeşitli hizmet kalitesi tanımlarına aşağıda yer verilmiştir:

En geniş anlamıyla hizmet kalitesi, müşteri beklentilerinin karşılamak amacıyla, üstün ya da mükemmel hizmetin verilmesi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir açıdan hizmet kalitesi, bir kuruluşun müşteri beklentilerini karşılayabilme veya geçebilme yeteneğidir (Okumuş ve Duygun, 2008: 18).

Hizmet kalitesi, verilen hizmet seviyesinin müşteri beklentileri ile ne kadar iyi eşleştiğinin ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermek demek, müşteri beklentilerine uyumlu bir yapı içinde karşılık vermek demektir (Şekerkaya, 1995: 67).

Pansuraman, Zeithaml ve Berry(1985) hizmet kalitesinin tanımlanmasına yönelik çalışmalarında hizmet kalitesini müşterilerin algıladıkları ve bekledikleri arasındaki farkın derecesi ve yönü olarak tanımlamışlardır. Algılanan hizmet (AH), kullanıcının yararlandığı hizmetin kalitesini vurgularken; beklenen hizmet (BH) ise kullanıcının hizmeti almadan önceki beklentisini anlatmaktadır. Tanımdan da anlaşıldığı gibi hizmet kalitesi, müşteriler tarafından belirlenmektedir. O halde, konusu her ne olursa olsun, hizmet kalitesine müşteri davranışları açısından yaklaşmak doğru bir yaklaşım olacaktır (Yılmaz, 2007: 27).

Görüldüğü üzere hizmet kalitesinin çok boyutlu bir kavram olması nedeniyle net olarak bir tanımını yapmak zordur. Bu nedenle de literatürde hizmet kalitesi ile ilgili çok sayıda tanıma rastlanmaktadır. Ancak tanımlarının ortak bir paydası olarak hizmet kalitesi, gerçek ve algılanan hizmet kalitesi düzeyi arasındaki farklılık olarak ifade edilmektedir (Cengiz ve Kırkbir, 2007: 271).

1.9. HİZMET KALİTESİYLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Hizmet kalitesini, hizmet kalitesini oluşturan unsurları ve hizmet kalitesi ölçüm modellerini incelerken bilinmesi gereken bazı kavramlar vardır. Bu kavramlardan üzerinde durulması gerekenler beklenen kalite ve algılanan kalite kavramlarıdır (Değermen, 2006: 17).

1.9.1. Beklenen Hizmet Kalitesi

Beklenen hizmet kalitesi; müşterinin geçmiş deneyimleri ve kişisel gereksinimleriyle orantılı olarak belirlediği hizmeti ve kendisine sunulan hizmetten beklentilerini kapsamaktadır. Başka bir ifadeyle, arzu ve istekleri olarak tanımlanabilir. Beklentiler bir anlamda hizmet performansının idealini temsil etmektedir (Bayrak, 2007: 104).

Beklenen hizmet, hizmet üreticisinin sağlayacağından çok müşteri tarafından istenilen hizmete yönelik tahminlerden oluşmaktadır (Bayrak, 2007: 104). Dolayısıyla, beklenen hizmet kalitesi müşterilerin kendilerine sunulan hizmetten memnun kalıp kalmayacağı, beklentilerinin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği ile çok yakından ilişkilidir. Örneğin; konaklayacağı otelin sunduğu hizmet ile ilgili bir müşterinin en önemli beklentilerinden biri kahvaltı ve yemeklerin açık büfe verilmesi ise, müşteri otele

gittiğinde bu beklentisi karşılanırsa memnun kalacak, aksi halde memnuniyetsizlik yasayacaktır (Yılmaz, 2007: 26).

1.9.2. Algılanan Hizmet Kalitesi

Algılanan hizmet kalitesi bir işletmenin veya kuruluşun genel olarak üstünlük ve mükemmelliğinin değerlendirilmesidir. Tatminle ilişkili fakat tatmine eşdeğer olmayan bir tavidir (Hacıfendioğlu ve Koç, 2009: 148). Algılanan hizmet kalitesi, müşterinin hizmet sunumu sırasındaki algılamaları ile beklentileri sonucu ortaya çıkmaktadır (Lovelock, 1996: 486).

Yukarıdaki tanımlarla hemen hemen aynı doğrultuda Parasuraman vd. de algılanan hizmet kalitesini, hizmetin üstünlüğü ile ilgili genel yargı ya da tutum şeklinde tanımlamaktadır. Hizmet kalitesini müşterilerin, işletmelerin ne sunmaları gerektiğine ilişkin beklentileri ya da inançları ile işletmelerin performanslarına ilişkin algılamalarının karşılaştırılması belirler (Yılmaz, 2007: 27). Beklenen hizmetin algılanan hizmetten büyük olması durumunda kalite kabul edilemez düzeydedir. Beklenen hizmetin algılanan hizmete eşit olması durumunda doyurucu kalite düzeyine ulaşılır. Son olarak da beklenen hizmetin algılanan hizmetten düşük olması durumunda ise ideal kalite gerçekleşmiş demektir (Filiz, 2011: 39). Kısaca, beklentilerin algılamalardan çıkarılması sonucunda sıfır ve pozitif değerler elde ediliyorsa, hizmet kaliteli olarak nitelendirilmekte, değerlerin negatif çıkması durumunda ise hizmet kalitesiz olarak nitelendirilmektedir (Yılmaz, 2007: 27).

1.10. HİZMET KALİTESİNİN BOYUTLARI

Hizmet kalitesinin tanımlanmasındaki zorluklar nedeniyle, hizmet kalitesini açıklayabilmek amacıyla bazı kriterler öne sürülmüştür. Bu kriterler, hizmet kalitesi boyutları olarak da tanımlanmaktadır. Hizmet kalitesiyle ilgili literatürler incelendiğinde hizmet kalitesinin boyutları hakkındaki çalışmaların 1980’li yıllarla birlikte yoğunluk kazandığı görülmektedir. Bu yıllarla birlikte bir çok akademisyen ve araştırmacı kalite boyutlarına ilişkin değişik yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Çeşitli araştırmacılar tarafından geliştirilen hizmet kalitesi boyutları tablo 1.6’de gösterilmektedir (Uyguç, 1998: 36).

Tablo 1.6: Hizmet Kalitesinin Çeşitli Yazarlara Göre Boyutları

YAZARLAR	ÖNERİLEN BOYUTLAR
Sasser, Olsen Wyckof (1978)	a. Üretimde kullanılan materyallerin niteliği b. Hizmetin yarattığı fiziksel atmosfer, araç, gereç vb. teknik olanaklar c. Personelin tutum ve davranışları
Lethinen (1983)	<u>1. Üç boyutlu yaklaşım</u> a. Fiziksel kalite b. Etkileşim kalitesi c. Şirket kalitesi <u>2. İki boyutlu yaklaşım</u> a. Süreç kalitesi b. Çıktı kalitesi
Grönroos (1983)	a. Teknik kalite b. İşlevsel kalite c. Firma imajı
Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985)	a. Somut özellikler b. Güvenilirlik c. Heveslilik d. Yeterlilik e. Ulaşılabilirlik f. Nezaket g. İletişim h. İnanılrlık i. Güvenlik j. Müşteriyi anlama (Empati)
Normann (1998)	<u>Hizmet Paketinin Özellikleri</u> a. Değişir (soft) özellikler b. Değişmez (hard) özellikler

Kaynak: Uyguç, 1988, 36-37

Bu hizmet kalitesi boyutlarının en çok kabul göreni olan servqual hizmet kalitesi boyutları ile sadece kütüphanelere özgü libqual hizmet kalitesi boyutları konunun bütünlüğü açısından ikinci bölümde “Kütüphanelerde hizmet kalitesi ölçüm araçları” konu başlığı altında açıklanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜTÜPHANELERDE KALİTE ÖLÇÜMÜ, MODEL VE ARAÇLARI

2.1. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ

Hizmet kalitesinin ölçülmesi, hizmeti oluşturan unsurların hizmetten yararlananları ne derece memnun ettiğinin tespit edilmesi anlamına gelmektedir. Daha önceki konularda bahsedildiği gibi hizmet kalitesi tüketicilerin hizmetten beklentileri ile hizmet aldıktan sonraki algılamaları arasındaki farktan oluşmaktadır. Dolayısıyla, hizmet kalitesinin ölçülmesi bir bakıma hizmet kalitesinin sayısallaştırılması anlamına gelmektedir (Zengin v.d., 1998: 50).

İşletmelerde yürütülen her türlü faaliyetlerin sonucunun değerlendirilebilmesinin büyük ölçüde sonucun ölçülebilirliğine bağlı olduğu söylenebilir. Ancak söz konusu hizmetlerse hizmet sunmadaki başarıyı ölçmek zorlaşmaktadır. Ölçüm kolay olmasa da, işletmelerin geleceklerini görebilmeleri ve performanslarını arttırmaları için ölçümün gerekli olduğu açıktır (Zengin v.d., 1998: 50). Ölçümün yapılmadığı durumda, sunulan hizmetlerin kalitesinin arzu edilen düzeye getirilmesi ve iyileştirmelerin yapılabilmesi mümkün olmayacak ve ölçülemeyen kalite ancak bir slogan olarak kalacaktır.(Eleren, 2007: 242)

Kalite ölçümünde bilinen iki temel yaklaşım kullanılmaktadır. Birincisi kalitenin maliyeti esas alınarak yapılan dahili sistem yaklaşımı, diğeri ise tüketiciye bağlı olarak yapılan harici sistem yaklaşımıdır. Dahili sistem yaklaşımında sözü edilen maliyetler kalite sorunlarını önleme maliyetleri, kaliteyi değerlendirme maliyetleri ve başarısızlık maliyetleri olarak sıralanmaktadır. Harici sistem yaklaşımında ise esas tüketici ihtiyaç ve isteklerinin tam olarak karşılanmasıdır (Varinli, 1996: 97-98)

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde ve değerlendirilmesinde, hizmet türüne göre, çeşitli ölçütlerden yararlanılmaktadır. Bunlar iki grupta incelenebilir (Uyguç, 1998:48):

- **İşletme içi ölçütler:** İşgücü devri, hizmetin bulunabilirliği, temizlik, günlük güvenlik işlemleri, dakiklik ve hizmeti vermeye hazır olma işletme içi kalite ölçme ve değerlendirme ölçütlerine örnek olarak verilebilir.
- **İşletme dışı ölçütler:** Bu ölçütler de hizmet ya da hizmet paketi hakkında müşterilerin görüşünü öğrenmek, müşteri memnuniyetini izlemek veya kazanılan ve kaybedilen müşteri sayısı olabilir.

Hizmet kalitesi ölçümü sonucunda şu üç durum ortaya çıkmaktadır (Filiz, 2011: 39);

- 1) Beklenen Hizmet > Algılanan Hizmet → Düşük Kalite
- 2) Beklenen Hizmet < Algılanan Hizmet → İdeal Kalite
- 3) Beklenen Hizmet = Algılanan Hizmet → Doyurucu Kalite

Beklenen hizmetin algılanan hizmetten büyük olması durumunda kalite kabul edilemez düzeydedir. Beklenen hizmetin algılanan hizmete eşit olması durumunda doyurucu kalite düzeyine ulaşılır. Son olarak da beklenen hizmetin algılanan hizmetten düşük olması durumunda ise ideal kalite gerçekleşmiş demektir (Filiz, 2011: 39).

2.2. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN MODELLER

Rekabet koşullarının ağırlaştığı ve tüketici bilincinin sürekli arttığı hizmet sektöründe başarılı olmanın temelinde kaliteli hizmet sunmak yatmaktadır. Sanayi sektöründe olduğu gibi hizmet sektöründe de kalitenin, rekabet edebilmenin çok önemli bir ön koşulu olduğunun bilincine sahip olan kuruluşlar sundukları hizmetlerin kalitesini daha da yükseltmenin yollarını araştırmaktadırlar. “Ölçmediğini daha iyi bir hale getiremezsin” deyişinden etkilenen ve Toplam Kalite Yönetimi (TKY) hareketinin coşkusuna katılan hizmet sektöründeki şirketler de kendi hizmetlerinin kalitesini ölçmeye çalışmaktadırlar (Yetiş, 2001: 61-62). Hizmetlerle ilgili belli başlı kalite ölçüm modelleri aşağıda tablo 2.1’de verilmiştir.

Tablo 2.1: Hizmet Sektöründe Kalite Ölçüm Modelleri

Sıra No	ARAŞTIRMA CI	MODEL	ANAHTAR UYGULAMALAR - BULGULAR
1	Grönroos, 1984	Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli	Hizmet kalitesi teknik ve fonksiyonel kaliteye ve işletme imajına bağlıdır. Fonksiyonel kalite, teknik kaliteden daha önemlidir.
2	Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985	Fark Modeli SERVQUAL	Hizmet kalitesi, kalite boyutları boyunca beklenti ve algılar arasındaki farkların bir sonucudur.
3	Haywood ve Farmer, 1988	Boyut/Özellik Hizmet Kalitesi Modeli	Bu model hizmet işletmesini en iyi kalite yönetimi için üç temel boyutta incelemektedir; fiziksel imkânlar ve süreç, davranış ve de mesleki deneyim. Fakat hizmet kalitesinin ölçümünü sağlamamaktadır.
4	Brogowicz, Delene ve Lyth, 1990	Hizmet Kalitesi Sentez Modeli	Yönetim tarafından sistematik olarak dikkate alınması gereken planlama, uygulama ve kontrol gibi anahtar değişkenleri tanımlamaktadır. Bu sayede hizmet kalitesindeki farklar minimize edilebilmektedir. Deneysel geçerliliğe gereksinim duymaktadır.
5	Cronin ve Taylor, 1992	SERVPERF- Performansa Dayalı Model	Kalitenin beklenti değil sadece müşteri algılarından ölçülebileceğini ifade etmektedir.
6	Mattsson, 1992	Hizmet Kalitesi İdeal Değer Modeli	Beklenen ideal standartların kullanımı ile tecrübelerin mukayesesinin önermektedir. Müşteri memnuniyeti ve değer olarak çok az sayıda ölçek kullanılmıştır.
7	Teas, 1993	Performans Değerlendirme ve Standart Kalite Modeli	Beklentinin operasyonel tanımı ve kavrama ilişkin sorunları ortaya çıkarmıştır. Ve beklentiye tekrar tanımlamıştır. Küçük bir örnek ve dar bir alanda test edilmiştir. (indirimli satış mağazası)
8	Berkley ve Gupta, 1994	Bilgi Teknolojisi Uyuşum Modeli	Bilgi teknolojilerinin ana hizmet kalite boyutları boyunca müşteri hizmetlerini geliştirmek için nasıl kullanılabileceğini tanımlamaktadır. Model sadece bilgi teknolojilerinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini göstermektedir. Ölçüm yollarını sunmamaktadır.
9	Dobholkar, 1996	Özellik ve Genel Etki modeli	Teknoloji temelli self-servis tercihleri için hizmet kalitesinin değerlendirilmesini formüle etmeyi önermiştir. Fakat demografik özellikler, ücret, fiziksel çevre vb. etkiler dikkate alınmamıştır.
10	Spreng ve Mackoy, 1996	Algılanan Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Modeli	Hizmet kalitesi ve memnuniyet birbirinden farklıdır ve uygunluk memnuniyeti etkilemektedir. Fakat model hizmet kalitesinin nasıl başarılacağını ve işleyeceğini hususunu aydınlatmamaktadır.

Tablo 2.1 (Devam): Hizmet Sektöründe Kalite Ölçüm Modelleri

11	Philip ve Hazlet, 1997	EÖÇ- Eksen, Öz ve Çevre Özellikleri Modeli	Bütün hizmet sektörleri için hizmet kalitesi hesaplamalarının genel çerçevesini etkili ve basit bir şekilde ortaya koymaktadır. Fakat deneysel geçerlilik açısından yetersizdir.
12	Sweeney, Soutar ve Johnson, 1997	Perakende Hizmet Kalitesi ve Algılanan Değer Modeli	Teknik hizmet kalitesi ürün kalitesi için en önemli yardımcıdır ve bundan dolayı satın alma istekliliğini etkiler. Model sadece tek bir değeri, parayı ölçü almaktadır.
13	Oh, 1999	Hizmet Kalitesi, Tüketici Değeri ve Tüketici Memnuniyet Modeli	Model tüketici karar sürecini anlamak için bir çerçeve olarak kullanılabilir. Modelin hizmet alanlarının değişik tipleri için genellenmeye ihtiyacı vardır.
14	Dabholkar, 2000	Önceki Etkiler ve Aracı Faktörler Modeli	Tüketiciler hizmetle ilgili değişik faktörleri değerlendirirler fakat hizmet kalitesinin tamamen değerlendirilmesi farklı bir şekil alabilmektedir. Tüketicilerin önceki memnuniyetleri ortaya çıkarılmamıştır. Değişik servis alanlarında genellenmeye ihtiyacı vardır.
15	Frost ve Kumar, 2000	İç Hizmet Kalitesi Modeli	İç müşterilerin beklenti ve algıları ve iç tedarikçiler algılanan iç hizmet kalitesinin kabul edilmesinde temel bir rol oynarlar. Servis alanlarının değişik tipleri için genellenmeye ihtiyacı vardır.
16	Soteriou ve Stavrinides, 2000	İç Hizmet Kalitesi Veri Zarflama Analizi Modeli	Daha yüksek seviyede hizmet kalitesi ortaya koymak için yararlanılacak en iyi kaynakları gösterir. Hizmet kalitesinin ölçümünü sağlamaz.
17	Broderick ve Vachirapornpuk, 2002	İnternet Bankacılığı Modeli	İki alanda internet bankacılık hizmetinde kalite yönetimini içermektedir; a) Ortak hizmet noktası b) Artan tüketici rolünün yönetimi. Ampirik çalışma yapılmamıştır. Sadece site deneyimine bağlıdır.
18	Zhu, Wymer ve Chen, 2002	Bilgi Teknolojileri Temelli Model	Bilgi teknolojileri servis sağlayıcılara yüksek seviyede tüketici memnuniyeti sağlamalarında yardımcı olabilir. Bilgi teknolojileri temelli hizmetlerin tüketici değerlendirmeleri tercih edilen geleneksel hizmetler ve geçmiş tecrübelerden etkilenmektedir. Hizmet kalitesi ölçümü sağlamamaktadır.
19	Santos, 2003	e-Hizmet Kalitesi Modeli	Bu çalışma kendi belirteçleriyle kavramsal bir e-hizmet kalitesi modeli önermektedir. Araştırma çalışmasıdır. Spesifik bir ölçüm cetveli sunmaz. İstatistiksel bir uygulama değildir.

Tablo 2.1 (Devam): Hizmet Sektöründe Kalite Ölçüm Modelleri

20	Parasuraman, Zeithaml ve Malhotra, 2005	E-S-QUAL	Web siteleri tarafından sağlanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için teorik bulgulara dayalı birçok ölçek geliştirmişlerdir. Araştırma sonucu göstermektedir ki, çevrimiçi müşteriler için kullandıkları hizmet kalitesi ölçeğinde 22 önerme ve 4 boyut bulunmaktadır. Boyutlar; yeterlilik, ifa (yerine getirebilme), kullanılabilirlik ve gizlilik. Aynı araştırmada ikinci bir ölçek olarak da E-RecS-QUAL' i kullanmışlardır. Bu ölçek de 11 önerme ve 3 boyuttan oluşmaktadır.
----	---	----------	---

Kaynak: Kılıç ve Eleren, 2009: 94-95

Bu modeller içerisinde en çok kullanılanlar aşağıda ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

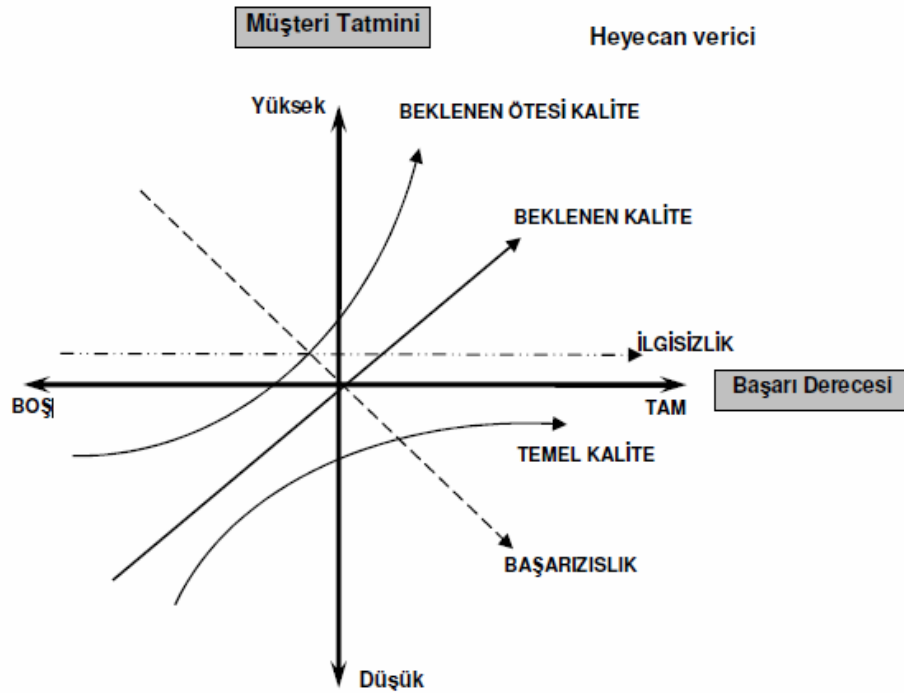
2.2.1. KANO Modeli

Kano Modeli, Noriaki Kano(1984) tarafından, oldukça karmaşık kabul edilen müşteri gereksinimlerini açıklamaya ve bu gereksinimlerin müşteri memnuniyetiyle ilişkilerini tespit etmeye yönelik olarak geliştirilmiştir (Hinterhuber, 1996:313).

Kano Analizi, müşteri memnuniyetine etkileri bakımından müşteri isteklerini temel almaya öncelik tanıyan bir ölçüm aracı niteliğindedir. Müşteri istekleri, işletmelerin stratejik amaçları açısından oldukça önemlidir. İşletmeler, amaçlarına yön verebilmek, kalite kararları alabilmek ve planlarını denetleyebilmek gibi çeşitli konuları tam olarak başarabilmek amacıyla müşteri gereksinimlerini ölçmek istemektedirler. Müşterilerin ihtiyaç ve isteklerinin her müşteri açısından farklılık göstermesi ise bu ölçümü zorlaştırmaktadır (Löfgren ve Witell, 2005: 9).

Şekil 2.1, Kano Modeli'ni göstermekte olup yatay eksen ürün veya hizmetin müşteri beklentilerini karşılamadaki başarıyı, dikey eksen ise ürün veya hizmet ile ilgili müşteri tatminini göstermektedir. Temel Kalite Eğrisi, temel müşteri gereksinimlerini yansıtan modelin eğrisi iken Beklenen Kalite Eğrisi, müşterinin ürünün maliyetini göz önüne aldığı bu maliyet karşılığında beklenen özelliklerin toplamıdır. Beklenti Ötesi Kalite Eğrisi ise rekabet açısından firmanın kendi değerini en etkin şekilde ortaya koymasını sağlayacak unsuru temsil etmektedir (Erözgün, 2009: 51)

Şekil 2. 1: Kano Modeli



Kaynak: (Löfgren ve Witell, 2005: 9)

Sonuç olarak Kano Modeli, hizmet işletmelerinin müşteri gereksinimlerini en üst düzeyde karşılayabilecek bir kaliteyi sağlayabilmesi ve bunun için gerekli kalite ölçümlerini yapabilmesi için kullanılan bir yöntem olarak ifade edilmektedir (Erözgün, 2009: 51).

2.2.2. GRÖNROOS' un Hizmet Kalitesi Modeli

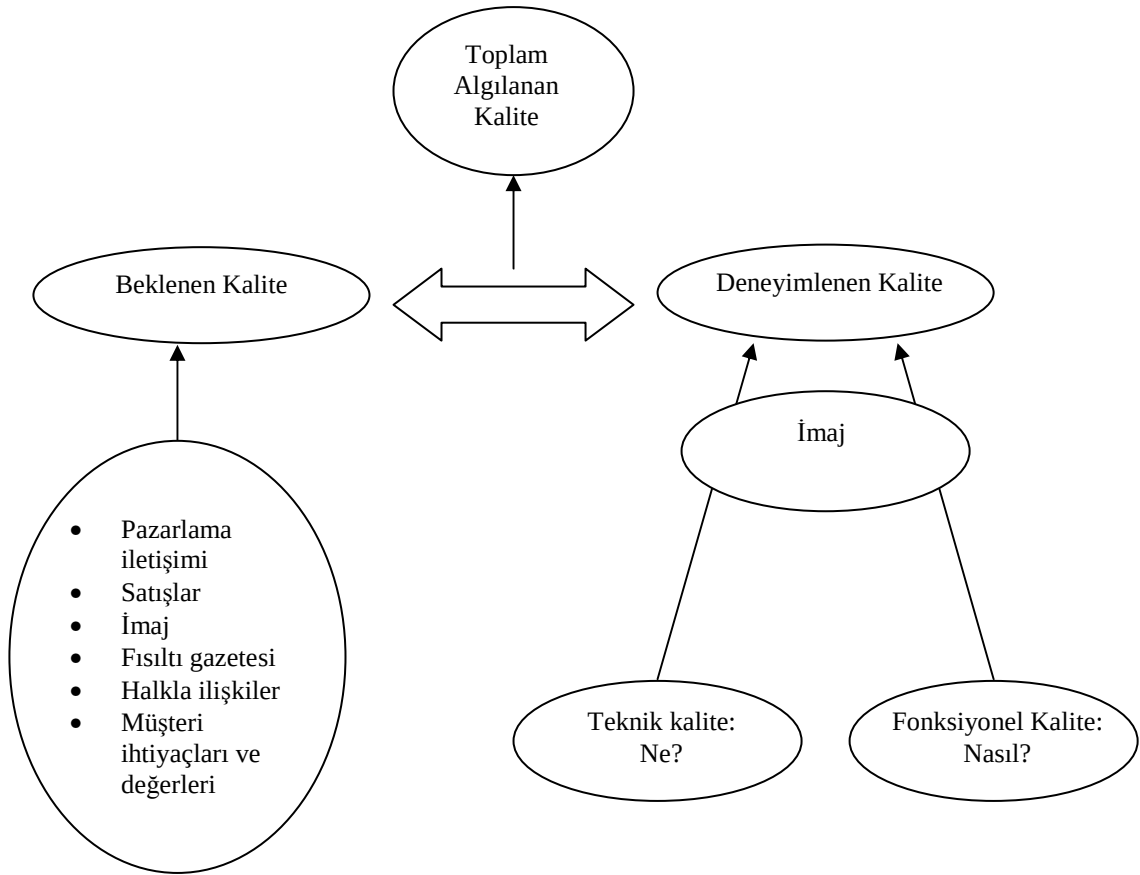
Grönroos'un hizmet kalitesi konusunda geliştirdiği modelin temelini, algılanan toplam kalite oluşturmaktadır. Algılanan toplam kalite, müşterinin beklediği kalite ile hizmet sunumu sonrası yaşadığı kalitenin karşılaştırılması ile oluşmaktadır (Seyran, 2004: 44).

Bir firmanın başarılı bir şekilde rekabet edebilmesi için, müşterilerinin kalite algılamalarını ve hizmet kalitesinin nelerden etkilendiğini anlaması gerekmektedir. Algılanan hizmet kalitesini yönetmek, firmanın beklenen hizmet ile algılanan hizmeti birbiriyle karşılaştırması ve buna bağlı olarak müşteri memnuniyetini sağlaması demektir. Christian Grönroos, hizmet kalitesini teknik kalite, fonksiyonel kalite ve imaj

olmak üzere üç bileşen ile tanımlamaktadır. Bu bileşenler şu şekilde özetlenebilir (Durukan ve İkiz, 2007: 47) :

- **Teknik kalite:** Müşterinin hizmet sağlayan firma ile etkileşimi sonucunda aldığı hizmete ilişkin kalitedir. Bu, müşteri ve müşterinin hizmet kalitesine ilişkin değerlendirmeleri için önemlidir.
- **Fonksiyonel kalite:** Hizmetin teknik anlamdaki çıktısının nasıl sunulduğu ile ilgilidir. Bu, müşteri ve aldığı hizmete ilişkin görüşleri için önemlidir. Müşterinin hizmeti nasıl elde ettiği ve eşzamanlı üretim ve tüketim sürecini nasıl yaşadığı, kalitenin işlevsel boyutunu gösterir. İşlevsel kalite boyutu teknik kalite kadar objektif değerlendirilemez.
- **İmaj:** Hizmet firmaları için çok önemlidir. Bu imajın, temel olarak hizmetin teknik ve fonksiyonel kalitesi ve pazarlama faaliyetleri, gelenekler, ideoloji, ağızdan ağza iletişim, fiyatlama, söz konusu hizmet ile ilgili geçmiş tecrübeler ve halkla ilişkiler gibi faktörlerle oluşturulması beklenmektedir. İyi imaj, müşterinin birkaç hayal kırıklığından sonra gerçekleşecek imaj kaybına kadar olumsuz tecrübeleri hoş görmesini sağlayabilir.

Şekil 2.2: Algılanan Toplam Kalite



Kaynak: Erözgün, 2009: 56.

2.2.3. LEHTİNEN'in Hizmet Kalitesi Yaklaşımı

Lehtinen ve Lehtinen'in hizmet kalitesi hakkındaki temel savları hizmet kalitesinin hizmet örgütünün bileşenlerinden (elemanları) ve müşteri arasındaki etkileşimden doğduğudur. Lehtinen çalışmalarında üç farklı kalite boyutu kullanmıştır (Zengin ve Erdal, 2000: 52):

- **Fiziksel kalite:** Hizmetin fiziksel elemanlarından kaynaklanan kalite boyutudur. Donanım, binalar, tesisler vs. gibi. Fiziksel elemanlar ise fiziksel ürün ve fiziksel destektir.
- **Firma kalitesi:** Müşteriler ve potansiyel müşterilerin şirket ya da firmayı kamuoyunda yarattığı imaj bakımından değerlendirmeleri ile ilgilidir. Şirketin imajını ve profilini içerir.

- **Etkileşimsel kalite:** Müşteriyle ilişkide bulunan personel ile müşterilerin de diğer müşterilerle ilişkilerinden oluşur.

Lehtinen ve Lehtinen, kaliteyi bazı durumlarda müşteri açısından daha açık bir biçimde iki boyutlu bir olgu olarak incelemenin daha yararlı olabileceğini de belirtmektedirler. Araştırmacılara göre “iki boyutlu kalite yaklaşımı” aşağı yukarı üç boyutlu yaklaşıma benzer, fakat ondan daha soyut bir yaklaşım olup, kalite “süreç” ve “çıkı” kalitesi olarak farklılaşmaktadır. Süreç kalitesi, müşterinin hizmet üretim sürecine katılımının niteliksel bir değerlendirmesi olup; onun kişisel ve öznel yargılarını yansıtmaktadır. Bu boyutun etkinliği müşterinin katılım biçimi ve hizmet veren personelin hizmet verme biçimi arasındaki uygunluğa bağlıdır (Uyguç, 1998: 37). Çıkı kalitesi ise, hizmet yerine getirildikten sonra müşteri tarafından hizmetin değerlendirilmesidir (Ardıç ve Güler, 2000: 20).

2.2.4. SASSER, OLSEN ve WYCKOFF’un Hizmet Kalitesi Boyutları

Sasser, Olsen ve Wyckoff, hizmet kavramını, hizmet sunum sistemi ve hizmet düzeyi arasındaki ilişkileri ‘nitelik yaklaşımı’ ile açıklamaktadırlar. Nitelik yaklaşımına göre hizmet üretimi, üretim sisteminin ekonomik olarak tasarlanmasına bağlıdır. Hizmet kalitesi de üretim sürecinde yer alan fiziksel ve teknolojik niteliklerin toplamıdır. Yönetim, üretim sistemi aracılığı ile objektif olarak hizmet kalitesini kontrol edebilmektedir (Uyguç, 1998: 53).

Yaklaşımına göre hizmet performansının; materyal düzeyi, imkanlar ve personel olmak üzere üç farklı boyutu bulunmaktadır. Materyal düzeyi, hizmet üretiminde kullanılan materyalin niteliklerini, imkanlar, hizmetin yaratıldığı fiziksel atmosfer ile araç gereç gibi teknik olanakları ifade etmektedir. Diğer bir boyut olan personel ise, hizmet veren personelin tutum ve davranışlarını kapsamaktadır (Ardıç ve Güler, 2000:22).

2.2.5. NORMANN’ın Hizmet Kalitesi Boyutları

Kalitede sistem görüşünü benimseyen Normann’a göre kapsamlı ve dengeli bir kalite yaklaşımı; hizmet paketini, hizmet veren personel ile müşteri arasındaki etkileşimi, hizmet sunum sürecini ve hizmet yönetim sisteminin değişken ve değişmeyen özelliklerini tüm yönleri ile kapsamalıdır. Bir otel odasının temizliği,

kaybolan bir kredi kartının düzenlenmesi için kaç gün gerektiği, bir uçağın kalkış saati, vb. özellikler kalitenin açık, kesin ve nesnel ölçütlerle ölçülebilen ve müşteriye doğrudan etkileyen değişmez özellikleridir. Hizmet veren personelin müşteriye dostça davranması, yardımcı olması, yakınlık ve ilgi göstermesi ise hizmet kalitesinin değişken yönleridir (Uyguç, 1998: 40).

Normann, değişken ve değişmeyen yönlerin birbiri ile olan etkileşiminden yola çıkarak “iyi” ve “kötü” halkalar modelini geliştirmiştir. Modele göre işletmeler maliyeti azaltmak için değişken özelliklerden vazgeçerlerse, bu durum müşteriler üzerinde olumsuz etki yapacak ve müşteri kaybını artıracaktır. Bunun sonucunda geliri azalan işletme, değişken hizmetleri azaltmaya devam edecek ve müşteri memnuniyetsizliğine bağlı müşteri kaybı da beraberinde oluşacak ve olumsuz döngü devam edecektir. İyi halkada ise yeni bir değişken özellik uygulandığında ve müşteri memnun kaldığında, müşteri sayısı artacak ve gelir arttıkça iyi özellikler halkaya eklenmeye devam edecektir (Edvardsson, v.d., 1994: 92).

2.2.6. SERVPERF: Performans Bazlı Hizmet Kalitesi Modeli

Hizmet kalitesinin ölçümüne ilişkin bir diğer model ise Cronin ve Taylor tarafından önerilen SERVPERF’tir. SERVQUAL modelinin hizmet kalitesini ölçmede yeterli olmadığını savunmuşlar ve alternatif model olarak SERVPERF’i sunmuşlardır (Bülbül ve Demirer, 2008: 183). 1992 yılında, fark modelini, hizmet kalitesini kavramsallaştırması yönünden ve ölçmeye yönelik olarak incelemişler, sonucunda da yalnızca hizmet kalitesinin performansını ölçen SERVPERF adını verdikleri bu modeli geliştirmişlerdir. Bu modele göre, hizmet kalitesi bir müşteri davranışı olarak kavramsallaştırılabilir, bu nedenle hizmet kalitesinin tek ölçütü performans olmalıdır. Tanımladıkları bu modelde, beklentiler ve önem ağırlıkları ihmal edilip, yalnızca algılamaların değerlendirilmesi gerektiğini savunmuşlardır (Durukan, İkiz, 2007: 53).

Cronin ve Taylor, Servqual ölçeğindeki 5 boyutu kullanarak Servqual’ın sadece performans bölümünü dikkate almışlardır. Diğer bir ifadeyle hizmet kalitesini ölçmek için hizmet performansının ölçülmesini yeterli görmektedirler. Bir çok araştırmacı tarafından Servqual’e alternatif olarak değerlendirilen bu model, daha sonra yapılan bir çok araştırmada da sıklıkla kullanılmıştır. Bu modelle özellikle otel işletmelerinde hizmet kalitesi ölçümünü değerlendiren oldukça çok araştırma

bulunmaktadır. Bir kaç örnek verilecek olursa; Nadiri ve Hussain (2005b), Kuzey Kıbrıs otellerinde algılanan hizmet kalitesini bu yöntem ile; yine Olorunniwo vd. (2006), hizmet kalitesini dört boyutta ve aynı metotla araştırmışlardır. Bu boyutlar; fiziksel imkânlar, yenilikçilik, yeterlilik ve bilgidir (Kılıç ve Eleren, 2009: 105)

2.2.7. SERVQUAL Modeli - Parasuraman, Zeithaml ve Berry'nin Kavramsal Hizmet Kalitesi Modeli

Hizmet kalitesinin değerlendirilmesi araştırmalarında en popüler enstrüman olan, Parsuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen, hizmet kalitesinin boşluk modeline dayanan ve algılanan hizmet kalitesini yansıtarak kalitenin kavramsal çatısını oluşturan Servqual modeli, ilerleyen bölümlerde “Kütüphanelerde Hizmet Kalitesi Ölçüm Araçları” başlığı altında geniş bir şekilde ele alınacaktır (Bulgan, 2002: 14).

2.3. KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİ

Kütüphanelerde kalite konusunda çalışmaların ne zaman başladığına ilişkin çeşitli görüşler söz konusudur (Yılmaz, 2010: 40). 19. yüzyılın ünlü halk kütüphanecisi Edward Edwards, M.S. 7. yüzyılda bir papaz kütüphanecinin, bugünün kütüphanecileri gibi koleksiyonunun kalitesi üzerinde titizlikle durduğunu keşfetmiştir (Aslan, 1999: 127). Bu durum, kalite kavramının kütüphaneciler için hiç de yeni bir kavram olmadığını göstermekte ve bugünkü anlamıyla ve düzeyiyle olmasa bile, kütüphanelerde kaliteli hizmet sunmanın çok eski dönemlerden beri önemsendiğine işaret etmektedir(Yılmaz, 2010: 41).

Teknolojik gelişmeler ve yeniliklerden, hizmet sunan bir örgüt olan kütüphanelerin de etkilenmesi, yönetsel anlamda hizmet anlayışında ve niteliğinde bir takım değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Kütüphaneciler bir bakıma bilginin elde edilmesi, düzenlenmesi, saklanması, değerlendirilmesi, kullanıcının hizmetine zamanında sunulması ve hatta bilginin pazarlanması gibi faaliyetlerle çok yakından ilgilenmek zorunda kalmışlardır. Kütüphaneler açısından, yaşanan bu değişim ve yeniliklere kullanıcıların istediklerinde ulaşabilmesi sunulan hizmetin amacıyla paralel, yönetsel yeni yaklaşımlara ve yeni uygulamalara yönelik çalışmaların yapılmasını zorunlu kılmıştır (Yılmaz, 2003: 258). Bu doğrultuda da kütüphanelerde kalite konusunda farklı yaklaşımlar ve uygulamalar ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu

yaklaşımların ortak noktasının; “kusursuz bir hizmet, bakımlı bir ortam, etkin bir yönetim ve nitelikli, nazik personel” olduğunu söyleyebiliriz (Aslan, 1999: 26-35).

Kütüphanecilerin, daha 70’li yıllarda kullanıcı odaklı hizmetten söz ettiği ve kütüphanelerde kalite kriterleri olarak adlandırılacak öğeler şunlardır (Aslan, 1999: 132-133).

- Müşterinin gereksinimlerinin neler olduğunu bilmek
- Bu gereksinimleri karşılayacak bir servis tasarımılamak
- Kusursuz hizmet sunumu
- Park yeri, cafe, kütüphane, kreş gibi uygun kolaylıklar
- İyi bir fiziksel ortam - mobilya, ışıklandırma, ısıtma, tuvalet
- Bakımlı bir ortam
- Güvenilir ekipman - bilgisayarlar, videolar
- Etkin yönetim - iyi karşılama, soruların etkin ve etkin biçimde yanıtlanması
- Etkin destek hizmetleri
- Yardımsever ve nazik personel
- Müşteri beklentilerinin ve şikayetlerinin iyileştirmeler için tavsiyeler de dahil olmak üzere takibi ve değerlendirilmesi
- İyileştirme süreçlerinde ve/veya iyileştirmelerin gerçekleşme durumunu
- Kontrolde geri bildirim halkaları oluşturmak.

Üniversite kütüphaneleri kalite yönetimine 1993’de yayınlanan Follett Raporu doğrultusunda zorunlu olarak yönelmek durumunda kalmışlardır. Bu raporda üniversite kütüphanelerinin enformasyon stratejilerini belirlerken öncelikle şu konulara dikkat etmeleri öngörülmüştür (Aslan, 1999: 130):

- Kütüphane kullanıcılarını oluşturan çeşitli grupların gereksinimlerinin saptanması,
- Performans ölçüleri ve göstergelerinin belirlenmesi,
- Kalite güvencesi ve değerlendirmesi,
- Personelin ve kaynakların yönetimi.

2.4. KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ

Hizmet üreten işletmelerin hemen hemen hepsinde olduğu gibi kütüphanelerde de sunulan hizmet kalitesinin iyileştirilebilmesi ve kullanıcı memnuniyetinin artırılması için öncelikle hizmet kalitesinin ölçülmesi gerekmektedir (Akbaşrak, 2005: 31). Üniversite kütüphanelerinde hizmet kalitesinin ölçümü için kesin bir formül mevcut olmamakla birlikte 1990'ların başından itibaren özellikle Amerikalı araştırmacılar kütüphane hizmet kalitesi kavramı ile ilgilenmeye başlamışlardır. Pazarlamada hizmet kalitesi, tüketicinin bir varlığın bütün olarak mükemmeliyeti ya da üstünlüğü konusundaki izlenimi bağlamında algılanan kalite olarak nitelendirildiğinden, bir üniversite kütüphanesindeki hizmet kalitesinin ölçümü, derme büyüklüğü ve kapsanan konuların genişliği ile başlamaktadır. Kütüphanelerde hizmet kalitesi ölçümünde göz önünde bulundurulması gereken kriterler şu şekilde sıralanmaktadır (Karakaş, 1999: 208-210) :

Kütüphane bilgi kaynakları: Bütün kütüphanelerde olduğu gibi üniversite kütüphanelerinde de hizmet kalitesi kütüphanenin sahip olduğu kaynaklarla doğru orantılı olarak iyileşir. Hiçbir kütüphanenin bütün kullanıcılarını memnun edemediği bir gerçekse de kaynakları sınırlı olan kimi kütüphanelerin hizmetleri yetersiz kalırken, dermeleri oldukça zengin olanlar çok daha çeşitli hizmetler sunabilir ve hizmet kalitesini yükseltebilir. Bu nedenle kaynakların elde edilebilirliği hizmet kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Kaynakların niteliği, materyallere kütüphaneler arası ödünç verme ya da diğer belge erişim hizmetleri ile ne zaman ve nerede gerektiğinde erişilebilmesi de değerlendirilmelidir.

Kütüphane çalışanlarının hizmete hazır görülmesi: Toplam kalite bağlamında kullanıcıyı hedef alan bütün kuruluşlarda, müşteri ile doğrudan teması olan görevlilerin kuruluşun profesyonel, etkin ve dostça olduğu konusunda ilk izlenimi verdikleri düşünülür. Kütüphane personelinin kullanıcıya her an yardıma hazır ve istekli görünmesi de hizmet kalitesinin önemli, bir ögesi olarak literatürde yer almaktadır. Üniversite kütüphanelerinde kullanıcılar kütüphane çalışanlarının, taleplerine hızlı ve etkili bir biçimde cevap vermelerini beklemektedirler. Bu nedenle talepleri karşılamaya hazır olma, iyi hizmet verebileceğini gösteren önemli bir kıstastır. Yardımseverlikte hizmet unsurundaki davranış faktörünü gündeme getirmektedir. Kütüphane

çalışanlarının kullanıcıların istediği zaman yardımcı olmak üzere yanlarında bulunması, kullanıcıların istediklerini elde edip etmediklerini hızla kontrol etmeleri ve kullanıcıların bekleme süreleri hizmetin kalitesinin ölçülmesinde önemli ölçütler olarak görülmektedir.

Kütüphanecilerin ve kütüphane personelinin yetkinliği: Kütüphane kullanıcıları için kalitenin göstergelerinden biri de uzmanlık gerektiren hizmetlerdir. Kullanıcılar, kütüphane çalışanlarının bilgili ve gereken belge ve bilgilerin hızlı ve etkin bir biçimde sağlanmasına yardım edebilecek nitelikte kişiler olmalarını isterler. Kullanıcılar, kütüphanecilerin gerçekten yetkim kişiler olduklarını düşündüklerinde sorunların kolayca çözüleceğine inandıklarından hizmet açısından da tatmin duyguları artar.

Kütüphane çalışanlarının genel davranışları: Kütüphane personelinin genel davranışları da kullanıcıların izlenimleri üzerinde etkilidir. Kullanıcılar dostça davranan, rahatlıkla yaklaşılabilir ancak gereksiz yere rahatsız etmeyen personel isterler. Çalışanların davranışlarındaki en önemli iki faktör güven ve empatidir. Kullanıcıların kütüphane personeli iler iş yaparken kendilerini iyi hissetmeleri ve bu personelin kullanıcılar da uyandırdığı güven duygusu önemli öğeler arasındadır. Kütüphane personelinin kullanıcı gereksinimlerine duyarlı olması, kullanıcı sorunlarını dinlemeye istekli olması, nazik olması, kibar olması, sempatik ve güven tazeleyici olması kullanıcıyı olumlu etkilemektedir.

Kütüphanenin fiziksel görünümü: Kütüphanenin çok iyi hizmet verebileceğini gösteren fiziksel kanıtlar ve göstergeler, hizmet kalitesinin öğeleri olarak görülmektedir. Bu konuda yapılan araştırmalar, kullanıcı tatmininin üzerinde çok etkili olan bu faktörü destekleyen olgular arasında, genel görünüm olarak temizliği, ortamın cazip biçimde düzenlenmesini ve çalışanların görünümelerini de saymaktadır.

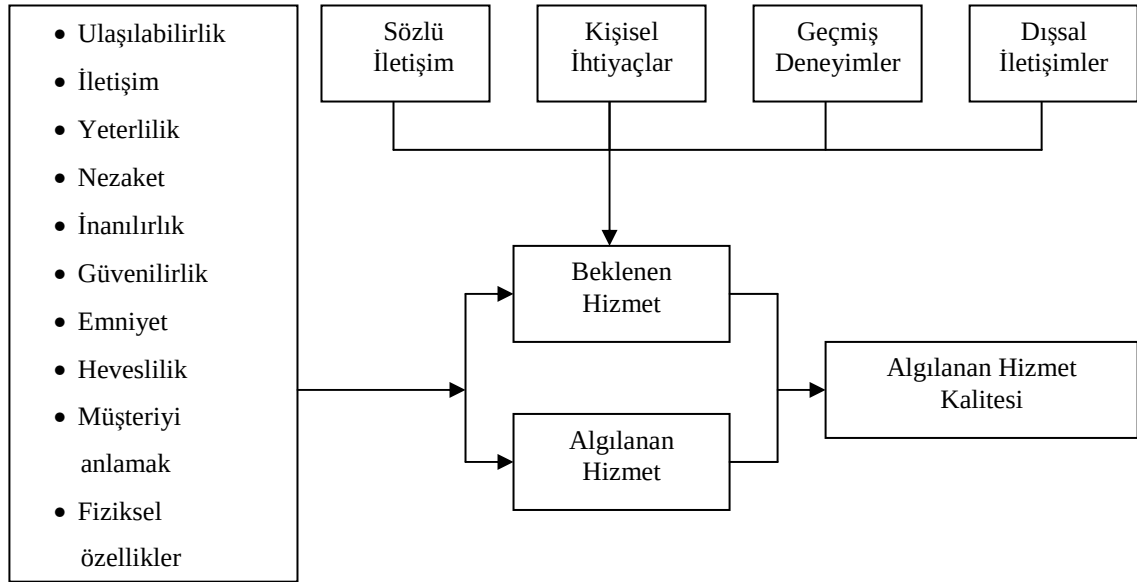
2.5. KÜTÜPHANELERDE HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ARAÇLARI

Çalışmanın bu bölümünde, hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan en önemli araçlardan biri olarak kabul edilen ve hizmetin üretildiği bütün işletmelerde kullanılabilen SERVQUAL ölçeği ile sadece kütüphanelerin hizmet kalitesini ölçmek için tasarlanmış olan LIBQUAL ölçeğine yer verilecektir.

2.5.1. Servqual

Parasuraman vd. (1985) hizmet kalitesi kavramına daha geniş bir bakış açısı getirebilmek ve kavramsal bir hizmet kalitesi modeli geliştirebilmek amacıyla bir dizi çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu araştırmacılar, hizmet kalitesi literatüründe müşterilerin hizmet kalitesini nasıl değerlendirdiklerini, değerlendirmede kullandıkları boyutların neler olduğunu, bu boyutların farklı müşteri grupları açısından değişip değişmediğini ve müşterilerin beklentilerini etkileyen faktörler konularında tatmin edici bilgiler bulunmadığını belirtmişlerdir. Bu sebeple, öncelikle kavramsal bir hizmet kalitesi modeli geliştirebilmek için ihtiyaç duydukları verileri toplamak üzere hizmet sektörü yöneticileri ve tüketicilerini kapsayan keşfe dayalı araştırmalara yönelmişlerdir. Hizmet sektörünün çeşitli alanlarında yaptıkları odak grup görüşmeleri sonucunda hizmet kalitesini tanımlayarak hizmet kalitesinin boyutlarını ve müşteri beklentilerini etkileyen faktörleri tespit etmişlerdir (Devebakan ve Aksaraylı, 2003: 41). Aşağıda şekil 2.3’de verilen servqual hizmet kalitesi boyutları ayrı bir başlık altında ilerleyen bölümde ele alınmıştır.

Şekil 2.3: Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları



Kaynak: Zerenler ve Ögüt, 2007: 503.

Parasuraman vd. (1985) yöneticiler ile yaptıkları görüşmeler sonucunda hizmet kalitesine ilişkin kavramsal bir modelin geliştirilebileceği düşüncesine ulaşmıştır (Yılmaz, 2007: 51). Bu doğrultuda başlangıçta hizmet kalitesini ölçmeye yönelik 97

madde oluşturmuşlardır. Daha sonra iki yüz kişilik denek grubundan hizmet aldıkları firma ile ilgili hem algı hem de beklenti düzeylerini puanlandırmalarını istemişlerdir. Birkaç aşamadan sonra 22 sorudan ve beş farklı boyuttan oluşan SERVQUAL ölçeğini ortaya koymuşlardır (Soydal, 2008: 25).

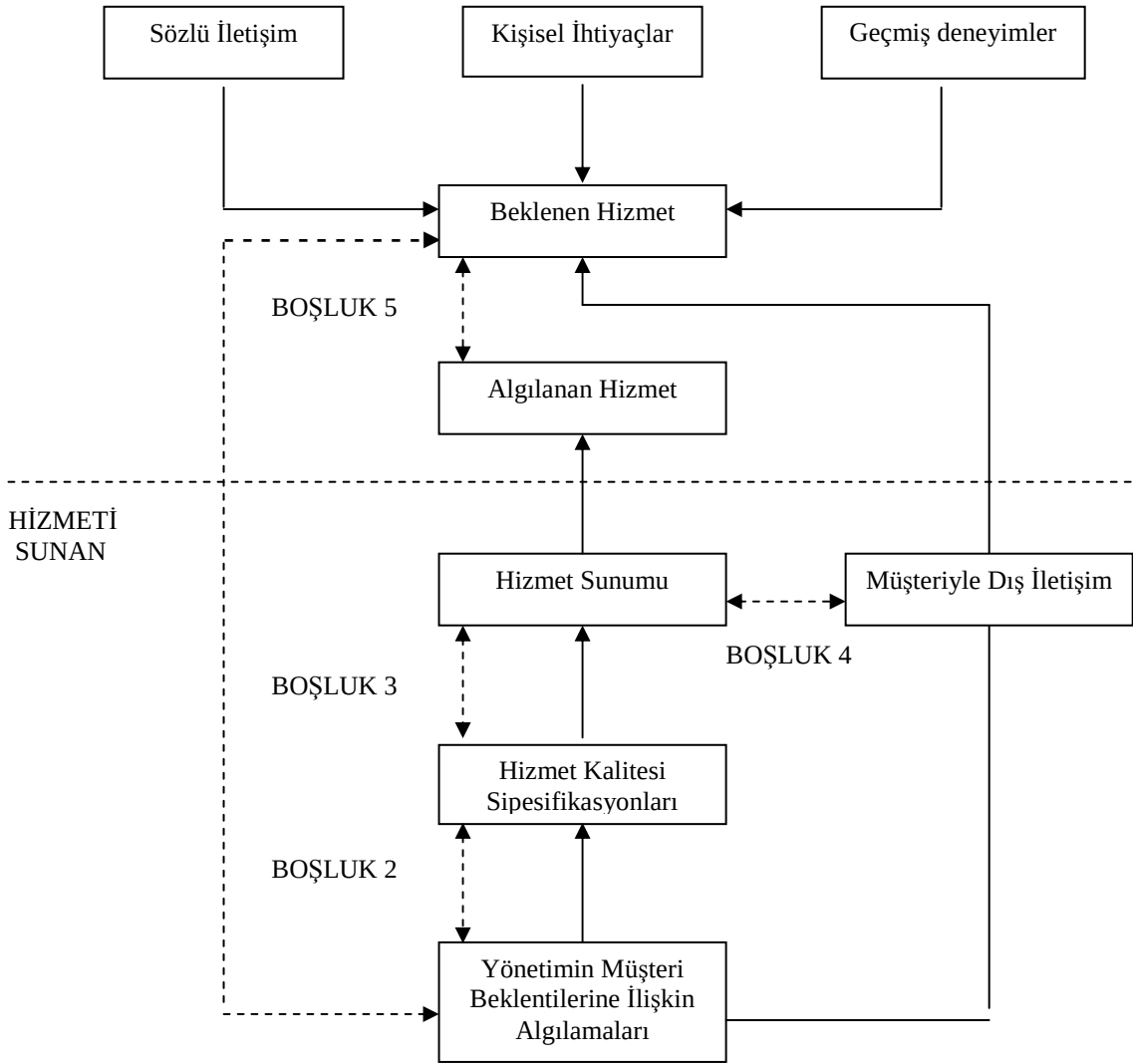
Daha ayrıntılı bir şekilde anlatılacak olursa; SERVQUAL modeline göre algılanan hizmet kalitesi, müşterilerin bir hizmetten beklentileri ile hizmeti sunan işletmenin performansından algıladıkları arasındaki farka dayanır. Dolayısıyla model iki ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısmı beklentiler oluşturmaktadır. Bu kısımda, müşterilerin hizmetle ilgili genel beklentilerini anlamaya yardımcı olacak 5 boyutu (güvenilirlik, karşılık verebilmek, güvence, empati, fiziksel varlıkları) temsil eden 22 değişken bulunmaktadır. Bu 22 değişken, SERVQUAL modelinde kaliteli olarak tanımlanabilen hizmetler için bir hizmette bulunması gereken olası özellikler araştırılarak elde edilmiştir, diğer bir deyişle, müşteri değer yargılarına göre belirlenmiştir (Değermen, 2006: 38).

Modelin ikinci kısmını ise algılamalar oluşturmaktadır. Bu kısımda hizmet üretimi yapan bir işletme hakkındaki müşteri değerlendirmelerini ölçecek 22 değişkenin tamamının karşılaştırılması yapılmaktadır. Alınan hizmet beklentileri karşılıyor veya beklentilerin üstünde oluyorsa hizmetin kaliteli olduğu sonucuna varılmaktadır. Alınan hizmetin beklentilerin altında olduğu durumda ise memnuniyetsizlik hissi söz konusudur (Okumuş ve Duygun: 20). Başka bir ifadeyle hem hizmet işletmelerinin kalite anlayışları ile uygulamaları arasında hem de müşterilerin hizmetten beklentileri ile aldıkları gerçek hizmet arasında bazı farklılıklar (boşluklar) ortaya çıkmıştır.

2.5.1.1. Boşluk Modeli

Modele göre beklenen ve algılanan hizmet arasındaki bu farklar beşe ayrılmaktadır ve bunlara “Fark Modeli” ya da “Boşluk Modeli” denmektedir. Farklardan ilk dördü hizmet sunan işletmelerle ilgili iken, besincisi hizmetten faydalanan müşterilerin kendisi ile ilgilidir. Öbür taraftan, modeldeki birinci ve ikinci fark tasarım, üçüncü fark dağıtım, dördüncü fark ise pazarlama faaliyetleri ile ilgilidir. Bu dört fark işletme tarafından kontrol edilebilir özellik taşımaktadır. Beşinci fark ise söz konusu dört farkın fonksiyonudur (Yılmaz, 2007: 51).

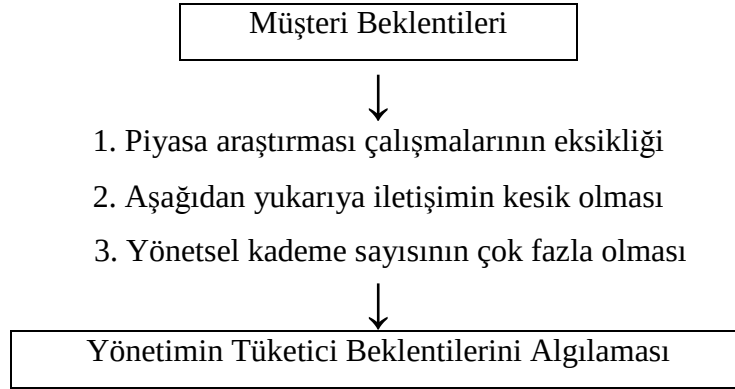
Şekil 2.4: Kavramsal Hizmet Kalitesi Fark Modeli
MÜŞTERİ



Kaynak: Parasuraman v.d., 1991: 337.

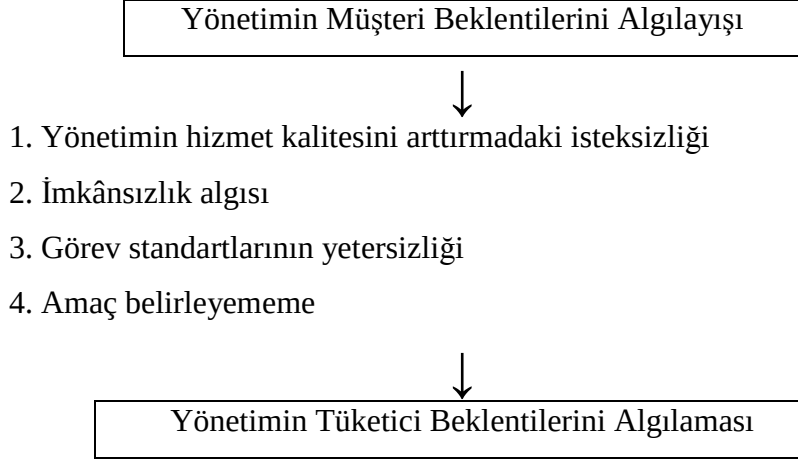
Müşteri Beklentileri ile Yönetimin Müşteri Beklentilerine İlişkin Algılamaları Arasındaki Boşluk (Boşluk 1): Birçok yönetici müşterilerden ve onlarla birebir iletişim içinde olan personelden uzaktadır. Bu yöneticiler ağırlıklı olarak kişisel deneyimlerine ve gözlemlerine güvenirlir ve müşteri ihtiyaç ve istekleri konusunda araştırma yapma gereği duymazlar. Bunun sonucu olarak da maliyet gibi faktörler üzerine aşırı eğilerek müşteriler açısından oldukça önemli olan diğer bazı faktörleri göz ardı ederler. Örneğin; Continental Havayolları'nın yöneticileri sırf maliyeti düşürmek ve yılda yaklaşık 20.000\$ tasarruf yapabilmek için uçuşlarda aspirin bulundurmaya son

vermişlerdir. Bunun üzerine müşteri şikâyetleri o derece artmıştır ki yöneticiler bu uygulamadan vazgeçmek zorunda kalmışlardır. Havayolu firmasının sözcüsü bu konuyu şöyle yorumlamıştır: “Bu olaydan alınacak ders şudur; maliyetlere bu kadar çok eğileceğimize müşterilerimizi dinlememiz gerekiyor.” Yönetim, ayrımlanmış bir hizmet zincirinde müşterilerin hizmetle ilgili beklentilerini doğru olarak anlayabildiği zaman söz konusu fark azalacaktır (İçöz, 2004: 42).



Kaynak: Yılmaz vd., 2007: 303.

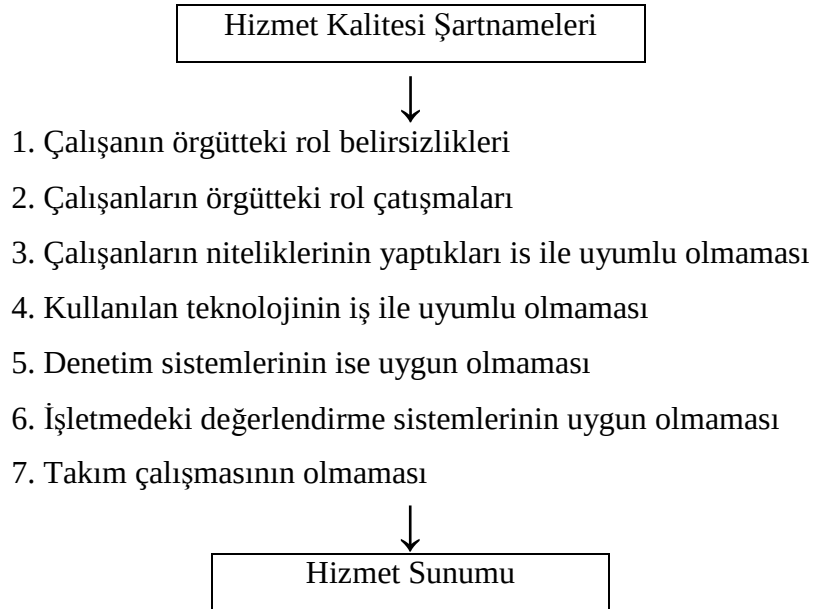
Yönetimin Müşteri Beklentilerine İlişkin Algılamaları ile Bu Algılamaları Hizmet Kalitesi Özelliklerine Yansıtabilmesi Arasındaki Boşluk (Boşluk 2): Müşteri beklentileri doğru belirlenmiş olsa da bu beklentilerin karşılanmasını sağlayacak doğru hizmetlerin tasarlanması ve standartlarının oluşturulması gerekir. Ancak, yöneticiler genellikle müşterilerin beklentilerini karşılama ve bu beklentilerin de üzerine çıkmada güçlükler ile karşılaşmaktadırlar. Bu ikinci farkın olduğu durumda, yönetim müşterinin ne beklediğini bilmekte ancak sunduğu hizmetlere müşterinin bu beklentilerini tam olarak karşılayabilen özellikleri yansıtamamaktadır. Bunun en önemli nedenleri; kaynak yetersizliği, kısa dönem kar amacı, piyasa şartları ve işletme yönetiminin kararsız ve ilgisiz olmasıdır (Yılmaz, 2007: 53).



Kaynak: Yılmaz vd., 2007: 303.

Hizmet Kalitesi İle Sunulan Hizmet Kalitesi Arasındaki Boşluk (Boşluk 3):

Hizmet kalitesini ayırmak ve net olarak belirlemekle hizmeti sunmak farklı şeylerdir. Yönetimin belirlediği hizmet kalitesi hizmet kalitesi unsurlarını sağlamaya isteksiz veya sağlama yeteneği olmayan personel hizmet performansında da yetersizliğe neden olmaktadır. Hizmet kalitesi gerçekçi hizmet dağıtım yeterlilikleri üzerine kurulu olmalıdır (İçöz, 2004: 43).



Kaynak: Yılmaz vd., 2007: 303.

Hizmet Sunumu İle Dış İletişim Arasındaki Boşluk (Boşluk 4):

Hizmetle ilgili olumsuz algılamaların dördüncü nedeni medya yoluyla iletilen kalite mesajında

sunulan hizmetin kalitesi hakkında yanlış bilgi verilmesi sonucunda oluşmaktadır (Tavmergen, 2002: 35) İşletme tarafından kullanılan medya reklâmcılığı ve diğer iletişim teknikleri müşteri beklentilerini etkilemektedir. Ayrıca, sunulan hizmet ile hizmet hakkında tüketicilere verilen bilgiler arasında çelişki olması, aşırı vaatlerde bulunulması ve kaliteli hizmet sunulabilmesi için dikkat edilmesi gereken konulardaki bilgi eksikliği müşterilerin hizmet kalitesi algılamalarını olumsuz yönde etkilemektedir (Yılmaz, 2007: 53-54) Dördüncü boşluğa neden olan bazı değişkenler aşağıda gösterilmiştir (Yılmaz vd., 2007: 304):



Kaynak: Yılmaz vd., 2007: 303.

Beklenen Hizmet ile Algılanan Hizmet Arasındaki Boşluk (Boşluk 5):

Beşinci boşluk, müşteri tarafından beklenen ve algılanan kalite arasındaki farkı temsil etmektedir. Müşterilerin diğer müşterilerden edindikleri bilgiler, kişisel özellikleri, geçmişte yaşadıkları tecrübeler ve hizmet sağlayıcılarının dolaylı olarak ya da doğrudan verdikleri mesajlar, müşterilerin hizmete ilişkin beklentilerini belirleyen temel faktörler olarak tanımlanmaktadır (Durukan ve İkiz, 2007: 49). İşletmede ortaya çıkan, müşterinin kalite algılamalarını etkileyen dört farkın sonucunda oluşur. Yani bir bakıma yukarıda anlatılan dört farkın bir fonksiyonudur (Saat, 1999: 113).

2.5.2.2. Servqual Hizmet Kalitesi Boyutları

Bir önceki konu başlığında hizmet kalitesinin boyutlarıyla ilgili çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarına yer verilmiştir. Ancak, bu konuda en fazla kabul gören çalışma Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından yapılan çalışmadır. Hizmet kalitesini tanımlamaya, hizmet kalitesi sorunlarının nedenlerini belirlemeye ve hizmet kalitesi ölçümüne ilişkin olarak Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından yapılan bu çalışma, yöneticilerle derinlemesine görüşmelere ve kredi kartları,

bankacılık, komisyonculuk ve tamir hizmetleri olmak üzere dört sektördeki tüketicilerle yürütülen on iki grup tartışmasına dayanmaktadır. Bu çalışmalar sonucunda ‘Servqual Hizmet Kalitesi Boyutları’ adını verdikleri hizmet kalitesini belirleyen yukarıdaki tabloda da görülen on boyutu ortaya koymuşlardır (Saat, 1999: 113). Daha sonra, Parasuraman ve diğerleri yaptıkları istatistiksel analizler sonucunda bazı boyutlar arasında dikkate değer korelasyon olduğunu görmüşler ve hizmet kalitesiyle ilgili on boyutu güvenilirlik, güven, yeterlilik, fiziksel özellikler ve empati olmak üzere beş boyuta indirgemişlerdir (Usta ve Memiş, 2010: 337). Söz konusu boyutlara aşağıda açıklanmaktadır (Zeithaml vd., 1990: 21-22), (Zengin ve Erdal 52-53), (Öztürk ve Seyran, 2005: 172):

➤ **Fiziksel Varlıklar (Somut Özellikler):** Kullanılabilir fiziksel tesislerin, malzemelerin, araç-gereçlerin ve teçhizatların varolması, bunların yanı sıra işletme personelinin görünüşü ve temizliğini ifade etmektedir. Hizmet ortamı boyutu hizmetin oluşturduğu ortamın psikolojik ve sosyal durumunu da açıklamaktadır. Çalışanların birbirleri ile olan ilişkilerinin niteliği ve düzeyi, birbirlerine gösterdikleri davranışın özellikleri ve bunun sonucunda oluşan örgütsel kimlik bu boyut çerçevesinde değerlendirilmektedir.

➤ **Güvenilirlik:** İşletmenin vaat ettiği hizmetleri yerine getirmesi, işletmenin tüm çalışanları ile birlikte müşteriye sunacağı hizmeti eksiksiz bir şekilde yerine getirmesi güvenilirlik kriterini oluşturmaktadır. Bir diğer ifadeyle, ürünün ömrü içerisinde performans sürekliliğidir. Çalışanların performansında tutarlı olması müşterilerin bakış açısında olumlu etki yapacaktır. Hizmetin önceden belirtilen zamanda yerine getirilmesi, faturalamanın doğru yapılması, yönetmeliklere uygunluk, her zaman aynı şekilde ve hatasız olarak verilmesini gibi konuları kapsar.

➤ **Heveslilik:** İşletme çalışanlarının, hizmetlerin ne zaman sunulacağını müşterilere tam olarak söylemesi, büyük bir iş azmiyle ve asla müşteriye cevap veremeyecek kadar meşgul olmayacak şekilde her zaman hazır bulunması, müşterilerin algıladıkları hizmetten duydukları memnuniyeti artırmak için süratli ve istekli bir şekilde hizmet sunması bu boyutun kapsamında değerlendirilmektedir.

➤ **Yeterlilik:** Personelin yeterli derecede iş tecrübesine ve yeteneğine sahip olması, dolayısıyla hizmet sunumu sırasında minimum hata yapmasıdır. Çalışanlar işini

iyi bilmeli, kalifiye olmalıdır. Çalışanların yaptığı iş konusunda deneyimli olduğu tavırlarından belli olmalıdır. İşletmeler yeterlilik kriterini sağlayabilmek için öncelikle personel işe alımlarında doğru tercih yapmalıdırlar. Her bir iş için personelin taşıması gerekli olan özellikler ve nitelikler tanımlanmış olmalıdır. İşe alımlar bu kriterlere göre gerçekleştirilmelidir. İşe başlatılan personel belirli periyotlarda hizmet içi eğitimlere tabi tutularak bilgi ve becerisinin sürekli geliştirilmesi sağlanmalıdır.

➤ **Nezaket:** Hizmet sunan personelin müşteriye önem vermesi, saygılı ve kibar davranması hususudur. Personel, müşterilere her zaman nezaket kuralları çerçevesinde davranarak, müşterilere kendilerini özel hissettirmesi gerekmektedir. Müşterinin karşılanması, selamlanmasında, kayıt işlemlerinde, bilgi verilmesinde, yönlendirilmesinde, hizmet sunumunda, yapılacak her türlü konuşma ve iletişimde ses tonuna, nezaket ve konuşma kurallarına dikkat edilmesi gerekmektedir.

➤ **İtibar (Kredibilite):** İtibar, inanırlığı, dürüstlüğü, müşterinin çıkarlarını kalben hissetmeyi içermektedir. Kredibiliteye katkıda bulunan faktörler; işletme ismi, işletme itibarı, müşteriyle etkileşimde kullanılan satış teknikleridir.

➤ **Güvenlik:** Güvenli bir hizmet sunulması, bir başka ifadeyle müşterinin sunulan hizmeti güvenli bir şekilde algılamasının sağlanması ve içinde hiçbir şüphe kalmamasını ifade etmektedir. Müşterilerin fiziksel, parasal güvenliğinin ve mahremiyetinin korunmasını kapsar. Otobüs işletmelerinde tecrübeli ve yetenekli şoförlerin, finans hizmetlerinde güvenilir ve dürüst uzmanların çalıştırılması, bir doktorun hastasının bilgilerini gizli tutması bu boyuta örnek gösterilebilir.

➤ **Ulaşılabilirlik (Erişim):** Ulaşılabilirlik, hizmete ve personele en kolay ve en hızlı bir şekilde ulaşılabilmesi, hizmet sunulan yerleşim mekanının uygunluğu ve zamanlamanın doğru olması ile ilişkilidir. Müşterinin işletme ile ilişki kurma kolaylığını ve yaklaşılabilirlik ölçüsünü içermektedir. Örneğin, hizmete telefonla kolayca ulaşılabilmesini, hatların sürekli meşgul olmamasını, hizmeti elde etmek için çok beklenmemesini, iş saatlerinin uygun olmasını, hizmet tesislerinin uygun yerlerde bulunmasını içerir. Ayrıca, amirlerin iç müşteri konumunda bulunan personelin öneri ve tekliflerine her zaman açık olmaları anlamını da taşımaktadır.

➤ **İletişim:** Müşterinin isteklerinin kolayca anlaşılabilmesi, müşterinin alacağı hizmet hakkındaki bilgilerin kolay anlaşılır ve açık bir şekilde anlatılması,

hususun anlaşılabilmesi için uygun bir dil kullanılması ve müşterilerle iyi bir diyalogun kurulması bu kriterde esastır. Dilin değişik müşterilere göre ayarlanması anlamına da gelmektedir İyi eğitilmiş bir müşteriye karşı artırmak veya yeni ve deneyimsiz bir müşteri için daha basit ifadeler kullanmak bu boyut kapsamında değerlendirilebilir. Hizmetin içeriğini, maliyetini, karşılaşılabilecek problemleri ve problemler karşısında neler yapılabileceğini açıklamak, müşterinin sorularını eksiksiz bir şekilde cevaplamak gibi konuları kapsar.

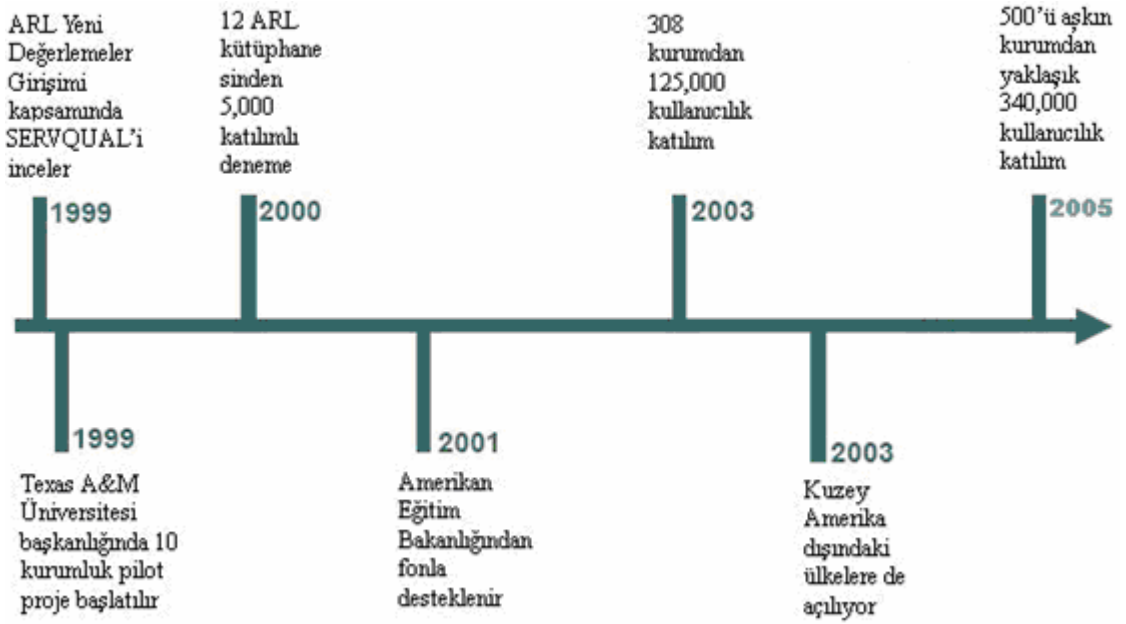
➤ **Müşteriyi Anlamak (Empati):** Müşteriye özel ilgi gösterilmesi, isim ile çağrılması, tanınması müşteriyi gururlandırıcı davranışlardır. Müşteriler, kendilerini yakından tanıyan çalışanlara daha fazla güvenmekte ve kalite algıları bu duruma göre değişmektedir.

2.5.2. LibQUAL

LibQUAL+™ 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 hizmetleri ölçüm anketidir (Akbayrak, 2005: 52).

LibQUAL+™, kütüphane hizmetlerinin kullanıcı beklentilerini karşılayıp karşılamadığını değerlendirmede kütüphanecilere yardımcı olması için tasarlanmıştır. 1999'da Kuzey Amerika'daki Araştırma Kütüphaneleri Derneği (ARL) tarafından geliştirilen bu ölçüm tekniği, Parasuraman vd. tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçüm tekniğinin web tabanlı olarak, üniversite kütüphanelerine uyarlanmasıyla ortaya çıkmıştır. Bugün 1000'den fazla kütüphanenin tercih ettiği bu teknik; kolej ve üniversite kütüphaneleri, sağlık bilimleri kütüphaneleri, akademik hukuk kütüphaneleri ve halk kütüphaneleri de dahil olmak üzere bir çok farklı kütüphane türlerine de uyarlanabilmekte ve her geçen gün uygulama alanını genişletmektedir (LibQUAL+™, 2011). Aşağıdaki şekil 2.5'te LibQUAL+™ ölçüm tekniğinin gelişim süreci gösterilmektedir:

Şekil 2.5: LibQUAL+™ Ölçüm Tekniği'nin Gelişim Süreci



Kaynak: Keser, 2007: 47.

LibQUAL+™ ölçüm tekniği; hizmet etkisi, bilgiye erişim, kişisel denetim ve yer olarak kütüphane ölçütlerini değerlendirmek için hazırlanmış, 25 soru içeren, iki bölümlü bir anketten oluşmaktadır (Cook vd., 2003: 2-3). Ankette bulunan soruların her biri için kullanıcılardan kabul edilebilir en düşük hizmet seviyesini, beklenen hizmet düzeyini ve algılanan hizmet düzeyini belirlemeleri amacıyla 1'den 9'a kadar derecelendirme yapmaları istenmektedir (1 en düşük puan; 9 en yüksek puan). Soruyu yanıtsız bırakmak isteyenler N/A (yanıt yok) şıkkını işaretlemelidir. LibQUAL+™ hizmet kalitesi ölçüm anketinden bir bölüm resim Resim 2.2'de gösterilmiştir (LibQUAL+™, 2011).

Şekil 2.6: LibQUAL+™ Anketinden Bir Bölüm



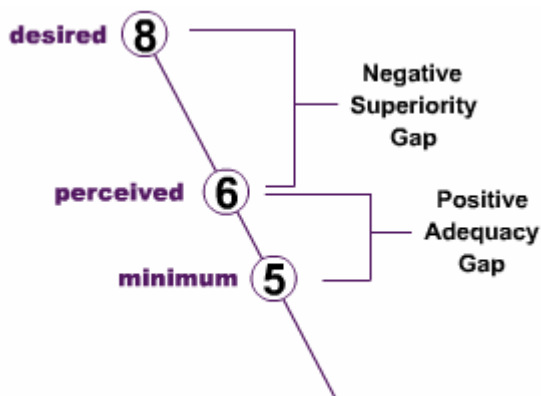
Sample Institution
Welcome!

When it comes to...	My Minimum Service Level Is		My Desired Service Level Is		Perceived Service Performance Is		
	Low	High	Low	High	Low	High	
1) Employees who instill confidence in users	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	☐ N/A
2) Making electronic resources accessible from my home or office	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	☐ N/A
3) Library space that inspires study and learning	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	☐ N/A
4) Giving users individual attention	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	☐ N/A
5) A library Web site enabling me to locate information on my own	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9	☐ N/A

Kaynak: LibQUAL+™, 2011b.

LibQUAL+™ anketinde verilerin elde edilmesinin ardından yapılan analizde “*fark skorları*” dikkate alınır. Fark skorları kısaca, yukarıda değinilen üç hizmet seviyesi (en düşük, istenen, algılanan) arasındaki farklardan ibarettir. Fark skorları örneği aşağıda gösterilmiştir (Bkz. Şekil 2.7). Bu örnekte görüldüğü gibi istenen hizmet seviyesi (desired) ve en düşük hizmet seviyesi (minimum) arasındaki alan, tolerans alanı olarak kabul edilmektedir. İstenen ve algılanan hizmet seviyesi (algılanan) arasındaki boşluk negatif tolerans alanı; algılanan ile en düşük hizmet seviyesi arasındaki boşluk da pozitif tolerans alanı olarak değerlendirilmektedir (Keser, 2007: 50).

Şekil 2.7: LibQUAL+™ Anketinde Fark Skorları



Kaynak: LibQUAL+™, 2011b.

2.5.2.1. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nin içeriği aşağıda açıklanmıştır (Akbayrak, 2005: 61-62):

Bilgiye erişim, hizmet etkisi, fiziksel yapı ve kişisel denetim boyutlarını sorgulayan temel sorular: Bilgiye erişim, hizmet etkisi, fiziksel yapı ve kişisel denetim boyutlarında toplam 25 temel sorunun ankete katılan kütüphane kullanıcıları tarafından, 1 en düşük ve 9 en yüksek olmak üzere 1 – 9 ölçeğinde ve her sorunun; en düşük (kullanıcı tarafından kabul edilebilir en küçük hizmet seviyesini gösteren sayı minimum), algılanan (kütüphanelerin halen sağladığı düşünülen hizmet seviyesini gösteren sayı perceived) ve arzulanan (kullanıcının kişisel olarak beklediği hizmet seviyesini gösteren sayı desired) olmak üzere üç ayrı kategoride değerlendirilmesi istenmektedir.

Kullanıcı memnuniyeti ve bilgiye erişim ve akademik çalışmalarda kütüphanenin rolü üzerine sorular: Kullanıcı memnuniyeti ve bilgiye erişim ve akademik çalışmalarda kütüphanenin rolü üzerine toplam sekiz sorudan yedisinin, 1 hiç katılmıyorum ve 9 tamamen katılıyorum olmak üzere dokuzlu Likert Ölçeği'nde, bir sorunun ise 1 çok kötü, 9 çok iyi olmak üzere dokuzlu Likert Ölçeği'nde değerlendirilmesi istenmektedir.

Kütüphane kullanım sıklığı ile ilgili sorular: Kütüphane kullanım sıklığı ile ilgili üç soru; 1-Hergün, 2-Haftada bir, 3-Ayda bir, 4-Üç ayda bir ve 5-Hiç olmak üzere 1-5 ölçeğinde değerlendirilmektedir. Bu sorulardan birincisinde kullanıcıların kütüphane kaynaklarını hangi sıklıkla kullandıklarını değerlendirmeleri istenmektedir. İkincisinde ise kütüphane web sayfasını hangi sıklıkla kullandıkları sorgulanmaktadır. Üçüncü soru ise, özellikle son yıllarda kullanımları oldukça artan Yahoo, Google gibi arama motorlarını ya da kütüphane dışındaki bilgi ağlarını hangi sıklıkla kullandıkları değerlendirilmektedir.

Demografik bilgi: LibQUAL+™ Anketi'ne katılanlar hakkında ayrıntılı demografik veri elde edebilmek için ankette bulunan alanlar şöyledir;

- Yaş
- Cinsiyet

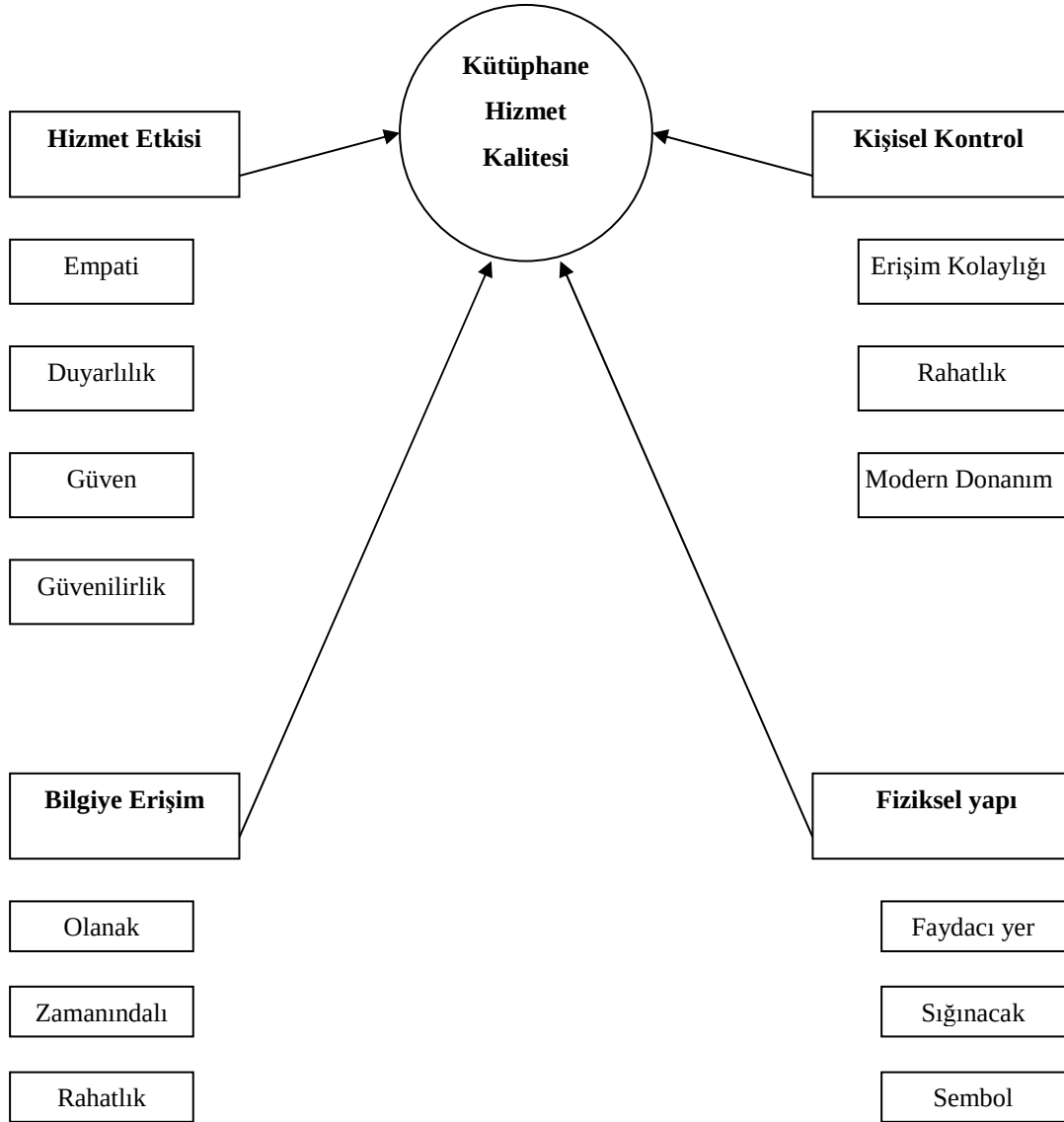
- Bölüm
- Pozisyon (lisans ve ya yüksek lisans öğrencisi, akademik ve ya kütüphane personeli)

Kütüphane hizmetleri hakkında yorumların yazılabileceği alan: Ankete katılanların, kütüphane hizmetleri hakkında her türlü görüş,eleştiri ve önerilerini yazabilecekleri bir alan bulunmaktadır. Bu bölüm kütüphanelerin hizmetlerinde yeniden yapılanmaya gidebilmeleri için kütüphane yönetimine fikir vermesi bakımından oldukça önemlidir. Açık uçlu olduğundan kütüphane kullanıcıları kütüphane ile ilgili önemli buldukları her konuda yorumlarda bulunmaktadır.

2.5.2.2. LibQUAL Hizmet Kalitesi Boyutları

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçümü Anketi'nde, kütüphane hizmet kalitesine yönelik algılamalar ve beklentiler; bilgiye erişim, hizmet etkisi, fiziksel yapı ve kişisel denetim olmak üzere dört temel boyutta ele alınmaktadır (Akbaşrak, 2005, 57-60). Bu boyutlar aşağıda şekil 2.8'de verilmiştir.

Şekil 2.8: Kütüphane Hizmet Kalitesi Boyutları



Kaynak: Akbayrak, 2005: 60

2.5.2.2.1. Bilgiye Erişim

Bilgiye erişim boyutu, kütüphane kaynaklarının ve hizmetlerinin yeterlilik, zamanındalık ve olanaklar yönünden değerlendirilmesini sağlamaktadır. LibQUAL+™'de yer alan beş soru (3, 8, 14, 18 ve 22) bilgiye erişim boyutunda sınıflandırılarak, kullanıcıların bu boyutu değerlendirmesine olanak vermektedir. Bilgiye erişim boyutunda şunlar sorgulanmaktadır:

- Basılı ya da elektronik dergi koleksiyonunun yeterli olması,
- Kütüphanelerin açık olduğu saatlerin uygun olması,

- Kullanıcıların araştırmaları için gerekli olan basılı kütüphane materyallerinin olması,
- Kullanıcıların çalışmaları için gereksinim duydukları elektronik bilgi kaynaklarının dermede yer alması,
- Kütüphaneler arası ödünç verme ve belge sağlama hizmetlerinin zamanında yerine getirilmesi.

2.5.2.2.2. Hizmet Etkisi

Bu boyut, kütüphane personelinin kullanıcılara karşı duyarlılığı, güven duygusu uyandırabilmeleri ve kullanıcılarla empati kurabilmeleri gibi kriterler ile kütüphanenin öznel açıdan değerlendirilebilmesini sağlamaktadır. LibQUAL+™’de yer alan dokuz soru (1, 4, 7, 10, 12, 15, 17, 20 ve 23) hizmet etkisi boyutunu sorgulamakta ve kullanıcıların bu boyutu değerlendirmesine olanak vermektedir. Hizmet etkisi boyutunda şunlar sorgulanmaktadır:

- Kütüphane personelinin kullanıcılara güven vermesi,
- Kütüphane personelinin kullanıcıların sorularını yanıtlamaya hazır olmaları,
- Kütüphane personelinin kullanıcılara yardımcı olmaya istekli olmaları,
- Kütüphane personelinin kullanıcıların kütüphane hizmetleri ile ilgili sorunlarını gidermeye çalışmaları,
- Kütüphane personelinin kullanıcılarla teker teker ilgilenmeleri,
- Kütüphane personelinin kullanıcıların sorularını yanıtlayabilecek donanıma sahip olmaları
- Kütüphane personelinin kullanıcılara karşı her zaman nazik ve saygılı davranmaları,
- Kütüphane personelinin kullanıcılarla düzeyli bir şekilde ilgilenmeleri,
- Kütüphane personelinin kullanıcıları ihtiyaçlarını anlayabilmeleri.

2.5.2.2.3. Fiziksel Yapı

Bu boyut, kullanıcılar tarafından algılanan kütüphanenin fiziksel olanakları ve bunların kullanıcılara etkileri üzerine veriler sağlamaktadır. LibQUAL+™ anketinde yer alan beş soru (5, 9, 13, 19 ve 24) fiziksel yapı boyutunu sorgulamakta ve

kullanıcıların bu boyutu değerlendirmesine olanak vermektedir. Fiziksel yapı boyutu şunları sorgulamaktadır:

- Kullanıcıların bireysel çalışmaları için sessiz bir ortama sahip olması,
- Kütüphane binasının kolay ulaşılabilir ve merkezi konumda olması,
- Kütüphanenin çalışma ve öğrenme isteği uyandıran bir ortama sahip olması,
- Grup çalışmasına uygun mekanların bulunması,
- Çalışma, öğrenme ve araştırma için uygun ortama sahip olması.

2.5.2.2.4. Kişisel Denetim

Kişisel denetim boyutu, kullanıcıların kütüphane kaynakları arasında gereksinim duydukları bilgiye kendi kendine erişebilmeleri ve bu kaynakların kolay kullanılabilirliği üzerine veriler sağlamaktadır. LibQUAL+™ anketinde yer alan altı soru (2, 6, 11, 16, 21 ve 25) kişisel denetim boyutunu sorgulamakta ve kullanıcıların bu boyutu değerlendirmesine olanak vermektedir. Kişisel denetim boyutunda şunlar sorgulanmaktadır:

- Kullanıcıların aradıklarını kendi kendilerine bulmalarını sağlayan kullanımı kolay erişim araçlarının bulunması,
- Kullanıcıların kütüphane dermesine kolay erişebilmeleri,
- Kütüphane web sayfasının kullanıcıların kendi başlarına bilgiye ulaşmalarına imkan vermesi,
- Kütüphanenin kullanıcıların ihtiyaç duydukları bilgiye kolayca ulaşabilmelerini sağlayacak modern donanıma sahip olması,
- Bireysel kullanım için bilginin kütüphane tarafından kolay erişilebilir hale getirilmiş olması,
- Elektronik kaynakların kütüphane tarafından evden ya da ofisten erişilebilir hale getirilmesi.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DPÜ MERKEZ KÜTÜPHANESİ'NDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın metodolojisi; amaç, önem, hipotez, ana kütle ve örneklem ile yöntemden oluşmaktadır. Bunlar aşağıda geniş bir şekilde ele alınmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nin öğrencilerine sunduğu hizmet kalitesinin öğrenci beklentilerini ne derece karşıladığının LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi kullanılarak ortaya konulması ve bulgulara dayanarak verilerin değerlendirilmesi sonucunda kütüphanenin hizmet kalitesini iyileştirme çabalarına bir katkıda bulunmaktır.

Araştırmada tanımlanan amaca ulaşmak için aşağıda sıralanan analizler yapılarak bilimsel veriler toplanmıştır:

- Kütüphane kullanıcılarının hizmet kalitesine ilişkin kabul edilebilir buldukları en düşük hizmet düzeyin analizi,
- Kütüphane kullanıcılarının hizmet kalitesine ilişkin beklentilerinin analizi
- Kütüphane kullanıcılarının hizmet kalitesine ilişkin algılarının analizi
- Beklentiler ile algılar arasındaki farkın analizidir.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Yaşayan bir sistem ve kâr amacı gütmeyen bir hizmet kurumu olarak kütüphanelerin, dünyada yaşanan gelişme ve değişimlere kayıtsız kalması mümkün değildir. Belirli bir amacı, belirli bir hedefi ve kitlesi olan her kurum gibi kütüphaneler de gelişme ve değişimlere uygun olarak, hitap ettiği kitlenin ihtiyaçlarına cevap vermek, beklentilerini karşılamak ve bu beklentiler doğrultusunda hizmet kalitesini yükseltmek durumundadır. Söz konusu gelişme ve değişimler, sunulan hizmetin kaliteli olmasını sağlamak amacıyla kütüphanelerin kullanıcı hizmetleri ve derme geliştirme politikaları açısından sürekli olarak yeniden değerlendirilmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu değerlendirmelerin doğru ve sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi için, kütüphane performans ölçütlerinin oluşturulması ve hizmetlerin bu ölçütler ışığında ölçülmesi gerekir (Kakırman Yıldız, 2010: 155).

3.1.3. Araştırmanın Hipotezi

Araştırmanın temel hipotezi, “Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi’nde sağlanan hizmetlerin kalite düzeyi öğrenci beklentilerini karşılamaktadır.” şeklinde oluşturulmuştur. Buna bağlı olarak belirlenen alt hipotezler ise şunlardır;

H_{11} : Bilgiye erişim boyutunda beklentiler karşılanmıştır.

H_{12} : Hizmet etkisi boyutunda beklentiler karşılanmıştır

H_{13} : Fiziksel yapı boyutunda beklentiler karşılanmıştır.

H_{14} : Kişisel denetim boyutunda beklentiler karşılanmıştır.

3.1.4. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklemi

Araştırmanın kapsamına Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kampusu’ndaki fakülte ve yüksekokul öğrencileri alınmış ve toplam 22.894 öğrenci sayısı ile ana kütle oluşmuştur. Ankette yer almasına rağmen, kütüphane personeli ve akademik personelden katılım sağlanamamış ve bu sebeple de ana kütleye katılmamışlardır. Örneklemi oluşturan ve ankete katılan kişi sayısı 405’tir. %95 güven düzeyine göre 50.000 kişilik evren için, %5 tolerans gösterilen hata oranı temel alınarak yapılan hesaplamada elde edilen örneklem sayısı 381’dir. Bu durumda örneklem araştırmanın evrenini temsil edebilme açısından yeterli olmuştur (Sencer, 1989: 609).

3.1.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada betimleme yöntemi kullanılmıştır. Betimleme yöntemi, evreni temsil ettiği düşünülen bir gruba dayalı olarak genelleme yapmaya yarayan bir yöntemdir. Bu tür araştırmalar objelerin, varlıkların, kurumların ve çeşitli alanların “ne” olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Bu yöntemde dayanan araştırmalarda, “durum nedir”, “neredeyiz”, “ne yapmak istiyoruz” ve “nereye, hangi yöne gitmeliyiz” gibi maddelere o güne ait verilere dayanarak yanıt bulmak amaçlanmaktadır (Kaptan, 1995:63).

Araştırma için veri toplama tekniği olarak anket tekniğinden yararlanılmış ve bu kapsamda LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi kullanılmıştır. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi orijinalinden çeviri yapılarak Ekim – Kasım 2011 tarihleri arasında DPÜ Merkez Kütüphanesi’nin ödünç verme, tez, dergi, 2.

ve 3. katlarındaki kitap salonlarında tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle uygulanmıştır. Bu örneklem yönteminde, örnek içinde yer alan denekler istatistiksel olarak tesadüfi olmayan yollarla belirlenmektedir. Bu yüzden, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemiyle belirlenen örneklerle dayalı olarak yapılan çalışmaların sonuçlarının istatistiksel olarak genellemesi oldukça güç olabilmektedir. Ancak, ana kütle içinde yer alan elemanlara ve elemanların sayısına ilişkin kesin bir bilgi olmadığı durumlarda, istatistiksel olarak tesadüfi olmasa da belirli bir örneğe dayalı olarak elde edilen bilgiler ışığında mevcut durum hakkında birtakım kestirimlerde bulunabilmek için kolayda örnekleme yönteminden yararlanılabilir (Taşkın vd. 2010: 15).

3.2. DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ

1992-1993 eğitim-öğretim yılında kurulan Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya il merkezinde; Merkez Kampus ve Germiyan Kampus olmak üzere iki kampusa, on ilçede de ayrı bina ve kampus alanlarına sahiptir. Merkez Kampus, 7500 dekarın üzerinde bir alana sahiptir. Kampusa giriş, üniversite inşaatlarının mimari felsefesi olan Osmanlı-Selçuklu yapımı tarzında, ortada iki büyük kulenin yer aldığı, yanlara doğru küçülen kuleler ve bu kulelerin arasındaki kemerli girişlerin olduğu taş kapıdan sağlanmaktadır. Kampus alanında mevcut yapılanma ile gelişme alanlarını ayıran kampusu çevreleyen geniş bir ring yolu oluşturulmuş ve fakülte bloklarının içine taşıtların girmesi engellenmiştir. Taşıt ve yaya sirkülasyonları birbirinden büyük ölçüde ayrılmıştır.

Merkez Kampus'ta çeşitli sosyal tesisler mevcuttur. Olimpik yüzme havuzu, termal tesis, kapalı spor salonu, açık futbol-basketbol-voleybol sahaları, açık tenis kortu ve yapay tırmanma duvarı ile öğrencilere sportif alanlar sunulmaktadır. Ayrıca, 500 kişilik özel yurt ile 500 kız ve 500 erkek olmak üzere 1000 kişilik Kredi ve Yurtlar Kurumuna ait öğrenci yurtları bulunmaktadır.

Giriş kapısının karşısına, kapı ile aynı aksta rektörlük binası yer almaktadır. Meydanın sağ ve sol tarafında Fen-Edebiyat Fakültesi, Eğitim Fakültesi, Mühendislik Fakültesi ve bu fakültelerin dekanlık ve öğretim binaları bulunmaktadır. Yine meydana, giriş kapısı ile rektörlük binasının arasında beş adet havuz yapılmıştır. Havuzlar ile rektörlük binası arasında Üniversitemizin simgesi olan Atatürk ve Dumlupınar Anıtı bulunmaktadır.

Dumlupınar Üniversitesi, 3 enstitü, 9 fakülte, 3 yüksekokul, 11 meslek yüksekokulu ile birlikte 346,313 m²'lik fiziki ve 7.541.371 m²'lik açık alanda 14.863 ön lisans, 22.158 lisans ve 2.108 lisanüstü olmak üzere toplamda 39.129 öğrenciye hizmet vermektedir. Dumlupınar Üniversitesi'nde aktif halde bulunan fakülte ve bölümler şunlardır:

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- İşletme
- İktisat
- Kamu Yönetimi
- Maliye
- Siyaset ve Uluslararası İlişkiler

Fen Edebiyat Fakültesi

- Türk Dili Edebiyatı
- Matematik
- Fizik
- Kimya
- Biyoloji
- Tarih
- Sosyoloji
- İngiliz Dili ve Edebiyatı
- Arkeoloji

Mühendislik Fakültesi

- İnşaat Mühendisliği
- Makine Mühendisliği
- Maden Mühendisliği
- Seramik Mühendisliği
- Elektrik-Elektronik Mühendisliği
- Endüstri Mühendisliği
- Bilgisayar Mühendisliği
- Jeoloji Mühendisliği

Eğitim Fakültesi

- Sınıf Öğretmenliği
- Sosyal Bilgiler Öğretmenliği
- Okul Öncesi Öğretmenliği
- Fen Bilgisi Öğretmenliği
- Türkçe Öğretmenliği

Güzel Sanatlar Fakültesi

- Grafik
- Resim
- Seramik ve Cam
- Animasyon

Simav Teknik Eğitim Fakültesi

- Makine Eğitimi
- Mobilya ve Dekorasyon Eğitimi
- Elektronik ve Bilgisayar Eğitimi

Tıp Fakültesi

3.3. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ

Dumlupınar Üniversitesi Kütüphanesi merkez kütüphaneden oluşmaktadır. Merkez Kütüphane D.P.Ü. öğretim üyesi ve öğrencileri ile diğer üniversite öğretim üyesi ve öğrencileri ve bölge araştırmacılarına hizmet vermektedir. Kütüphane koleksiyonu 83386 basılı, 49000 e- kitabın yanı sıra 4340 adet süreli yayın, 340 adet aboneliği devam eden süreli yayın, 2027 adet yüksek lisans- doktora tezi, 16 adet online veri tabanı, 15 adet ulusal gazete ve yerel gazeteler ile 2000 civarında görsel-işitsel materyalden oluşmaktadır. Danışma kaynakları, süreli yayınlar, yüksek lisans ve doktora tezleri ile elektronik ortamdaki eserler (materyalin eki olarak gelmiş CD-ROM veya disketler hariç) dışındaki tüm kütüphane materyalleri alınabilmektedir (<http://kutup.dpu.edu.tr>, 2011). Kataloglama bölümünden alınan güncel bilgiye göre, kitap sayısı 87018, e-kitap 50000 civarı, tez 2616 ve görsel-işitsel kaynaklar 2365 rakamlarına ulaşılmıştır.

Kütüphane koleksiyonunda yer alan kaynaklar AACR2 (Anglo Amerikan Cataloging Rules 2) kataloglama kurallarına göre kataloglanıp, Dewey Onlu Sınıflama Sistemine göre sınıflandırılarak MARC formatında YORDAM Kütüphane Otomasyon Sistemine aktarılmaktadır.

Modern bir binaya sahip olan kütüphanenin zemin katında internet salonu, multimedya salonu, kataloglama ve depolar bulunmaktadır. Daire başkanlığı, sergi salonu, fotokopi, toplantı salonu, kafeterya, ödünç verme birimi ve referans kaynakları birinci kattadır. Süreli yayınlar (e-kaynaklar) ve tez salonu ile genel konular, felsefe ve psikoloji, din, toplum bilimleri, dil ve dilbilim, doğa bilimleri ve matematik, teknoloji ve tıp bilimleri ile ilgili kitaplar ikinci kütüphanenin ikinci katında yer almaktadır. Üçüncü katta ise; güzel sanatlar, edebiyat ve retorik, coğrafya ve tarih ile ilgili kitaplar ile özel çalışma kabinleri bulunmaktadır. Kütüphane; hafta içi 08:00 – 22:00, cumartesi günleri 10:00 – 17:00 ve tatil dönemlerinde 08:00 – 17:00 saatleri arasında hizmet vermektedir.

3.4. DÜMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİNDE LibQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİ'NİN UYGULANMASI

Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nde uygulanan anket LibQUAL+™ web sayfasında yayınlanan, çalışmanın sonunda Ek 1'de gösterilen LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nden yararlanılarak hazırlanmış ve daha önce de belirtildiği gibi kütüphaneye gelen ve sadece ankete katılmak isteyen öğrencilere basılı olarak dağıtılarak uygulanmıştır. Araştırma kapsamında anketin uygulanması, verilerin SPSS programına girilmesi, girilen verilerin değerlendirilmesi ve yorumlanması tarafımızdan gerçekleştirilmiştir.

Anket orijinalinden çeviri yapılmış olup dört kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım, dört ölçüte(bilgiye erişim, hizmet etkisi, fiziksel yapı ve kişisel denetim) göre sınıflandırılmış 25 temel maddeden oluşmaktadır. Bu maddelere katılımcılardan; hizmete ait kabul edilebilir bulunan en düşük düzey, arzulanan hizmet düzeyi ve kütüphanenin sağladığına inanılan hizmet performansı kategorileri altında 1 en düşük, 9 en yüksek olmak üzere puan vermeleri istenmiştir. İkinci kısımda, kullanıcıların kütüphanelerle ilgi genel değerlendirmelerine dair, yine 1 en düşük 9 en yüksek olmak

üzere katılıp katılmama derecelerinin ölçüldüğü 8 madde, üçüncü kısımda kütüphane kullanım sıklıkları ve dördüncü kısımda demografik bilgiler yer almıştır.

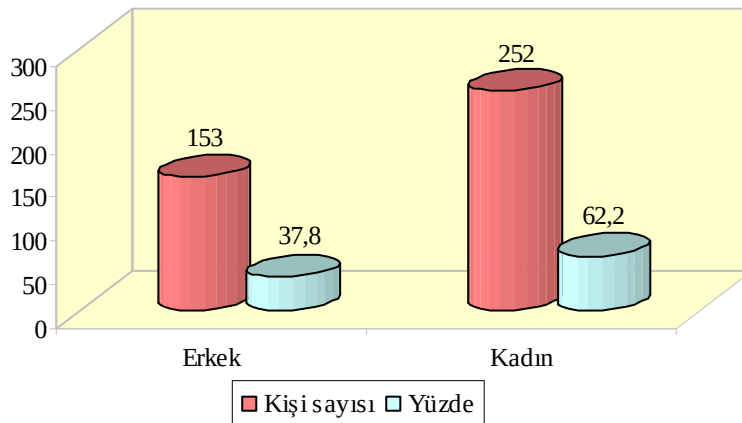
3.5. DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ MERKEZ KÜTÜPHANESİ'NDE UYGULANAN LibQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİ BULGULARI

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nde yer alan ve ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, bölümleriyle ilgili veriler sağlayan dağılımlar, anketi yanıtlayanlar hakkında demografik bilgiler vermesi açısından önemlidir. Bu dağılımlar alt başlıklar halinde daha ayrıntılı bir şekilde ilerleyen bölümlerde ele alınmıştır.

3.5.1. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketine Katılanların Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımları

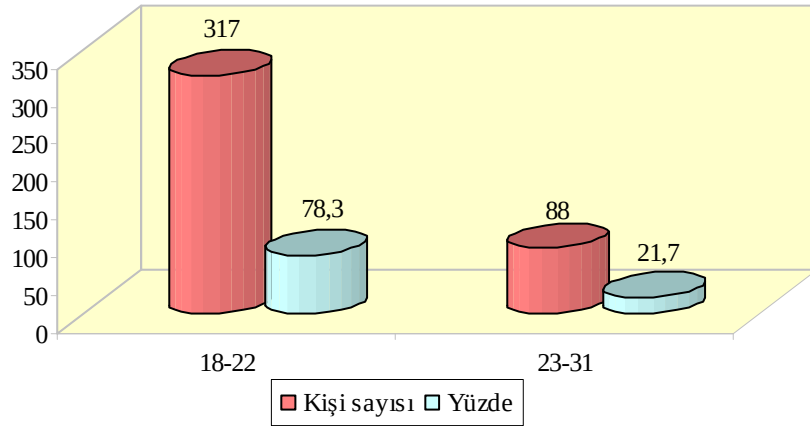
LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nin örnek alındığı anketteki uygulama gereği, kütüphaneye gelen ve çeşitli bölümlerden sadece ankete katılmak isteyen lisans ve lisansüstü öğrencilerine basılı olarak dağıtılan ankete 153'ü erkek ve 252'si kadın olmak üzere toplam 405 kütüphane kullanıcısı katılmıştır. Bu sayılar dahilinde cinsiyete göre dağılımlara bakıldığında kadınların ankete daha fazla ilgi gösterdikleri görülmüş ve toplam katılımcıların %62,2'sini oluşturdukları gözlemlenmiştir. Erkekler ise toplam katılımcıların %37,8'ini oluşturmuşlardır.

Grafik 3.1: Cinsiyet Dağılımı



Ankete katılanların yaş gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında ise katılımcıların %78,3'ünün 18-22 yaş grubunda, %21,7'sinin ise 23-30 yaş grubunda yer aldıkları belirlenmiştir.

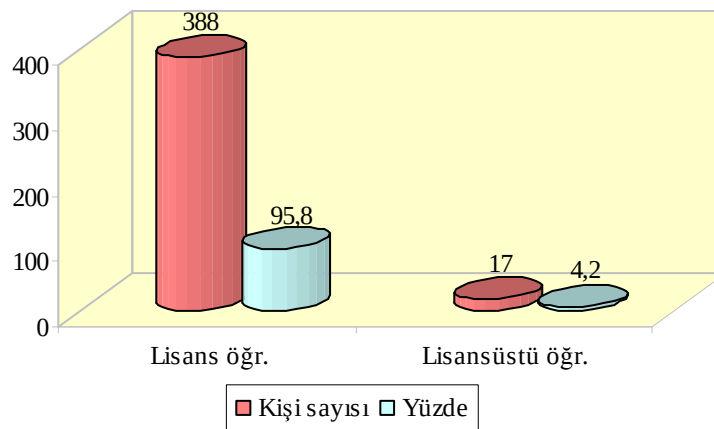
Grafik 3.2: Yaş Dağılımı



3.5.2. Katılımcıların Kullanıcı Gruplarına ve Sınıflara Göre Dağılımları

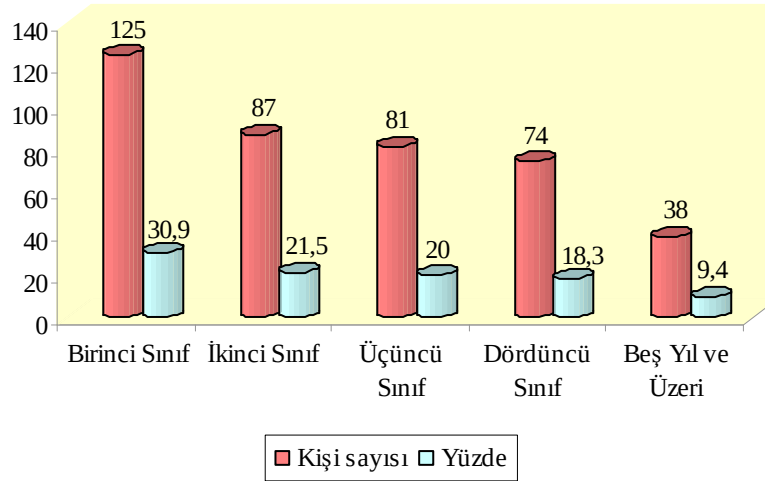
LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'ndeki uygulama gereği lisans ve lisansüstü öğrencileri olmak üzere iki farklı kullanıcı grubu oluşturulmuştur. Anketi yanıtlayanların bu iki kullanıcı grubuna göre dağılımlarına bakıldığında ankete katılanların %95,8'ini lisan öğrencileri, %4,2'sini lisansüstü öğrencilerinin oluşturduğu görülmüştür.

Grafik 3.3: Katılımcıların Kullanıcı Gruplarına Göre Dağılımı



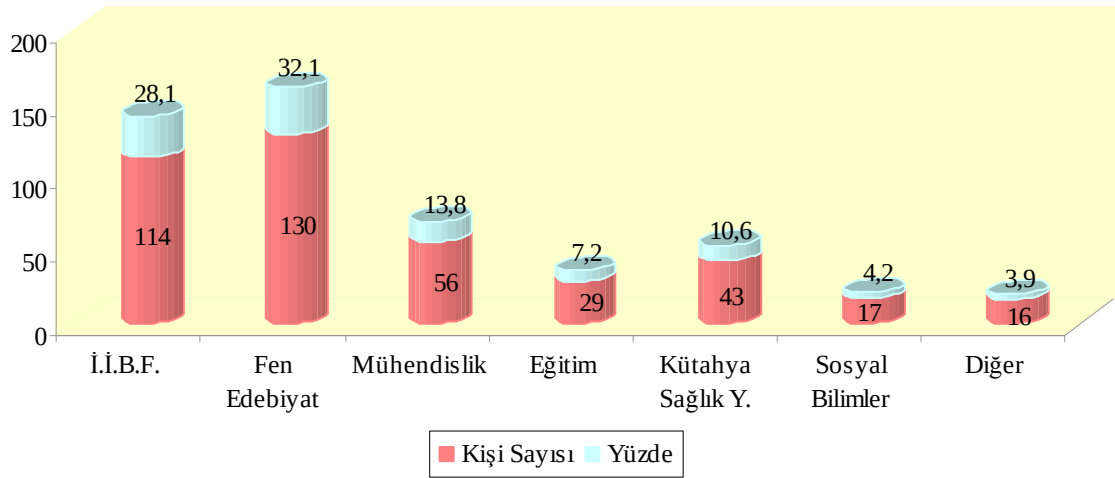
Kullanıcı grupları içinde en yüksek orana sahip olan lisans öğrencilerinin %30,9'unun birinci sınıf, %21,5'inin ikinci sınıf, %20'sinin üçüncü sınıf, %18,3'ünün dördüncü sınıf ve %9,4'ünün beş yıl ve üzeri olduğu görülmüştür. Burada beş yıl ve üzeri seçeneği, okulu uzatmış veya lisans eğitimini Dumlupınar Üniversitesi'nde tamamlamış ve yüksek lisans eğitimine de Dumlupınar Üniversitesi'nde devam ediyor olan öğrenciler için konulmuştur. Yukarıdaki tabloda yer verilmeyen, anketi yanıtlayan kullanıcı gruplarının bir diğeri olan lisansüstü öğrencilerinin ise tamamını yüksek lisans öğrencileri oluşturmuş ve doktora öğrencileri ankete katılmamışlardır.

Grafik 3.4: Katılımcıların Sınıf Dağılımı



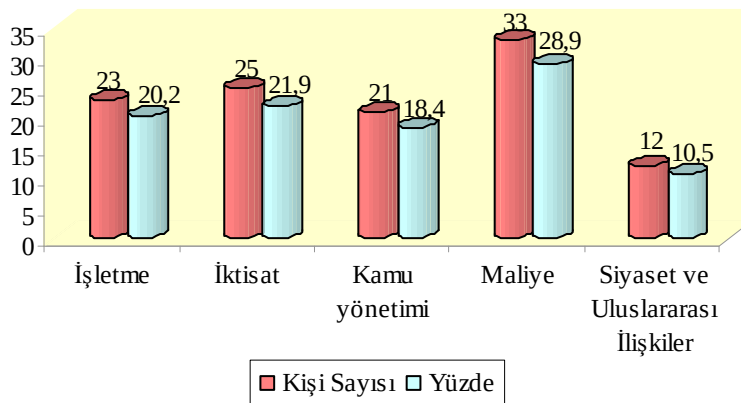
3.5.3. Katılımcıların Fakültelere Göre Dağılımları

Ankete katılan 405 kütüphane kullanıcısının fakültelere göre dağılımları incelendiğinde en fazla katılımın sağlandığı fakültelerin; Fen Edebiyat Fakültesi(%32,1), İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi(%28,1) ve Mühendislik Fakültesi(%13,8) olduğu görülmüştür. En az katılımın sağlandığı fakülte ise %3,9 ile “Diğer” seçeneği olmuş ve bu seçenek; Güzel Sanatlar Fakültesi’nden 5, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu’ndan 8 ve Tıp Fakültesi’nden 3 kütüphane kullanıcısının katılımıyla oluşmuştur.

Grafik 3.5: Katılımcıların Fakülte Dağılımı

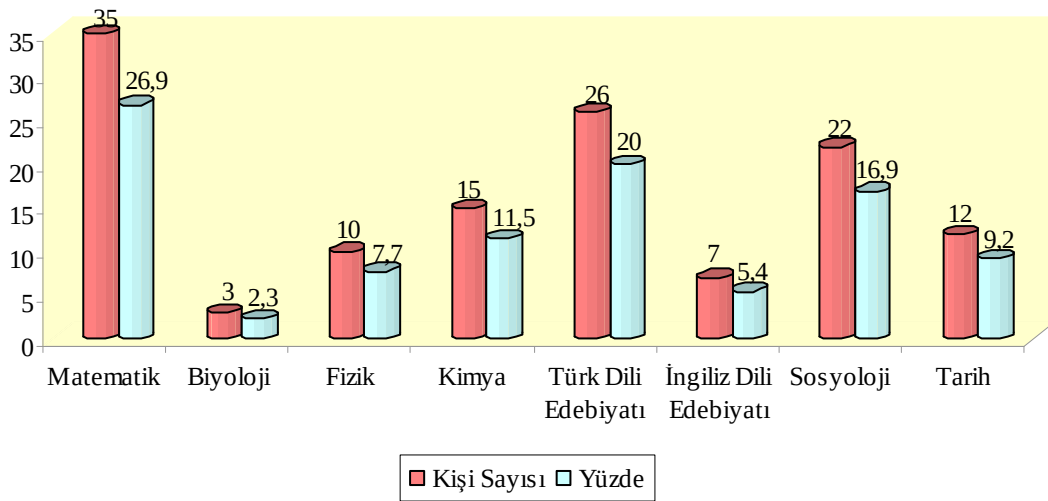
3.5.4. Katılımcıların Bölümlere Göre Dağılımı

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'ne katılan İktisadi ve İdari Bilim Fakültesi öğrencilerinin bölümler arası dağılımında en fazla katılımın sağlandığı bölümün Maliye bölümü (%28,9) olduğu görülmüştür. Maliye bölümünü %21,9 katılım oranı ile İktisat ve %20,2 katılım oranı ile İşletme bölümleri takip etmiştir. En az katılımın sağlandığı bölüm ise %10,5'lik oran ile Siyaset ve Uluslararası İlişkiler bölümü olmuştur.

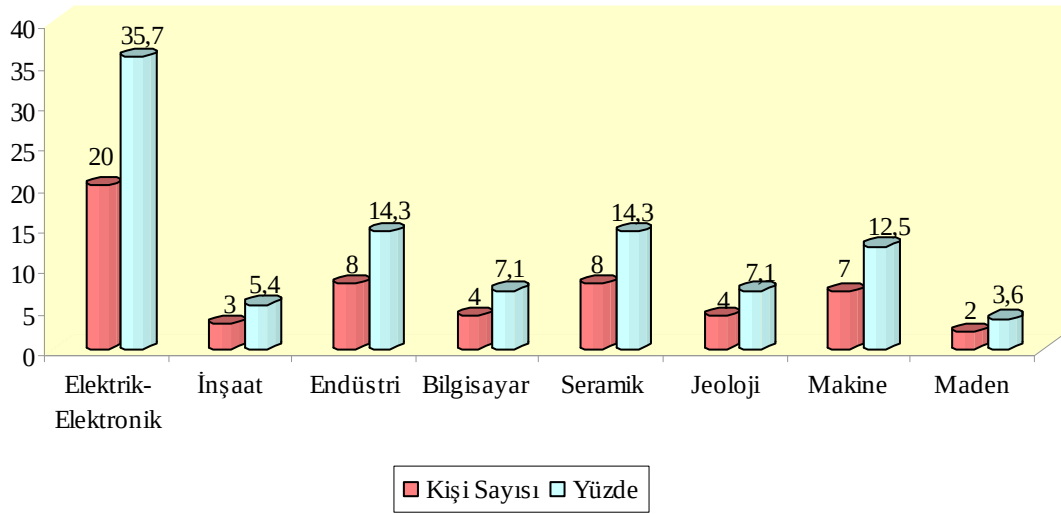
Grafik 3. 6: Katılımcıların İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bölüm Dağılımı

Fen Edebiyat Fakültesi bölüm dağılımı incelendiğinde ise %26,3'lik oranla Matematik Bölümü, %20'lik oranla Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü ve %16,9'luk oranla Sosyoloji Bölümü en fazla katılımın olduğu ilk üç bölüm olmuştur. Bu fakültede en düşük katılım %2,3 oran ile Biyoloji bölümünden gerçekleşmiştir. Arkeoloji bölümünden hiç katılım olmadığı için analizde yer verilmemiştir.

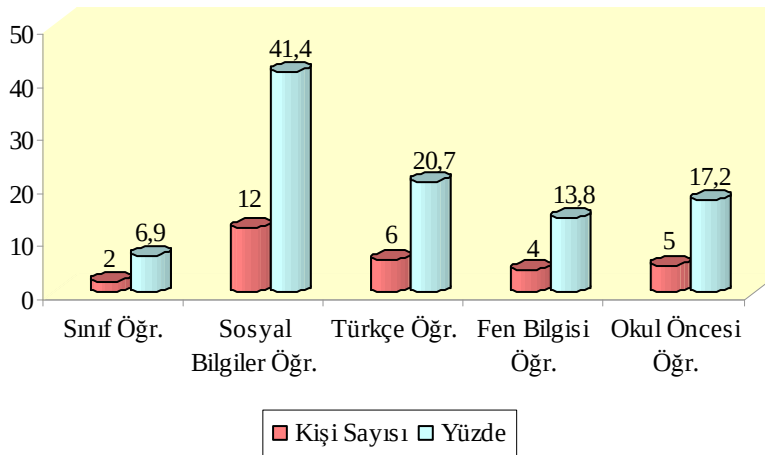
Grafik 3.7: Katılımcıların Fen Edebiyat Fakültesi Bölüm Dağılımı



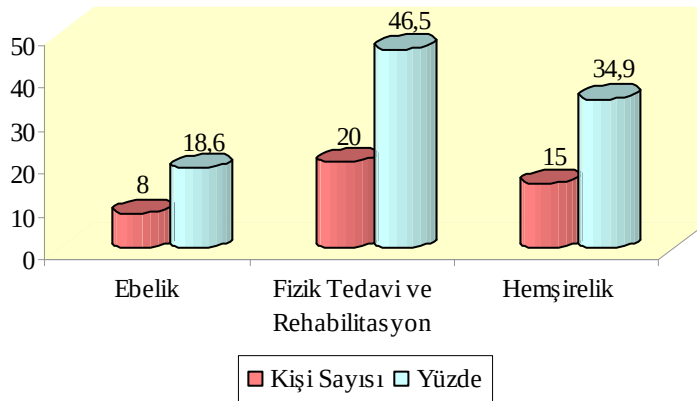
56 kişilik kullanıcı grubunu oluşturan Mühendislik Fakültesi bölüm dağılımında en fazla katılımın sağlandığı bölüm Elektrik-Elektronik Mühendisliği (%35,7) yer almış, onu %14,3 aynı oranları ile Seramik ve Endüstri Mühendisliği bölümleri takip etmiştir. En az katılımın sağlandığı bölüm Maden Mühendisliği (%3,6) olmuştur.

Grafik 3.8: Katılımcıların Mühendislik Fakültesi Bölüm Dağılımı

Eğitim Fakültesi öğrencilerinin bölümler arası dağılımında Sosyal Bilgiler Öğretmenliği(%41,4) ilk sırada yer almış, son sırasında da ile Sınıf Öğretmenliği(%6,9) bölümü yer almıştır.

Grafik 3.9: Katılımcıların Eğitim Fakültesi Bölüm Dağılımı

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'ne katılan Kütahya Sağlık Yüksekokulu'nun bölümler arası dağılımı incelendiğinde ise; Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon bölümü %46,5, Hemşirelik %34,9 ve Ebelik bölümü %18,6 oranları oluşmuştur.

Grafik 3.10: Katılımcıların Kütahya Sağlık Yüksekokulu Bölüm Dağılımı

3.5.5. Katılımcılara Göre 25 Temel Madde

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nde; bilgiye erişim, hizmet etkisi, fiziksel yapı ve kişisel denetim boyutlarına ilişkin Dumlupınar Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nin değerlendirilmesi 25 madde ile ölçülmektedir. Bu maddelere katılımcılardan; hizmete ait kabul edilebilir bulunan en düşük düzey(minimum), arzulanan hizmet düzeyi(istenen) ve kütüphanenin sağladığına inanılan hizmet düzeyi(algılanan) kategorileri altında 1 en düşük, 9 en yüksek olmak üzere puanlama yapmaları istenmektedir. Puanlamalar sonucunda, kullanıcılar tarafından kabul edilebilir en düşük hizmet düzeyini gösteren sayı olan minimum hizmet düzeyi ile kütüphanenin halen sağladığı düşünülen sayı olan algılanan hizmet seviyesi arasındaki fark “olumsuz” yani negatif(-) ise kütüphanenin kullanıcıların beklentilerini karşılamadığı düşünülebilir. Eğer fark “olumlu” yani pozitif(+) ise kütüphanenin kullanıcıların beklentilerini karşıladığı varsayılabilir(Akbayrak, 2005: 80). 25 maddenin üç kategoriye göre genel ortalamaları ve yukarıda belirtilen yöntemle göre oluşan boşluklar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.1: 25 Temel Maddenin Katılımcılardan Gelen Yanıtlara Göre Analizi

MADDELER	X_M	X_i	X_A	Boşluk
1. Kütüphane çalışanları kullanıcılara güven vermektedir	5,56	7,88	6,21	0,65
2. Kullanımı kolay erişim araçları aradığımı kendi kendime bulmamı sağlamaktadır	5,73	7,92	6,38	0,65
3. Çalışmalarım için gereksinim duyduğum basılı ve elektronik dergi koleksiyonu vardır	5,21	7,58	5,59	0,38
4. Kütüphane çalışanları kullanıcıların sorularını yanıtlamaya hazırdır	5,58	7,85	6,08	0,40
5. Bireysel çalışmalar için sessiz ortam vardır	6,41	8,32	6,82	0,41
6. Kütüphane koleksiyonlarına erişim kolaydır	5,97	7,94	6,64	0,67
7. Kütüphane çalışanları kullanıcılara yardım etmeye isteklidir	5,43	7,72	5,72	0,29
8. Kütüphane çalışma saatleri uygundur	6,06	8,14	6,62	0,56
9. Kütüphane çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir	6,95	8,37	7,99	1,04
10.Kütüphane personeli kullanıcıların kütüphane hizmetleri ile ilgili sorunlarını gidermeye çalışmaktadır	5,69	7,82	6,18	0,49
11.Kütüphane web sayfası kendi kendime bilgiye ulaşmama imkan vermektedir	5,98	8,02	6,67	0,69
12.Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir	4,59	7,21	4,64	0,05
13.Kütüphane ortamı çalışma ve öğrenme isteği uyandırmaktadır	6,18	8,00	7,17	0,99
14.İhtiyaç duyduğum basılı kütüphane materyalleri bulunmaktadır	5,81	7,85	6,20	0,39
15.Kütüphane çalışanları kullanıcıların sorularını yanıtlayabilecek bilgiye sahiptir	5,46	7,72	5,97	0,51
16.Modern donanım ihtiyaç duyulan bilgiye kolayca erişimi sağlamaktadır	5,84	7,83	6,55	0,71
17.Kütüphane çalışanları her zaman naziktir	5,80	7,82	6,30	0,5
18.Çalışmalarım için gereksinim duyduğum elektronik bilgi kaynakları bulunmaktadır	5,55	7,77	6,14	0,59
19.Mekanlar grup çalışmasına uygundur	5,83	7,82	6,30	0,47
20.Kütüphane çalışanları kullanıcılarla düzeyli bir şekilde ilgilenmektedir	5,48	7,60	5,98	0,40
21.Bireysel kullanım için bilgiye kolay erişilebilmektedir	5,86	7,91	6,74	0,88
22.Dokümanları zamanında sağlamaktadır	5,70	7,81	6,33	0,63
23.Kütüphane çalışanları kullanıcıların ihtiyaçlarını anlayabilmektedir	5,59	7,74	6,14	0,55
24.Ortam çalışma, öğrenme ve araştırma için uygundur	5,56	8,33	7,34	1,78
25.Ev ya da ofisten elektronik kaynaklara kolay ulaşılabilir	5,61	7,73	6,13	0,52

Yukarıdaki tabloda, anket sonucunda her bir madde için üç farklı kategoride elde edilen ortalama puanlar görülmektedir. Ortalama puanlar içerisinde en çok dikkat çeken nokta, bir kategoride en düşük ortalamaya sahip olan maddenin diğer iki kategoride de en düşük ortalamaya sahip, bir kategoride en yüksek ortalamaya sahip olan maddenin de diğer kategorilerde en yüksek ortalamaya sahip olmasıdır. Üç kategoride de en düşük ortalama “Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir” maddesine aittir. Bu maddede minimum düzey 4,59, istenen düzey 7,21 ve kütüphaneden bu konudaki algılamaları 4.64 olarak gerçekleşmiştir.

“Çalışmalarım için gereksinim duyduğum basılı ve elektronik dergi koleksiyonu vardır” maddesi de üç kategoride en düşük ikinci ortalamalara sahiptir. Üç kategoride en yüksek ortalamaya sırasıyla 6,95-8,37-7,99 ile “Kütüphane çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir” maddesi ulaşmıştır. Algılamalar incelendiğinde kullanıcıların en yüksek algıya sahip olduğu maddeler; ortamın; çalışma, araştırma ve öğrenmeye uygun oluşu(7,34) ve kütüphane ortamının çalışma ve öğrenme isteği uyandırması (7,17) olmuştur.

Tabloda aynı zamanda anketi yanıtlayan 405 kütüphane kullanıcısının kütüphane hizmetleri hakkındaki beklentileri ve algılamaları değerlendirilerek boşluklar belirtilmiştir. Ankette yer alan 25 maddenin verilen yanıtlara göre yapılan analizinde negatif farkın olduğu herhangi bir madde bulunmamaktadır. Bütün farklar pozitif çıkmıştır. Analiz yöntemine göre bakıldığında katılımcıların 25 maddeye ilişkin kütüphaneden aldıkları hizmetten memnun oldukları düşünülebilir. En yüksek pozitif fark, “Kütüphane, çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir(1,04)” maddesinde gerçekleşmiştir. En yüksek ikinci pozitif fark, “Kütüphane ortamı çalışma ve öğrenme isteği uyandırmaktadır(0,99)”, en yüksek üçüncü fark, “Ortam; çalışma, araştırma ve öğrenme için uygundur(0,78)” maddeleri olarak gözlemlenmiştir. İlgili hizmetlerin kalite düzeyleri hakkında olumlu ifadeler kullanılabilir ve kullanıcıların aldıkları hizmetten memnun oldukları söylenebilir. Bir diğer ifadeyle ilgili hizmetler, kullanıcıların kütüphaneden en çok memnun olduğu üç hizmettir denilebilir. Kullanıcılar tarafından en düşük olumlu farkın ortaya konulduğu veya en düşük memnuniyetlerinin ortaya konulduğu hizmet ise, 0,05 ile “Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir” maddesinde ele alınan hizmettir. Bu bilgiye göre, ortaya çıkan boşluk sifıra çok yakındır, dolayısıyla olumlu ifadeler kullanılsa bile yine de ilgili hizmetin kalite düzeyinin artırılması için gerekli çalışmaların yapılması gerektiği söylenebilir. Katılımcıların en düşük memnuniyete sahip oldukları diğer maddeler ve oranları aşağıda verilmiştir:

- Kütüphane çalışanları kullanıcılara yardım etmeye isteklidir: 0,29
- Çalışmalarım için gereksinim duyduğum basılı ve elektronik dergi koleksiyonu vardır: 0,38
- İhtiyaç duyduğum basılı kütüphane materyalleri bulunmaktadır: 0,39.

3.5.6. Katılımcılara Göre LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutları

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'ne göre kütüphane hizmet kalitesine yönelik algılamalar ve beklentiler dört temel hizmet kalitesi boyutunda ele alınmaktadır(Akbayrak, 2005: 95);

- Bilgiye erişim
- Hizmet etkisi
- Fiziksel yapı
- Kişisel denetim

Maddeler yukarıdaki dört boyuta göre sınıflandırılarak, üç kategoriye ait ortalamaları ve bu ortalamalara göre oluşturdukları boşluklar hesaplanmıştır. Dört boyuta ait maddeler, ortalamalar ve yapılan hesaplamalar aşağıdaki tabloda ayrıntılı bir şekilde verilmiştir.

Tablo 3.2: LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutlarına Ait Maddeler

MADDELER	X_M	X_i	X_A	Boşluk
Bilgiye erişim				
3- Çalışmalarım için gereksinim duyduğum basılı ve elektronik dergi koleksiyonu vardır	5,21	7,58	5,59	0,38
8- Kütüphane çalışma saatleri uygundur	6,06	8,14	6,62	0,56
14- İhtiyaç duyduğum basılı kütüphane materyalleri bulunmaktadır	5,81	7,85	6,20	0,39
18- Çalışmalarım için gereksinim duyduğum elektronik bilgi kaynakları bulunmaktadır.	5,55	7,77	6,14	0,59
22- Dokümanlar zamanında sağlanmaktadır	5,70	7,81	6,33	0,63
Hizmet Etkisi				
1- Kütüphane çalışanları kullanıcılara güven vermektedir	5,56	7,88	6,21	0,65
4- Kütüphane çalışanları kullanıcıların sorularını yanıtlamaya hazırdır	5,58	7,85	6,08	0,50
7- Kütüphane çalışanları kullanıcılara yardım etmeye isteklidir	5,43	7,72	5,72	0,29
10- Kütüphane personeli kullanıcıların kütüphane hizmetleri ile ilgili sorunlarını gidermeye çalışmaktadır	5,69	7,82	6,18	0,49
12- Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir	4,59	7,21	4,64	0,05
15- Kütüphane çalışanları kullanıcıların sorularını yanıtlayabilecek bilgiye sahiptir	5,46	7,72	5,97	0,51
17- Kütüphane çalışanları her zaman naziktir	5,80	7,82	6,30	0,50
20- Kütüphane çalışanları kullanıcılarla düzeyli bir şekilde ilgilenmektedir	5,48	7,60	5,98	0,50
23- Kütüphane çalışanları kullanıcıların ihtiyaçlarını anlayabilmektedir	5,59	7,74	6,14	0,55
Fiziksel Yapı				
5- Bireysel çalışmalar için sessiz ortam vardır	6,41	8,32	6,82	0,41
9- Kütüphane çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir.	6,95	8,37	7,99	1,04
13- Kütüphane ortamı çalışma ve öğrenme isteği uyandırmaktadır	6,18	8,00	7,17	0,99
19- Mekanlar grup çalışmasına uygundur	5,83	7,82	6,30	0,47
24- Ortam çalışma, öğrenme ve araştırma için uygundur	6,56	8,33	7,34	0,78
Kişisel Denetim				
2- Kullanımı kolay erişim araçları aradığımı kendi kendime bulmamı sağlamaktadır	5,73	7,92	6,38	0,65
6- Kütüphane koleksiyonlarına erişim kolaydır	5,97	7,94	6,64	0,67
11- Kütüphane web sayfası kendi kendime bilgiye ulaşmama imkan vermektedir	5,98	8,02	6,67	0,69
16- Modern donanım ihtiyaç duyulan bilgiye kolayca erişimi sağlamaktadır	5,84	7,83	6,55	0,71
21- Bireysel kullanım için bilgiye kolay erişilebilmektedir	5,86	7,91	6,74	0,88
25- Ev ya da ofisten elektronik kaynaklara kolay ulaşılabilirlik	5,61	7,73	6,13	0,52

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nin ilk bölümünde yer alan ve ölçeğin temelini oluşturan 25 maddenin dört hizmet kalitesi boyutunda gruplandırılarak ayrı ayrı analizleri yapılmış, yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara ilişkin yorumlara aşağıda geniş bir şekilde yer verilmiştir.

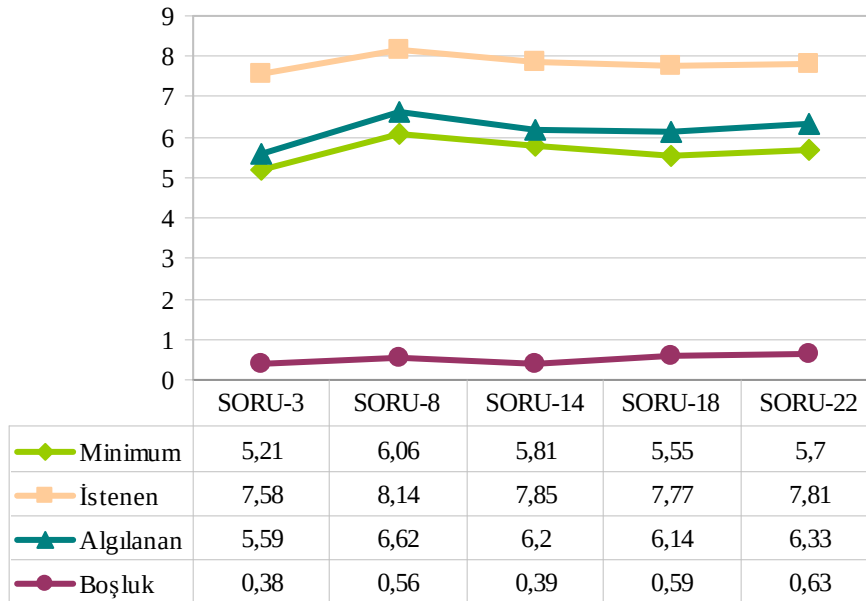
3.5.6.1. Bilgiye Erişim Boyutu Analizi

Bilgiye erişim hizmet kalitesi boyutundaki beş madde incelendiğinde kütüphane kullanıcılarının minimum hizmet beklenti seviyesi ile algıladıkları hizmet

seviyesi arasındaki farkların tamamının pozitif çıktığı görülmektedir. Bilgiye erişim boyutunda pozitif farkın en yüksek çıktığı hizmet, 0,63 ile “Dokümanlar zamanında sağlanmaktadır” maddesinde ele alınan hizmettir. İlgili hizmetin kalite düzeyinden kullanıcıların memnun oldukları söylenebilir. Bu boyutta gözlemlenen en düşük fark ise 0,38 ile “Çalışmalarım için gereksinim duyduğum basılı ve elektronik dergi koleksiyonu vardır” maddesinde gerçekleşmiştir. Gerçekleşen farkın, ilgili boyuttaki en düşük fark olmasına rağmen hizmet kalitesi açısından olumlu olduğu söylenebilir.

Bilgiye erişim boyutu genel olarak değerlendirilecek olursa, ilgili maddelerde elde edilen boşluklar sonucunda bilgiye erişim boyutunun boşluklar ortalaması 0,51 olarak hesaplanmıştır. Boşluklar modeline göre, oluşan bu farkın bilgiye erişim boyutunun hizmet kalitesi düzeyi olduğu düşünülürse, kullanıcıların bu boyutla ilgili aldıkları hizmetlerden memnun oldukları söylenebilir.

Grafik 3.11: Bilgiye Erişim Boyutu Analizi



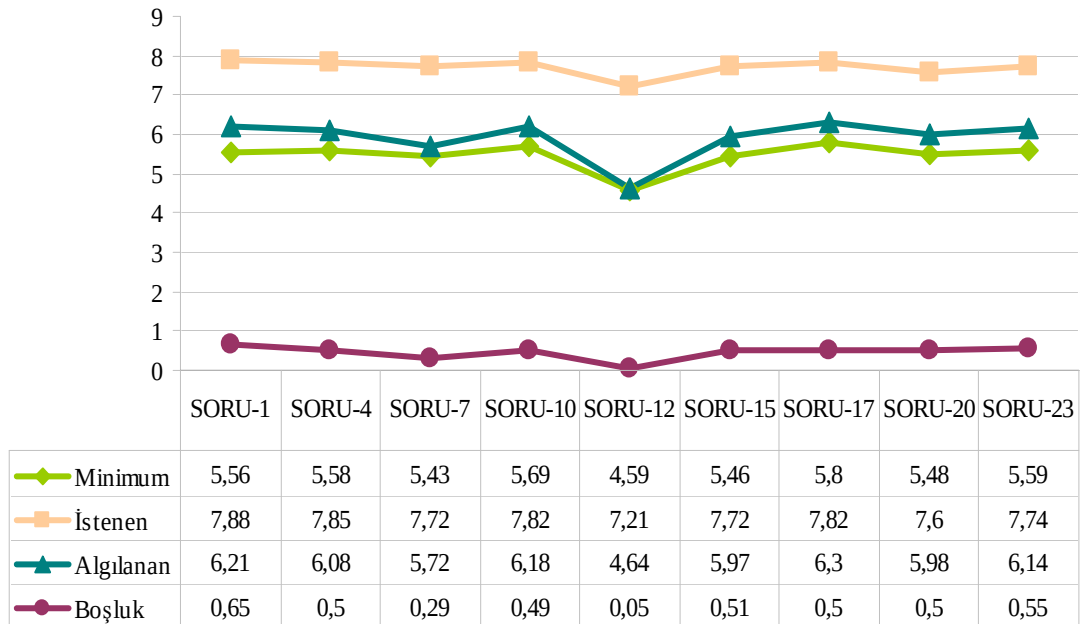
3.5.6.2. Hizmet Etkisi Boyutu Analizi

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi’nde hizmet etkisi boyutu, genel anlamda kütüphane personelinin kullanıcıyla olan ilişkisinin ve mesleki deneyimlerinin değerlendirildiği 9 maddeden oluşmaktadır. Hizmet etkisi boyutunu oluşturan bu dokuz madde incelendiğinde en yüksek farkın, 0,55 ile “Kütüphane çalışanları kullanıcıların

ihtiyaçlarını anlayabilmektedir” maddesinde ele alınan hizmete ait olduğu görülmektedir. Kullanıcıların hizmet etkisi boyutunda en çok memnun olduğu hizmetin ilgili hizmet olduğu söylenebilir. Bu boyuttaki en düşük fark ise, aynı zamanda 25 temel madde içerisinde de en düşük farka sahip olan “Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir” maddesinde ele alınan hizmettir. İlgili hizmetin yarattığı değerlerin oluşturduğu boşluk 0,05’tir. Bu fark her ne kadar pozitif olsa da çok düşük olması sebebiyle ilgili hizmetin kalite düzeyinin artırılması için gerekli çalışmaların yapılması gerektiği söylenebilir.

Hizmet etkisi boyutunun genel bir değerlendirilmesi yapıldığında, dokuz maddeye ait boşluklar sonucunda elde edilen ortalama boşluk 0,45’tir. Hizmet etkisi boyutu bu ortalama ile dört hizmet kalitesi boyutunda en düşük boşluk ortalamasına sahip olmuştur. Dört boyut içerisinde en düşük ortalama boşluğa sahip olsa da kullanıcıların bu boyuttan genel olarak memnun olduğu söylenebilir. Ancak; eğer kütüphane, hizmet kalitesiyle ilgili iyileştirme çalışmaları yapacaksa buna hizmet etkisi boyutundan başlamalıdır denilebilir.

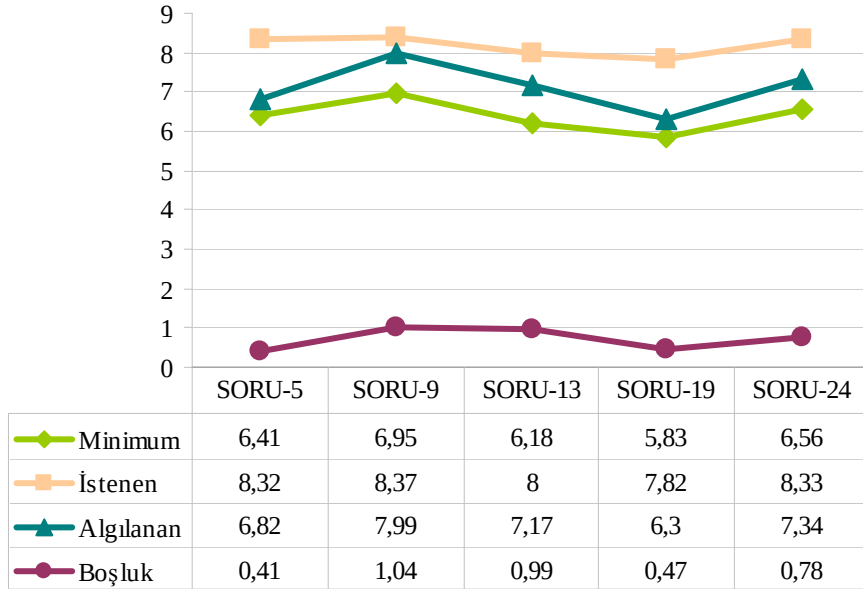
Grafik 3.12: Hizmet Etkisi Boyutu Analizi



3.5.6.3. Fiziksel Yapı Boyutu Analizi

Anket verilerine göre en olumlu sonucun elde edildiği fiziksel yapı boyutu genel olarak kütüphanenin fiziki yapısının değerlendirildiği beş maddeden oluşmaktadır. Verilen puanlar sonucunda elde edilen boşluklara bakıldığında en yüksek pozitif boşluğun 1,04 ile “Kütüphane çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir.” maddesinde değerlendirilen hizmette gerçekleştiği görülmektedir. Buna göre kütüphanenin genel anlamda konforlu bir alan olduğu konusunda bir yaklaşım olduğu söylenebilir. İlgili hizmet aynı zamanda, 25 madde içerisinde en yüksek pozitif farkın olduğu hizmet olma özelliğini de taşımaktadır. Bu boyutta en düşük fark; kütüphanenin sessiz oluşu(0,41) ve grup çalışmasına uygun oluşunun(0,47) değerlendirildiği maddelerde gerçekleşmiştir. Yine de değerler yüksek olduğu için bu hizmetlerle ilgili olumlu ifadeler kullanılabilir. Ancak; farklar her ne kadar iyi derecede pozitif olsa da mekân olarak kütüphane boyutunun genel boşluk ortalaması olan 0,94’ün bir hayli altındadır. Bu yüzden değerlendirme yapılırken bunun dikkate alınması daha uygundur denilebilir.

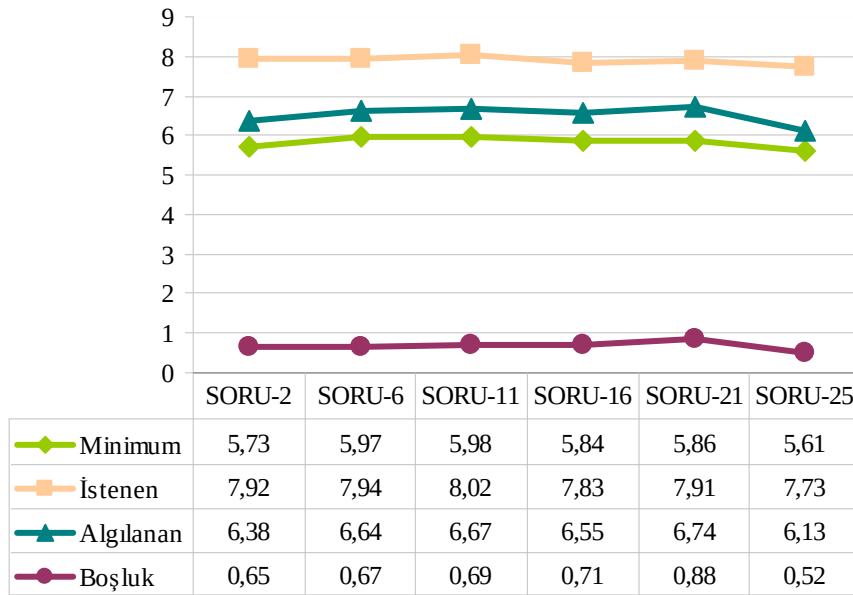
Fiziksel yapı boyutu genel olarak değerlendirildiğinde elde edilen ölçümlere göre, 0,74’lük ortalama fark ile hizmet kalitesi boyutları arasında en yüksek ortalama farka sahip boyut olduğu görülmüştür. Buna göre, ilgili hizmet kalitesi boyutunun kullanıcıları en çok memnun eden boyut olduğu ve kütüphanenin ilgili hizmetleri başarıyla gerçekleştirdiği söylenebilir.

Grafik 3.13: Fiziksel Yapı Boyutu Analizi

3.5.6.4. Kişisel Denetim Boyutu Analizi

Hizmet kalitesi boyutlarının sonuncusu olan kişisel denetim boyutu, kullanıcıların kütüphane kaynaklarına erişimlerinin ve bu erişimlerde kütüphanedeki donanımların etkisinin değerlendirildiği altı maddeden oluşmaktadır. Diğer hizmet kalitesi boyutlarında olduğu gibi bu boyutta da bütün farklar pozitif çıkmıştır. En yüksek pozitif fark 0,88 ile kullanıcıların bilgiye bireysel olarak erişimlerinin kolaylığının değerlendirildiği maddede gerçekleşmiştir. Buna göre ilgili hizmet için kütüphanenin kullanıcı memnuniyetini sağlandığı düşünülebilir. En düşük fark ise 0,52 ile kütüphane materyallerine uzaktan erişimin kolaylığının değerlendirildiği maddede gerçekleşmiştir. Diğer verilere göre düşük olsa bile elde edilen değer yüksek olduğu için ilgili hizmetle ilgili olumlu ifadeler kullanılabilir.

Kişisel denetim boyutunu oluşturan maddelerden elde edilen boşluklara göre ortaya çıkan ortalama kişisel denetim boşluğu 0,69'dur. Bu ortalama boşluk aynı zamanda, fiziksel yapı boyutundan elde edilen ortalamadan sonra gerçekleşen en yüksek boşluktur. Kişisel denetim boyutu için, verilere göre kütüphanenin kişisel denetimle ilgili hizmetleri başarıyla gerçekleştirdiği söylenebilir.

Grafik 3.14: Kişisel Denetim Boyutu Analizi

Yukarda değerlendirilen dört hizmet kalitesi boyutu verilerinden yararlanarak bu boyutların ortalama minimum-istenen-algılanan hizmet düzeyleri ile oluşturdukları boşluklar aşağıda verilmiştir.

Tablo 3.3: Katılımcılardan Gelen Yanıtlara Göre LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi

Boyutları

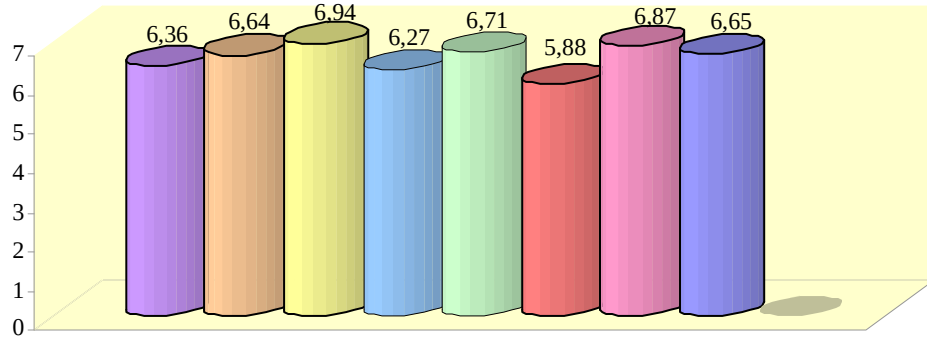
HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI	$X_{\square M}$	$X_{\square i}$	$X_{\square A}$	Boşluk
Bilgiye Erişim	5,67	7,83	6,18	0,51
Hizmet Etkisi	5,46	7,67	5,91	0,45
Mekân Olarak Kütüphane	6,39	8,17	7,13	0,74
Kişisel Denetim	5,84	7,89	6,53	0,69

3.5.7. Kullanıcı Memnuniyeti ve Kullanıcıların Akademik Çalışmalarında

Kütüphanenin Rolü

Kullanıcı memnuniyeti ve kullanıcıların akademik çalışmalarında kütüphanenin rolünün sorgulandığı sekiz maddeden yedisi, 1 hiç katılmıyorum 9 tamamen katılıyorum olmak üzere dokuzlu likert ölçeğinde, diğer bir madde de 1 çok kötü, 9 çok iyi olmak üzere yine dokuzlu likert ölçeğinde değerlendirilmiştir. Değerlendirmelerden elde edilen puanların ortalaması aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Grafik 3.15: Kullanıcı Memnuniyeti ve Kullanıcıların Akademik Çalışmalarında Kütüphanenin Rolü



- Kütüphane ilgi alanlarındaki gelişmeleri takip edebilmem için bana yardımcı olur
- Akademik kariyerimde gelişimde kütüphane bana yardımcı olur
- Kütüphane akademik araştırmalarımda daha verimli olabilmemi sağlar
- Kütüphane güvenilir ve güvenilmez bilgileri ayırt etmemi sağlar
- Kütüphane işimde ve çalışmamda gerekli bilgi becerilerini sağlar
- Kütüphanede gördüğüm davranışlar beni tatmin etmektedir
- Genelde kütüphanenin öğrenme, araştırma ve öğretme ihtiyaçlarımı desteklemesinden memnunum
- Kütüphane tarafından sağlanan tüm hizmet kalitesini genel olarak nasıl puanlıyorsunuz

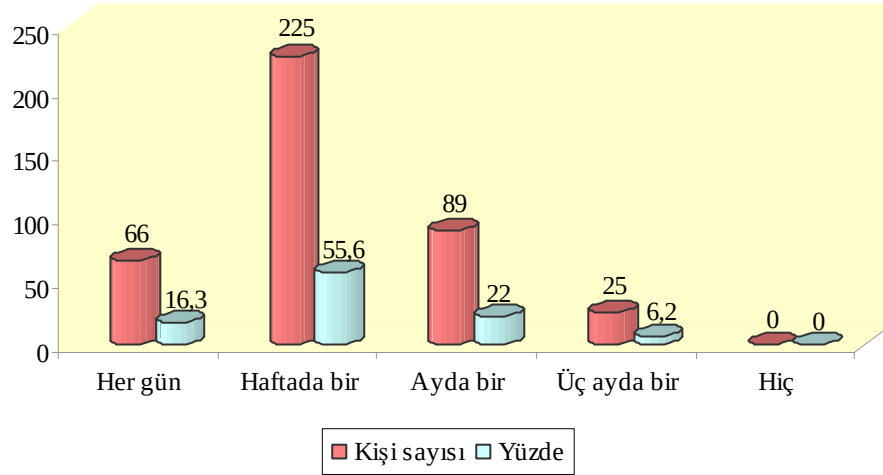
1 hiç katılmıyorum 9 tamamen katılıyorum olmak üzere dokuzlu likert ölçekle değerlendirilen yedi madde içerisinde en yüksek ortalama 6,94 ile “Kütüphane akademik araştırmalarımda daha verimli olabilmemi sağlar” maddesinde ortaya çıkmıştır. En düşük ortalamanın da 5,88 ile “Kütüphanede gördüğüm davranışlar beni memnun etmektedir” ifadesinde gerçekleştiği belirlenmiştir. Kütüphanenin tüm hizmet kalitesinin 1 çok kötü, 9 çok iyi olmak üzere değerlendirildiği sekizinci maddede ise 6,65 ortalama elde edilmiştir.

3.5.8. Kullanım Sıklığı Dağılımlarının İncelenmesi

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi’nde kullanıcıların kütüphane kullanım sıklığını sorgulamak üzere geliştirilmiş olan üç maddeden birincisinde kullanıcıların kütüphane materyallerini ne sıklıkla kullandıkları sorgulanmaktadır. Elde edilen veriler sonucu oluşturulan aşağıdaki grafikte katılımcıların %55,6’sının kütüphaneyi haftada bir kullandığı görülmüştür. Bu oran aynı zamanda kütüphane materyallerini kullananlar içerisindeki en yüksek orandır. Katılımcıların %22’si kütüphane materyallerini ayda bir, %16,3’ü her gün, %6,2’si üç ayda bir

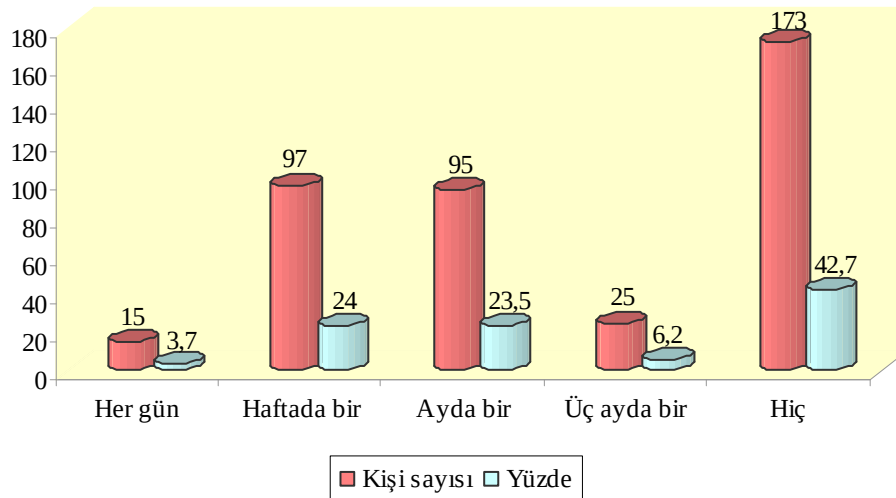
kullanmaktadır. Katılımcılar içerisinde kütüphane materyallerini hiç kullanmayan öğrenci bulunmamaktadır.

Grafik 3.16: Kütüphane Kaynaklarını Kullanım Sıklığı



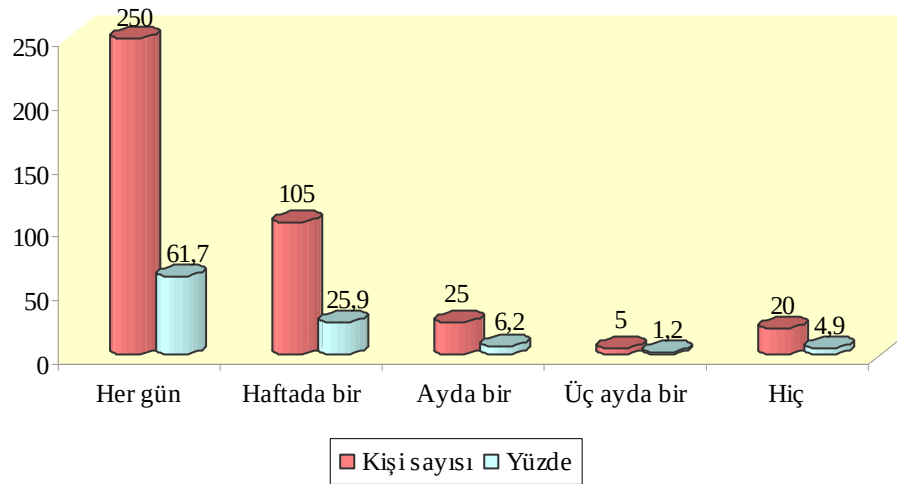
Aşağıdaki grafikteki verilere bakıldığında LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'ne katılan kullanıcıların %42,7'si kütüphane web sayfasını “Hiç” kullanmamış ve “Kütüphane Kaynaklarını Web Sayfası Üzerinden Ulaşma Sıklıkları” içerisindeki en yüksek oranı oluşturmuştur. Hiç kullanmayanları %24 ile “Haftada Bir” kullananlar, %23,5 ile de “Ayda Bir” kullananlar takip etmiştir. En düşük oran ise %3,7 ile “Her Gün” kullanan kullanıcıların oluşturduğu sıklığa ait oran olmuştur.

Grafik 3.17: Kütüphane Web Sitesini Kullanım Sıklığı



LibQUAL+™ anketindeki “Bilgi İçin Yahoo, Google veya Diğer Ağ Geçitlerini Kullanma Sıklıkları” incelendiğinde bu sıklığa ait en yüksek değer %61,7 ile “Her Gün” kullanan kullanıcılar oluşturmuştur. %25,9 ile “Haftada Bir” kullananlar ikinci, %6,2 ile “Ayda Bir” kullananlar üçüncü en yüksek grubu oluşturmuştur. En düşük yüzdeye sahip olan grup %1,2 ile “Üç Ayda Bir” kullanan kullanıcı grubu olmuştur.

Grafik 3.18: Bilgi İçin Yahoo, Google veya Diğer Ağ Geçitlerini Kullanım Sıklığı



3.5.9. DPÜ, ABD ve ODTÜ Bulgularının Karşılaştırılması

ODTÜ’de uygulanan anketin genel ortalamaları değerlendirildiğinde hizmet kalitesi boyutlarından bilgiye erişim ve kişisel denetimde negatif, hizmet etkisi ve fiziksel yapıda ise pozitif değerler ortaya çıkmasına rağmen DPÜ ve ABD ortalamalarının tümünün pozitif olduğu görülmektedir. DPÜ ve ABD ortalamalarında ortaya çıkan pozitif değerler oldukça yüksek farklar yaratmıştır. ODTÜ’deki sonuçların diğer(ABD örneği) gelişmiş ülkelerdeki ölçümlere göre anlamlı farklılık yarattığı görülmüş, DPÜ’deki sonuçların ise ABD gibi gelişmiş ülkelerle paralellik gösterdiği gözlemlenmiştir. ABD’deki ve DPÜ’deki kullanıcıların üniversitelerinin kütüphanelerinden aldıkları hizmetten memnun oldukları söylenebilir.

Tablo 3.4: DPÜ, ODTÜ VE ABD Bulguları

DPÜ					ODTÜ*				ABD*			
	X _M	X _i	X _A	Boşluk	X _M	X _i	X _A	Boşluk	X _M	X _i	X _A	Boşluk
Bilgiye Erişim	5,67	7,83	6,18	0,51	5,85	7,28	5,65	-0,20	6,70	8,14	7,02	0,32
Hizmet Etkisi	5,46	7,67	5,91	0,45	5,84	7,46	5,89	0,05	6,46	7,90	7,14	0,68
Fiziksel Yapı	6,39	8,17	7,13	0,74	6,36	7,83	6,39	0,03	6,18	7,63	6,91	0,73
Kişisel Denetim	5,84	7,89	6,53	0,69	6,18	7,74	6,03	-0,15	6,73	8,24	7,16	0,44

* Kaynak: Akbayrak, 2006: 127

3.5.10. Yorumlayıcı İstatistikler

Yorumlayıcı istatistikler kapsamında hipotezlerin çok değişkenli hipotez testleri ile test edilmesinde kullanılan test istatistikleri; bağımsız örnekler f testi, eşleştirilmiş t testi ve varyans analizlerinden oluşmaktadır. Test bulguları aşağıda verilmiştir.

Tablo 3.5: LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Boyutlarının Katılımcılardan Gelen Yanıtlara Göre Analizi

HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI	X_M	X_I	X_A	Boşluk	t	Sig.
Bilgiye Erişim	5,67	7,83	6,18	0,51	-6,12	0,000
Hizmet Etkisi	5,46	7,67	5,91	0,45	-5,01	0,000
Mekân Olarak Kütüphane	6,39	8,17	7,13	0,74	-9,01	0,000
Kişisel Denetim	5,84	7,89	6,53	0,69	-8,23	0,000

Minimum hizmet düzeyi değerlendirmeleri ile algılanan hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır. Minimum hizmet düzeyi ile algılanan hizmet düzeyi arasındaki farkın testinde eşleştirilmiş t testi kullanılmıştır. Kalite boyutları dahilinde $P < 0,05$ çıkmıştır. Hizmet kalitesi boyutlarının testinde MHD ile AHD arasında anlamlı bir fark vardır. Bu fark kullanıcıların hizmetlerden memnun olmalarını göstermesi açısından önemlidir.

H_{1A} : Cinsiyete göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.6: Cinsiyete Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		X _M	ss.	t	Sig.	X _I	ss.	t	Sig.	X _A	ss.	t	Sig.
Bilgiye Erişim	Erkek	5,46	1,70	-1,92	0,056	7,81	1,29	-0,24	0,809	5,96	1,53	-2,52	0,012*
	Kadın	5,79	1,69			7,84	1,19			6,33	1,39		
Hizmet Etkisi	Erkek	5,30	1,57	-1,51	0,132	7,76	1,17	0,79	0,433	5,84	1,65	-0,71	0,478
	Kadın	5,56	1,69			7,66	1,27			5,96	1,62		
Fiziksel Yapı	Erkek	6,17	1,52	-2,11	0,035*	8,11	0,96	-0,87	0,386	6,88	1,28	-3,06	0,002*
	Kadın	6,52	1,71			8,20	0,98			7,27	1,22		
Kişisel Denetim	Erkek	5,64	1,75	-1,87	0,062	7,91	1,16	0,27	0,791	6,34	1,57	-2,02	0,045*
	Kadın	5,97	1,70			7,87	1,15			6,64	1,33		

Cinsiyete göre minimum hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Yalnızca fiziksel yapı değişkeninde farklılık olduğu, kadınların erkeklere göre kütüphanenin fiziksel yapısından bekledikleri en düşük hizmet düzeyinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Cinsiyete göre istenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerlik göstermektedir.

Cinsiyete göre algılanan hizmet düzeyi değerlendirmelerinde, yalnızca hizmet etkisi değişkeni benzerlik göstermekte, diğer değişkenler farklılık göstermektedir. Buna göre kütüphane kaynakları, kütüphanenin fiziki yapısı ve kütüphane kaynaklarına erişimin yeterliliğinin değerlendirmesinde kadınların erkeklere göre daha olumlu baktıkları ifade edilebilir.

H_{1B}: Fakültelere göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.7: Fakültelere Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		X $\bar{M}$	ss.	F	Sig.	X $\bar{İ}$	ss.	F	Sig.	X $\bar{A}$	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	İ.İ.B.F.	5,75	1,54	3,35	0,003* 3-7 6-7 7-3 7-6	7,77	1,27	1,21	0,303	6,28	1,28	1,31	0,254
	Fen Ed.	5,59	1,90			7,67	1,28			5,98	1,52		
	Mühendislik	5,19	1,64			8,00	1,12			6,23	1,26		
	Eğitim	6,23	1,66			8,19	0,84			6,58	1,37		
	K.S.Y.	5,75	1,54			7,85	1,39			6,01	1,63		
	S. Bilimler	4,89	1,34			8,04	0,96			6,29	1,59		
	Diğer	6,85	1,33			8,06	1,03			6,69	2,05		
Hizmet Etkisi	İ.İ.B.F.	5,56	1,52	2,75	0,013* 4-6 6-4	7,61	1,30	1,70	0,119	5,87	1,76	1,30	0,257
	Fen Ed.	5,32	1,86			7,51	1,32			5,72	1,58		
	Mühendislik	5,19	1,48			7,88	1,10			6,16	1,33		
	Eğitim	6,05	1,65			8,16	0,74			6,56	1,41		
	K.S.Y.	5,78	1,42			7,86	0,97			5,86	1,63		
	S. Bilimler	4,51	1,47			7,88	0,99			5,99	2,03		
	Diğer	6,05	1,34			7,71	1,66			5,87	1,85		
Fiziksel Yapı	İ.İ.B.F.	6,35	1,58	3,26	0,004* 3-4 4-3 4-6 6-4	8,09	1,08	0,82	0,559	7,20	1,82	0,98	0,440
	Fen Ed.	6,51	1,79			8,10	1,07			7,01	1,39		
	Mühendislik	5,89	1,65			8,28	0,91			7,17	1,04		
	Eğitim	6,99	1,33			8,41	0,66			7,42	1,12		
	K.S.Y.	6,55	1,30			8,20	0,75			6,89	1,23		
	S. Bilimler	5,39	1,78			8,40	0,59			7,40	1,38		
	Diğer	7,03	1,40			8,17	0,98			7,30	1,45		
Kişisel Denetim	İ.İ.B.F.	5,86	1,63	3,16	0,005	7,85	1,16	0,97	0,445	6,70	1,35	1,56	0,159
	Fen Ed.	5,76	1,87			7,74	1,21			6,32	1,55		
	Mühendislik	5,43	1,73			8,13	1,03			6,49	1,27		
	Eğitim	6,64	1,60			8,09	0,99			6,93	1,08		
	K.S.Y.	6,07	1,49			7,95	1,27			6,29	1,58		
	S. Bilimler	5,03	1,48			7,97	1,01			6,81	1,40		
	Diğer	5,85	1,73				1,19			6,78	1,53		

Fakültelere göre istenen ve algılanan hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzer olup yalnızca; bilgiye erişim, hizmet etkisi ve fiziksel yapı değişkenlerinin minimum hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklılık göstermektedir. Bilgiye erişim boyutunda “Diğer” seçeneğinin, mühendislik ve sosyal bilimler fakültelerine göre; hizmet etkisi boyutunda eğitim fakültesinin sosyal bilimlere göre ve fiziksel yapı boyutunda eğitim fakültesinin, mühendislik ve sosyal bilimler fakültesine göre ilgili hizmetlerden bekledikleri en düşük hizmet düzeyi değerlendirmelerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

H_{1C}: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bölümlerine göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.8: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		X _M	ss.	F	Sig.	X _i	ss.	F	Sig.	X _A	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	İşletme	5,47	1,61			7,54	1,39			6,42	1,42		
	İktisat	5,41	1,22			7,20	1,46			5,85	1,41		
	Kamu Y.	6,28	1,52	1,54	0,197	7,93	1,07	2,622	0,039	6,61	1,13	1,17	0,329
	Maliye	5,67	1,61			8,08	1,12			6,25	1,08		
	S.B.U.İ.	6,27	1,67			8,28	0,99			6,42	1,43		
Hizmet Etkisi	İşletme	5,29	1,67			7,46	1,38			6,09	1,73		
	İktisat	5,17	1,34			7,08	1,36			5,08	2,15		
	Kamu Y.	5,98	1,38	1,17	0,327	7,62	1,10	2,516	0,046* 2-5 5-2	5,92	1,71	1,92	0,112
	Maliye	5,64	1,52			7,82	1,33			6,04	1,50		
	S.B.U.İ.	5,91	1,78			8,37	0,76			6,54	1,30		
Fiziksel Yapı	İşletme	6,35	1,62			8,15	1,13			7,44	1,12		
	İktisat	6,23	1,53			7,78	1,20			7,31	1,38		
	Kamu Y.	6,75	1,41	0,41	0,798	8,12	1,03	0,879	0,479	7,09	1,20	0,52	0,719
	Maliye	6,23	1,69			8,14	1,05			7,02	1,12		
	S.B.U.İ.	6,28	1,69			8,45	0,85			7,18	1,06		
Kişisel Denetim	İşletme	5,79	1,70			7,80	1,06			6,90	1,11		
	İktisat	5,45	1,59			7,52	1,39			6,31	1,90		
	Kamu Y.	6,28	1,49	0,79	0,535	7,70	1,19	1,39	0,241	6,75	0,92	0,68	0,605
	Maliye	5,90	1,65			8,09	1,05			6,79	1,28		
	S.B.U.İ.	6,05	1,82			8,28	0,98			6,78	1,30		

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bölümlerine göre hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Sadece hizmet etkisi boyutunda istenen hizmet düzeyi değerlendirmesinin farklı olduğu, iktisat bölümünün siyaset ve uluslararası ilişkiler bölümüne göre kütüphane çalışanlarının performansından istedikleri hizmet düzeyi değerlendirmelerinin daha düşük olduğu ifade edilebilir.

H_{1D}: Fen Edebiyat Fakültesi bölümlerine göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.9: Fen Edebiyat Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		X $\bar{M}$	ss.	F	Sig.	X $\bar{İ}$	ss.	F	Sig.	X $\bar{A}$	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	Matematik	5,28	1,95	1,40	0,208	7,61	1,54	0,47	0,854	5,54	1,95	1,59	0,145
	Biyoloji	6,33	2,44			7,73	2,19			6,20	0,53		
	Fizik	6,48	2,23			7,88	1,35			5,06	1,64		
	Kimya	5,86	1,91			7,57	1,38			6,41	1,32		
	Türk D.	5,98	1,44			7,76	1,08			6,38	1,09		
	İngiliz D.	5,57	1,78			7,77	0,75			6,54	1,27		
	Sosyoloji	5,60	1,81			7,89	1,06			6,11	1,25		
	Tarih	4,40	2,25			7,13	1,26			6,04	1,40		
Hizmet Etkisi	Matematik	4,85	1,53	1,50	0,172	7,37	1,44	0,19	0,987	5,22	1,45	2,43	0,023*
	Biyoloji	6,00	2,72			7,30	2,57			6,78	2,08		
	Fizik	6,39	1,98			7,70	1,31			4,90	1,20		
	Kimya	5,70	1,88			7,59	1,27			6,60	0,94		
	Türk D.	5,12	2,34			7,50	1,35			5,66	1,99		
	İngiliz D.	6,27	0,84			7,90	0,91			6,56	0,67		
	Sosyoloji	5,49	1,47			7,55	1,34			5,62	1,45		
	Tarih	4,70	1,98			7,47	1,09			6,30	1,68		
Fiziksel Yapı	Matematik	6,11	1,64	1,23	0,294	8,02	1,10	0,34	0,934	6,56	1,46	2,19	0,040*
	Biyoloji	6,60	1,91			7,73	1,68			7,13	1,40		
	Fizik	6,94	1,70			8,24	1,07			6,14	1,20		
	Kimya	6,67	1,97			7,97	1,13			7,57	1,08		
	Türk D.	7,12	1,43			8,34	0,85			7,33	1,12		
	İngiliz D.	7,23	0,88			8,17	0,60			7,89	0,44		
	Sosyoloji	6,03	2,14			8,03	1,40			6,94	1,66		
	Tarih	6,23	2,23			7,98	0,85			7,18	1,56		
Kişisel Denetim	Matematik	5,47	1,63	0,77	0,615	7,52	1,39	0,48	0,847	5,88	1,62	1,48	0,181
	Biyoloji	6,87	2,20			8,06	1,64			7,50	1,33		
	Fizik	6,42	2,24			8,00	1,32			5,60	1,48		
	Kimya	5,81	1,86			7,64	1,09			6,60	1,08		
	Türk D.	6,16	2,10			7,97	0,90			6,76	1,62		
	İngiliz D.	5,80	2,06			7,95	0,89			6,79	1,95		
	Sosyoloji	5,50	1,82			7,78	1,34			6,25	1,32		
	Tarih	5,30	1,73			7,53	1,22			6,42	1,67		

Fen Edebiyat Fakültesi bölümlerine göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Anova tablosunda hizmet etkisi ve fiziksel yapı boyutlarında algılanan hizmet düzeyi değerlendirmelerinin farklı olduğu, ancak ayrıntılı tabloda herhangi bir farklılık olmadığı görülmüştür.

H_{1E}: Mühendislik Fakültesi bölümlerine göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.10: Mühendislik Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		X $\bar{M}$	ss.	F	Sig.	X $\bar{İ}$	ss.	F	Sig.	X $\bar{A}$	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	İnşaat	6,50	1,05	1,14	0,357	8,93	0,12	1,82	0,106	7,07	1,10	0,47	0,852
	Makine	5,23	2,04			8,20	0,82			6,26	1,77		
	Seramik	5,58	1,39			7,60	0,84			6,53	1,55		
	Maden	6,90	1,27			8,90	0,14			5,70	1,27		
	Elektrik E.	5,14	1,52			7,95	1,39			6,20	1,05		
	Endüstri	4,35	2,17			8,58	0,46			6,28	1,43		
	Bilgisayar	5,35	0,68			6,85	1,45			5,95	0,97		
	Jeoloji	4,31	1,48			7,63	0,35			5,55	1,15		
Hizmet Etkisi	İnşaat	5,78	1,73	1,25	0,295	8,78	0,38	1,44	0,211	6,56	0,44	0,58	0,773
	Makine	5,75	1,31			8,05	0,65			6,94	1,31		
	Seramik	5,51	1,24			7,92	1,00			6,19	1,98		
	Maden	7,39	0,39			8,56	0,16			5,89	1,89		
	Elektrik E.	4,88	1,45			7,57	1,32			5,82	1,16		
	Endüstri	4,65	1,94			8,46	0,65			6,32	1,17		
	Bilgisayar	4,94	0,79			6,94	1,44			6,03	0,74		
	Jeoloji	4,86	1,45			7,83	1,01			6,00	1,90		
Fiziksel Yapı	İnşaat	6,87	1,01	1,14	0,353	8,93	0,12	1,45	0,207	7,53	0,70	0,60	0,756
	Makine	5,89	1,72			8,37	0,47			6,66	0,75		
	Seramik	6,53	1,64			8,55	0,48			7,45	0,94		
	Maden	7,80	0,00			8,80	0,28			7,80	1,13		
	Elektrik E.	5,53	1,54			8,10	1,06			7,22	0,84		
	Endüstri	5,10	2,31			8,65	0,42			6,98	1,66		
	Bilgisayar	6,20	1,50			7,60	1,62			7,40	1,21		
	Jeoloji	5,95	0,38			7,60	1,17			6,80	1,38		
Kişisel Denetim	İnşaat	6,23	1,53	0,61	0,746	8,78	0,38	1,32	0,260	7,21	0,68	0,61	0,747
	Makine	5,31	1,70			8,13	1,13			6,31	1,23		
	Seramik	5,60	1,86			7,96	0,87			6,56	1,63		
	Maden	7,40	0,85			9,00	0,00			5,58	3,18		
	Elektrik E.	5,28	1,96			8,03	1,08			6,39	1,11		
	Endüstri	4,83	1,86			8,52	0,45			7,08	0,77		
	Bilgisayar	5,51	1,38			7,04	1,87			6,23	1,61		
	Jeoloji	5,52	0,71			8,40	0,68			6,15	1,57		

Mühendislik Fakültesi bölümlerinin hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Kütüphane kaynakları, kütüphane personeli, kütüphanenin fiziksel yapısı ve kütüphane kaynaklarına erişimin yeterliliğiyle ilgili hizmetlerde bu fakültenin bölümlerinin hizmet düzeyi değerlendirmelerinde anlamlı farklılık olmadığı ifade edilebilir.

H_{1F}: Eğitim Fakültesi bölümlerine göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.11: Eğitim Fakültesi Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		$\bar{X}_M$	ss.	F	Sig.	$\bar{X}_İ$	ss.	F	Sig.	$\bar{X}_A$	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	Sınıf	5,70	1,56			6,90	1,56			5,60	0,85		
	S. Bilgiler	6,43	2,07			8,13	0,86			6,33	1,61		
	Türkçe	5,97	1,31	0,13	0,972	8,57	0,34	1,70	0,182	6,90	0,78	0,60	0,670
	Fen Bilgisi	6,15	1,96			8,35	0,94			6,65	1,91		
	Okul Öncesi	6,36	1,23			8,28	0,61			7,12	1,07		
Hizmet Etkisi	Sınıf	4,89	2,51			7,50	0,86			5,17	0,71		
	S. Bilgiler	6,28	1,87			8,07	0,82			6,64	1,83		
	Türkçe	5,46	1,75	0,57	0,688	8,07	0,87	0,91	0,475	6,11	0,96	1,01	0,423
	Fen Bilgisi	6,33	1,56			8,50	0,41			6,75	1,31		
	Okul Öncesi	6,47	0,66			8,49	0,47			7,29	0,24		
Fiziksel yapı	Sınıf	6,60	1,70			7,70	0,71			6,60	0,28		
	S. Bilgiler	6,80	1,40			8,35	0,83			7,23	1,39		
	Türkçe	6,17	1,21	1,87	0,148	8,40	0,55	1,08	0,388	7,00	0,54	1,66	0,193
	Fen Bilgisi	7,80	0,94			8,50	0,38			8,00	0,85		
	Okul Öncesi	7,92	0,90			8,80	0,24			8,24	0,79		
Kişisel Denetim	Sınıf	6,60	1,13			7,58	1,30			6,00	0,24		
	S. Bilgiler	6,85	1,92			8,33	0,78			6,81	1,47		
	Türkçe	6,03	1,75	0,26	0,902	8,25	0,66	1,06	0,397	6,81	0,36	0,82	0,523
	Fen Bilgisi	6,85	1,63			7,27	1,81			7,33	0,69		
	Okul Öncesi	6,72	0,89			8,17	0,81			7,43	0,84		

Eğitim Fakültesi bölümlerine göre hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Kütüphane kaynakları, kütüphane personeli, kütüphanenin fiziksel yapısı ve kütüphane kaynaklarına erişimin yeterliliğiyle ilgili hizmetlerde bu fakültenin bölümlerinin hizmet düzeyi değerlendirmelerinde anlamlı farklılık olmadığı söylenebilir.

H_{1G}: Kütahya Sağlık Yüksekokulu bölümlerinin minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.12: Kütahya Sağlık Yüksekokulu Bölümlerine Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		X _M	ss.	F	Sig.	X _i	ss.	F	Sig.	X _A	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	Ebelik	6,43	0,99	0,95	0,394	8,03	1,17	0,34	0,714	6,68	1,42	1,34	0,274
	F.T.R.	5,61	1,75			7,97	1,34			5,62	2,08		
	Hemşirelik	5,57	1,47			7,61	1,60			6,17	0,80		
Hizmet Etkisi	Ebelik	6,61	1,12	2,35	0,108	8,26	0,68	0,84	0,441	6,92	1,10	2,73	0,077
	F.T.R.	5,80	1,28			7,79	0,98			5,39	1,81		
	Hemşirelik	5,30	1,61			7,75	1,10			5,93	1,41		
Fiziksel Yapı	Ebelik	7,23	1,29	1,41	0,257	8,48	0,62	0,66	0,524	7,55	0,95	1,50	0,235
	F.T.R.	6,34	1,42			8,17	0,98			6,68	1,45		
	Hemşirelik	6,47	1,07			8,11	1,10			6,81	0,97		
Kişisel Denetim	Ebelik	6,86	1,25	1,41	0,256	8,41	0,54	0,62	0,543	7,40	0,88	3,27	0,048* 1-2 2-1
	F.T.R.	5,92	1,56			7,85	1,47			5,80	1,70		
	Hemşirelik	5,85	1,45			7,84	1,26			6,34	1,46		

Kütahya Sağlık Yüksekokulu bölümlerinin hizmet kalitesi boyutlarına göre minimum, istenen ve algılanan hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Yalnızca kişisel denetim boyutunda algılanan hizmet düzeyi değerlendirmesinin farklılık gösterdiği, Ebelik Bölümü'nün Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Bölümü'ne göre kütüphane kaynaklarına kolay erişebilmeyeyle ilgili hizmetlerde daha olumlu baktıkları ifade edilebilir.

H_{1H}: Kütüphane kaynaklarını kullanım sıklıklarına göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri farklıdır.

Tablo 3.13: Kütüphane Kullanım Sıklıklarına Göre Hizmet Kalitesi Boyutları Analizi

		Minimum Hizmet Düzeyi				İstenen Hizmet Düzeyi				Algılanan Hizmet Düzeyi			
		$\bar{X}_M$	ss.	F	Sig.	$\bar{X}_İ$	ss.	F	Sig.	$\bar{X}_A$	ss.	F	Sig.
Bilgiye Erişim	Her gün	6,12	1,65	6,11	0,000* 1-4 2-4 3-4	8,05	1,19	0,85	0,469	6,23	1,50	0,25	0,859
	Haftada bir	5,70	1,70			7,77	1,26			6,18	1,45		
	Ayda bir	5,57	1,62			7,83	1,17			6,25	1,44		
	Üç ayda bir	4,46	1,59			7,79	1,24			5,97	1,44		
Hizmet Etkisi	Her gün	5,91	1,56	5,39	0,001* 1-4 2-4	7,95	1,07	1,29	0,278	6,02	1,69	0,14	0,936
	Haftada bir	5,50	1,68			7,68	1,27			5,89	1,74		
	Ayda bir	5,34	1,53			7,57	1,19			5,92	1,40		
	Üç ayda bir	4,42	1,52			7,65	1,33			5,83	1,22		
Fiziksel Yapı	Her gün	6,65	1,60	6,18	0,000* 1-4 2-4 3-4	8,34	0,87	0,96	0,411	7,12	1,25	0,80	0,493
	Haftada bir	6,43	1,68			8,12	1,03			7,09	1,31		
	Ayda bir	6,46	1,44			8,20	0,88			7,29	1,15		
	Üç ayda bir	5,08	1,62			8,05	1,03			6,91	1,13		
Kişisel Denetim	Her gün	6,30	1,79	5,43	0,001* 1-4 2-4	8,06	1,09	0,57	0,635	6,75	1,41	1,11	0,344
	Haftada bir	5,84	1,76			7,85	1,20			6,53	1,51		
	Ayda bir	5,80	1,50			7,86	1,09			6,46	1,31		
	Üç ayda bir	4,85	1,69			7,88	1,15			6,17	1,08		

Kütüphane kaynaklarını kullanım sıklıklarına göre istenen hizmet düzeyi ve algılanan hizmet düzeyi değerlendirmeleri benzerdir. Yalnızca minimum hizmet düzeyi değerlendirmesin farklılık göstermektedir.

Minimum hizmet düzeyi değerlendirmesinde, bilgiye erişim ve fiziksel yapı boyutlarında kütüphane kaynaklarını üç ayda bir kullananların diğer üç sıklığa göre daha düşük düzeydeki hizmeti kabul edebilecekleri söylenebilir. Hizmet etkisi ve kişisel denetim boyutlarında ise üç ayda bir kullananların ayda bir ve haftada bir kullananlara göre daha düşük düzeydeki hizmeti kabul edebilecekleri ifade edilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İçinde bulunduğumuz 20. yüzyılda bilim ve teknolojiye hızlı değişim, kullanıcı gereksinimlerini büyük ölçüde etkilemiş, bilginin en değerli işletme hammadde olması da büyük ölçüde kabul edilmiştir. Üniversite kütüphaneleri açısından bakıldığında, yalnızca derme büyüklüğü, bina yüzölçümü, çalışan sayısı vb. ölçütler bir kütüphane için başarı göstergesi olmaktan çıkmıştır. Bu nedenle kullanıcıyı tanımak, onun beklenti ve gereksinimlerini anlamak, bu beklenti ve gereksinimleri doğru bir şekilde değerlendirerek hizmetlerine yansıtmak öncelikli görevlerdendir. Dolayısıyla üniversite kütüphanelerine işletmecilik bakış açısıyla yaklaşp, işletmecilik alanından uygulanan istatistiki yöntemlerin üniversite kütüphaneleri için de uygulanması gerekliliği kabul edilebilir (Keser, 2007: 63).

Hizmet veren tüm kuruluşlarda olduğu gibi kütüphanelerde de kaliteyi değerlendirmek oldukça zor bir iştir. Kalite hizmet sonrası ortaya çıktığı ve her kullanıcının gereksinimi farklı olduğu için kalite kavramı kullanıcıdan kullanıcıya değişebilmektedir. Kütüphanelerde ve bilgi hizmetlerinde kaliteyi ölçmek için önceden belirlenen ayrıntılı ve açık uçlu soruların kullanıcıya sorulmasıyla gerçekleştirilen görüşmeler, farklı kullanıcı gruplarına yönelik olarak yapılan araştırmalar, hizmetin verilmesi sırasında yapılan gözlemler ve kullanıcı araştırmaları gibi pek çok yöntem ve tekniklerden yararlanılmaktadır. Servqual ve libqual kütüphane hizmet kalitesi ölçüm araçlarına verilebilecek örneklerdendir. Servqual hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan en kapsamlı ve en çok kabul gören ölçüm aracı iken, libqual sadece kütüphaneler için tasarlanmış ve bu çalışmada kullanılan ölçeğe temel teşkil etmiştir.

Çalışmanın ölçeğini oluşturan LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi, Ekim - Kasım 2011 tarihleri arasında DPÜ Merkez Kütüphanesi'ni ziyaret eden ve ankete katılmak isteyen kullanıcılara uygulanmıştır. Örneklemi oluşturan 405 kullanıcının katıldığı LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nden elde edilen bulgular değerlendirilerek ilgili kütüphanenin sunduğu hizmetin kalite düzeyinin kullanıcıları tarafından tanımlanması ve ortaya konulması sağlanmıştır. %95 güven düzeyine göre 50.000 kişilik evren için, %5 tolerans gösterilen hata oranı temel alınarak yapılan hesaplamada elde edilen örneklem sayısı 381'dir (Sencer, 1989: 609). Bu durumda örneklem araştırmanın evrenini temsil edebilme açısından yeterli olmuştur.

Anketin bulgularının değerlendirilmesi sonucunda DPÜ Merkez Kütüphanesi'nin sunduğu hizmetlerin kalite düzeyleri sayısal ve grafiksel olarak ifade edilebilmiştir. LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nin temelini oluşturan “Boşluklar Modeli” ile hizmet kalitesi boyutları kavramları, hizmetlerin kalite düzeylerinin somut bir şekilde ortaya konulmasını sağlaması ve ölçümler sonucunda ortaya çıkan boşlukların hizmetlerin değerlendirilmesinde kullanılmasına olanak vermesi bakımından kütüphane yönetimlerine oldukça önemli veriler sağlamaktadır. Boşluklar modeli sayesinde, kütüphanenin sağladığı hizmetlerin, kabul edilebilir en düşük hizmet seviyesi (minimum beklenti) ile kütüphanenin sağladığı düşünülen (algılanan) hizmet seviyesi arasındaki farkların kullanıcılar tarafından ortaya konulması ve bu farklara dayalı hesaplamalarla kütüphanenin sunduğu hizmetlerin kalite düzeylerinin sayısal olarak belirlenmesi sağlanmıştır. Bu nedenle, araştırmanın problemlerinden biri olan hizmetin soyut bir kavram olması nedeniyle kütüphanelerde sunulan hizmetlerin kalite düzeylerinin ölçümünde karşılaşılan güçlükler göz önünde bulundurulduğunda, ölçümü son derece zor olan hizmet kalitesinin sayısal ifadelerle ortaya konulabilmesini sağlaması bakımından ölçeğin araştırmada kullanımı son derece yararlı olmuştur (Akbarak, 2005: 132).

Örneklemin cinsiyete göre dağılımı incelendiğinde katılımcıların ağırlıklı olarak kadınlardan oluştuğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %62,2'sinin kadın, %37,8'inin erkek olduğu görülmüştür. t testi sonucunda kadın ve erkeklerin minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmelerinde anlamlı farklılıklar olmadığı görülmüştür.

Ölçeği oluşturan 25 temel maddenin beklenti ve algılama ortalamalarının değerlendirilmesi sonucunda kullanıcıların en yüksek beklenti ortalamasına sahip oldukları ifadenin 6,95 ile “Kütüphane çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir”, en düşük beklenti ortalamasına sahip oldukları ifadenin de 4,59 ile “Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir” ifadesi olduğu görülmüştür. Buradan şu sonuca ulaşılabilir; kullanıcılar kendilerine sunulan hizmeti alırken karşılaştıkları kütüphane ortamının fiziksel görünümüyle ilgili yüksek beklentiye sahipken, kendilerine özel ilgi gösterilmesine fazla önem vermemektedirler. Kullanıcıların en yüksek beklenti ortalamasına sahip oldukları ifadenin 7,99 ile aynı zamanda en yüksek algılama ortalamasına sahip ifade olduğu; en düşük beklenti ortalamasına sahip

oldukları ifadenin de 4,64 ile aynı zaman en düşük algılama ortalamasına sahip ifade olduğu görülmüştür.

Anketin ilk bölümünde yer alan 25 temel maddenin boşluklar modeline göre değerlendirilmesi sonucunda 25 ifadenin tamamında da kullanıcıların hizmet kalitesi algılamaları beklentilerinin üzerine çıkmıştır. Dolayısıyla DPÜ Merkez Kütüphanesi, kullanıcılarının hizmet kalitesine ilişkin beklentilerini karşılamıştır. En büyük fark 1,04 ile “Kütüphane çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir” ifadesinde, en küçük fark ise 0,05 ile “Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir” ifadesinde gerçekleşmiştir. Buna göre kullanıcı beklentilerinin en iyi karşılandığı hizmet kütüphane ortamının fiziksel görünümüken, kullanıcı beklentilerinin en az karşılandığı hizmet kullanıcılara özel ilgi gösterilmesidir. Kütüphane ortamının fiziksel görünümü kullanıcılarını memnun etmiştir. Kullanıcılara özel ilgi gösterilmesiyle ilgili ifade boşluk modeline göre pozitif çıkmış olsa bile, sıfıra çok yakın olduğu için ilgili hizmetin gözden geçirilip yeniden düzenlenmesi hizmet kalitesi açısından olumlu olacaktır.

25 temel madde bilgiye erişim, hizmet etkisi, fiziksel yapı ve kişisel denetim hizmet kalitesi boyutlarına göre sınıflandırılarak, ortaya çıkan bulguların değerlendirilmesi sonucunda, kullanıcıların en yüksek minimum beklenti ortalamasına sahip oldukları hizmet kalitesi boyutunun 6,39 ile fiziksel yapı, en düşük minimum beklenti ortalamasına sahip oldukları hizmet kalitesi boyutun da 5,46 ile hizmet etkisi olduğu görülmüştür. Bu bilgiler ışığında; kullanıcıların kütüphanenin sağladığı sessiz ortam ve fiziksel yapısının sağladığı konfor gibi hizmetlerle ilgili yüksek beklentileri olduğu, kütüphane çalışanlarının hazır bulunması, yetkinlikleri ve genel davranışları gibi hizmetlere ise fazla önem vermediklerini belirlenmiştir. Kullanıcıların hizmet kalitesi boyutlarına göre en yüksek algılama ortalamasının minimum beklenti ortalamasında olduğu gibi fiziksel yapı boyutunda (7,13) gerçekleştiği, en düşük algılama ortalamasının da yine minimum beklenti ortalamasında olduğu gibi hizmet etkisi (5,91) boyutunda gerçekleştiği belirlenmiştir.

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi’nin temelini oluşturan boşluklar modeline göre hizmet kalitesi boyutlarının beklenti-algı ortalamalarının değerlendirilmesi sonucunda oluşan farkların tamamı 25 temel maddede olduğu gibi

pozitif çıkmış, algılamalar beklentilerin üstünde gerçekleşmiştir. Bu durum kütüphanenin dört boyutta da kullanıcı memnuniyetini sağladığını göstermektedir. Boyutlar içerisinde en büyük fark 0,74 ile fiziksel yapı boyutuna aitken en küçük fark 0,45 ile hizmet etkisi boyutuna aittir. Kişisel denetim boyutunda (0,69) fiziksel yapı boyutuna, bilgiye erişim boyutunda (0,51) ise hizmet etkisi boyutuna çok yakın değerler gerçekleşmiştir. Buna göre kütüphanenin sağladığı hizmetler içerisinde kullanıcıların en çok memnun olduğu hizmetler; kütüphanenin sessiz oluşu, fiziksel görünümünün iyi oluşu vs. gibi daha çok hizmetin somut yönleriyle ilgilidir. En az memnuniyetin gerçekleştiği hizmetler de kütüphane çalışanlarının hazır bulunması, yetkinlikleri ve genel davranışları gibi hizmetin soyut yönleriyle ilgilidir. Bu durum hizmet kalitesi açısından çok olumlu bir sonuç olmasa da uygulama gereği boşluk modeline göre beklenti-algı farkı pozitif olduğu için, kullanıcı beklentilerinin bütün hizmetlerde istenen düzeyde karşılandığını göstermektedir. Ayrıca, DPÜ Merkez Kütüphanesi'nde elde edilen bulgularla ODTÜ ve ABD'de uygulanan LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nin bulguları karşılaştırılmış ve ABD bulgularıyla DPÜ bulgularının birbirine oldukça yakın olduğu görülmüştür.

Anketin ikinci kısmında yer alan; bilgiye erişim, kullanıcı memnuniyeti ve kullanıcıların akademik çalışmalarında kütüphanenin rolünün sorgulandığı 8 ifadeden elde edilen puanlamalar değerlendirildiğinde en yüksek ortalama 6,94 ile kütüphanenin, kullanıcılarına akademik araştırmalarında yardımcı olduğu, en düşük ortalama 5,88 ile kullanıcıların kütüphanede gördüğü davranışlardan memnun olduğu ifadelerinde rastlanmıştır. Kütüphanenin sağladığı hizmetin 1 çok kötü, 9 çok iyi olmak üzere genel olarak değerlendirildiği sekizinci maddede elde edilen puan ortalaması ise 6,65 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda kullanıcıların kütüphaneyi genel olarak iyi değerlendirdiği söylenebilir.

Anketin üçüncü kısmında kullanıcıların DPÜ Merkez Kütüphanesi'ni, kütüphane web sitesini ve bilgi için başka ağ geçitlerini ne sıklıkla kullandıkları değerlendirilmeye çalışılmıştır. DPÜ Merkez Kütüphanesini kullananlar içerisinde en yoğun kullanım %55,6 ile haftada bir sıklığında gerçekleşmiş, anket sadece kütüphanede uygulandığı için katılımcılar içerisinde kütüphaneyi hiç kullanmayan bulunmayıp en düşük kullanım da bu sıklıkta gerçekleşmiştir. Kütüphanenin web sitesini kullananlar içerisinde ise en yüksek orana %42,7 ile hiç kullanmayan, en düşük

orana da %3,7 ile her gün kullanan sıklıklarında rastlanmıştır. Bilgi için Yahoo, Google vs. gibi ağ geçitlerinin kullanımında en yüksek orana sahip sıklık da %61,7 ile her gün iken, en az kullanıma sahip sıklık %1,2 ile üç ayda bir sıklığı olmuştur. DPÜ Merkez Kütüphanesi'ni, kütüphane web sitesini ve bilgi için başka ağ geçitlerini kullanım sıklıklarına göre minimum hizmet düzeyi, istenen hizmet düzeyi ve beklenen hizmet düzeyi değerlendirmeleri açısından bir farklılık olup olmadığını araştırmak amacıyla ANOVA kullanılmış ve sıklıkların büyük çoğunluğunda anlamlı farklılıkların olmadığı görülmüştür.

Bu tez çalışmasıyla, üniversite kütüphanelerinde yapılan kullanıcı odaklı ölçümlerin, üniversite kütüphanelerinin sundukları hizmetlerin kalite düzeylerini belirleyebileceği ortaya konulmuş, hizmetin sunulduğu pazarın ne olduğu sayısal verilerle ifade edilebilmiştir. Araştırmanın bulguları ve bulgulardan elde edilen sonuçlar doğrultusunda üniversite kütüphanelerinde hizmet kalitesi ölçümü çerçevesinde öneriler aşağıda verilmektedir;

- Kütüphanelerde hizmet üreticisi personeldir. Bu nedenle kütüphane personeli pazarlama ve hizmet kalitesi konularında bilgilendirilmeli, personele duyulan güveni artırmak için hizmet içi eğitimler verilmelidir.
- Kütüphane içinde tüm öğrencilere açık grup olarak çalışılabilecek alan varlığı için örnekler araştırılıp uygulamalar gerçekleştirilmelidir.
- Birçok kaynağın elektronik ortamlarda bulunması ve kolay temin ediliyor olması kullanıcıların bilginin güvenilirliğine bakmaksızın web siteleri aracılığı ile bilgi edinip paylaşmasını sağlamaktadır. Web sitelerinden elde bilgilerin güvenilirliğinin hala tartışıldığı bu ortamda kütüphane, bilgi okur-yazarlığı, güvenilir bilgi edinme ve paylaşma vb. konularda çeşitli seminerlerle kullanıcılarını bilinçlendirmelidir.
- Öğrencilerin kütüphane materyallerine erişiminden genel olarak memnun olmuşlar ancak anketin uygulanışı esnasında kütüphane web sayfası, veri tabanı ve elektronik kaynaklara erişimde sorunlar yaşadıklarını sözlü olarak ifade etmişlerdir. Söz konusu sorunların saptanması için bu konuda daha detaylı araştırmalar yapılmalı, öğrencileri bilgilendirici eğitimler düzenlenmelidir.

- Araştırma sonucunda kütüphanenin fiziksel ortamı yeterli bulunmuş ancak kütüphanenin tez bölümü için havalandırmayla ilgili anketin uygulanışı esnasında şikayetler gelmiştir. Kütüphanenin havalandırma sistemi gözden geçirilmelidir.
- En düşük memnuniyetin gerçekleştiği konulardan bir tanesi kullanıcıların çalışmalarına uygun elektronik ve basılı kaynakların varlığıdır. Bu nedenle DPÜ Merkez Kütüphanesi koleksiyonlarını oluştururken öğrencilerin de istek ve beklentilerini göz önünde bulundurmalı elektronik ve basılı kaynakların sayısı bütçe doğrultusunda artırılmalıdır.
- Kütüphane hizmet kalitesini iyileştirmek için belirli aralıklarla kullanıcı memnuniyeti araştırması yapmalı ve hizmetlerini bu araştırmaların sonuçlarına göre tasarlamalıdır.
- Yapılan literatür taramasında, uygulama gereği algılanan hizmet düzeyinden minimum beklenti düzeyinin çıkartılmasıyla oluşan farklar hizmet kalitesi düzeyini göstermekte, istenen düzey ise dikkate alınmamaktadır. Bu şekilde oluşan boşluk modeli verilerine göre farkların tamamı pozitif çıkmış, kullanıcıların LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi'nde yer alan hizmetlerin tamamından memnun oldukları görülmüştür. Ancak istenen düzey dikkate alındığında, algılanan düzeyle arasındaki farkların tamamı negatif çıkmıştır. Yapılan literatür taramasında bu farklara “üstünlük” denmekte olup, kütüphane yönetiminin bu üstünlükleri dikkate alması hizmet kalitesini düzeltme çalışmaları açısından önemlidir.

Çalışmamızda kütüphanelerde kullanıcı odaklı ölçeklerle hizmet kalitesi ölçümünün önemi kısaca özetlenmiştir. Ülkemizde kütüphanelerde hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu alanda yapılacak çalışmalar kullanıcı odaklı ve kullanıcıların beklentilerine yönelik hizmetler geliştiren kütüphanelerin sayısının artmasını sağlayacaktır. Bu çalışma, kütüphanelerde hizmet kalitesi ölçümü konusunda ileride yapılacak olan çalışmalara kaynak oluşturması bakımından literatüre katkı sağlayacaktır.

EKLER

EK 1:**LIBQUAL+™ HİZMET KALİTESİ ÖLÇÜM ANKETİ****Hoş geldiniz!**

LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm Anketi’ni üniversitemizin merkez kütüphanesinin hizmet kalitesini ölçmek amacıyla sizlere yöneltiliyoruz. Anket yaklaşık 10 dakikanızı alacaktır. Cevaplarınız anket analizi için kullanılacak olup herhangi bir amaç için kimseye verilmeyecektir. Lütfen tüm öğeleri cevaplayınız. Her bir madde için size en yakın değeri seçiniz. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Önemli talimatlar:

Aşağıdaki açıklamaları hizmet düzeylerini (1 en düşük, 9 en yüksek) belirterek puanlayınız:

- Minimum – Hizmete ait kabul edilebilir bulduğunuz en düşük düzeyi sunar.
- Beklenen – Kütüphanemizden beklediğiniz hizmet düzeyini sunar.
- Algılanan – Kütüphanemizin size sağladığına inandığınız hizmet performansını ifade etmektedir.

Her sütunu puanlayınız ya da öğeyi “fikrim yok” olarak tanımlayınız.

	MHD	BHD	AHD	Boş
1) Kütüphane çalışanları kullanıcılara güven vermektedir	123456789	123456789	123456789	☐
2) Kullanımı kolay erişim araçları aradığımı kendi kendime bulmamı sağlamaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
3) Çalışmalarım için gereksinim duyduğum basılı ve elektronik dergi koleksiyonu vardır	123456789	123456789	123456789	☐
4) Kütüphane çalışanları kullanıcıların sorularını yanıtlamaya hazırdır	123456789	123456789	123456789	☐
5) Bireysel çalışmalar için sessiz ortam vardı	123456789	123456789	123456789	☐
6) Kütüphane koleksiyonlarına erişim kolaydır	123456789	123456789	123456789	☐
7) Kütüphane çalışanları kullanıcılara yardım etmeye isteklidir	123456789	123456789	123456789	☐
8) Kütüphane çalışma saatleri uygundur	123456789	123456789	123456789	☐
9) Kütüphane binası çalışmak için konforlu bir binaya sahiptir.	123456789	123456789	123456789	☐

	MHD	BHD	AHD	Boş
10) Kütüphane personeli kullanıcıların kütüphane hizmetleri ile ilgili sorunlarını gidermeye çalışmaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
11) Kütüphane web sayfası kendi kendime bilgiye ulaşmama imkan vermektedir	123456789	123456789	123456789	☐
12) Kütüphane çalışanları kullanıcılarla teker teker ilgilenmektedir	123456789	123456789	123456789	☐
13) Kütüphane ortamı çalışma ve öğrenme isteği uyandırmaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
14) İhtiyaç duyduğum basılı kütüphane materyalleri bulunmaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
15) Kütüphane çalışanları kullanıcıların sorularını yanıtlayabilecek bilgiye sahiptir	123456789	123456789	123456789	☐
16) Modern donanım ihtiyaç duyulan bilgiye kolayca erişimi sağlamaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
17) Kütüphane çalışanları her zaman naziktir	123456789	123456789	123456789	☐
18) Çalışmalarım için gereksinim duyduğum elektronik bilgi kaynakları bulunmaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
19) Mekanlar grup çalışmasına uygundur	123456789	123456789	123456789	☐
20) Kütüphane çalışanları kullanıcılarla düzeyli bir şekilde ilgilenmektedir	123456789	123456789	123456789	☐
21) Bireysel kullanım için bilgiye kolay erişilebilmektedir	123456789	123456789	123456789	☐
22) Dokümanları zamanında sağlamaktadır	123456789	123456789	123456789	☐
23) Kütüphane çalışanları kullanıcıların ihtiyaçlarını anlayabilmektedir	123456789	123456789	123456789	☐
24) Ortam çalışma, öğrenme ve araştırma için uygundur	123456789	123456789	123456789	☐
25) Ev ya da ofisten elektronik kaynaklara kolay ulaşılabilir	123456789	123456789	123456789	☐

Lütfen aşağıdaki açıklamaların hangilerine katıldığınızı dereceleri ile belirtiniz?

	Kesinlikle katılmıyorum					Kesinlikle katılıyorum				
1) Kütüphane ilgi alanlarımdaki gelişmeleri takip edebilmem için bana yardımcı olur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
2) Akademik kariyerimde gelişmemde kütüphane bana yardımcı olur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

	Kesinlikle katılmıyorum					Kesinlikle katılıyorum				
3) Kütüphane akademik araştırmalarımda daha verimli olabilmemi sağlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
4) Kütüphane güvenilir ve güvenilirmez bilgileri ayırt etmemi sağlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
5) Kütüphane işimde ve çalışmamda gerekli bilgi becerilerini sağlar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
6) Kütüphanede gördüğüm davranışlar beni tatmin etmektedir	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
7) Genelde kütüphanenin öğrenme, araştırma ve öğretme ihtiyaçlarımı desteklemesinden memnunum	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
8) Kütüphane tarafından sağlanan tüm hizmet kalitesini genel olarak nasıl puanlarsınız	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
	Çok kötü					Çok iyi				

Lütfen kütüphane kullanma modellerinizi belirtiniz

Kütüphane kaynaklarını ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

- ☐ Her gün
 ☐ Haftada bir
 ☐ Ayda bir
 ☐ 3 ayda bir
 ☐ Hiç

Kütüphane kaynaklarına web sayfası üzerinden ne sıklıkla ulaşıyorsunuz?

- ☐ Her gün
 ☐ Haftada bir
 ☐ Ayda bir
 ☐ 3 ayda bir
 ☐ Hiç

Bilgi için Yahoo, Google veya diğer ağ geçitlerini ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

- ☐ Her gün
 ☐ Haftada bir
 ☐ Ayda bir
 ☐ 3 ayda bir
 ☐ Hiç

DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Yaş:

- ☐ 18 altı
☐ 18-22
☐ 23-30
☐ 31-45
☐ 46-65
☐ 65 üstü

2. Cinsiyet

- ☐ Erkek
☐ Kadın

3. Bölüm

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

- ☐ İşletme
- ☐ İktisat
- ☐ Kamu yönetimi
- ☐ Maliye
- ☐ Siyaset bilimi ve uluslar arası ilişkiler
- ☐ Ekonometri
- ☐ İnsan kaynakları yönetimi

Fen Edebiyat Fakültesi

- ☐ Matematik
- ☐ Biyoloji
- ☐ Fizik
- ☐ Kimya
- ☐ Türk dili ve edebiyatı
- ☐ İngiliz dili ve edebiyatı
- ☐ Sosyoloji
- ☐ Batı dilleri ve edebiyatı
- ☐ Arkeoloji
- ☐ Tarih

Mühendislik Fakültesi

- ☐ İnşaat mühendisliği
- ☐ Makine mühendisliği
- ☐ Seramik mühendisliği
- ☐ Maden mühendisliği
- ☐ Elektrik elektronik mühendisliği
- ☐ Endüstri mühendisliği
- ☐ Bilgisayar mühendisliği
- ☐ Jeoloji mühendisliği

Eğitim Fakültesi

- ☐ Sınıf öğretmenliği
- ☐ Sosyal bilgiler öğretmenliği
- ☐ Türkçe öğretmenliği
- ☐ Fen bilgisi öğretmenliği
- ☐ Okul öncesi öğretmenliği

Güzel Sanatlar Fakültesi

- ☐ Grafik
- ☐ Resim
- ☐ Seramik ve cam
- ☐ İç mimarlık
- ☐ Çizgi film (animasyon)

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

- ☐ Bankacılık ve finans
- ☐ Muhasebe
- ☐ Sigortacılık ve risk yönetimi

Kütahya Sağlık Yüksekokulu

- ☐ Ebelik
- ☐ Fizyoterapi ve rehabilitasyon
- ☐ Hemşirelik

- ☐ Tıp fakültesi
- ☐ Diğer

Üniversitede kaçınıcı yılınız?

- ☐ 1. yıl
- ☐ 2. yıl
- ☐ 3. yıl
- ☐ 4. yıl
- ☐ 5 yıl ve üzeri

Akademik personel

- ☐ Profesör
- ☐ Doçent
- ☐ Yardımcı doçent
- ☐ Öğretim üyesi
 - ☐ Okutman
- ☐ Araştırma görevlisi
 - ☐ Diğer

Personel

- ☐ Araştırma personeli
- ☐ Diğer

Lisansüstü

- ☐ Yüksek lisans
- ☐ Doktora

Kütüphane personeli

- ☐ Yönetici
- ☐ Birim sorumlusu
- ☐ Ödünç verme
- ☐ Sistemler
 - ☐ Teknik hizmetler
- ☐ Diğer

KAYNAKÇA

- ACUNER, Ş. Akın, (2004), **Müşteri İlişkilerinde Hareket Noktası: Müşteri Memnuniyeti ve Ölçümü**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, 5. Basım, Ankara.
- ADIGÜZEL, Orhan, İbrahim, ÇETİNTÜRK ve Orhan, ER, (2009), “Konaklama İşletmelerine Olan Müşteri Tercihinin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi İle Belirlenmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 1, Isparta, ss. 17-35.
- AKBAYRAK, E. Hasan, (2005), “Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi’nde Hizmet Kalitesi Ölçümü”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- ALKAN, Nazlı, (1992), “Üniversite Kütüphanesi Sisteminde, Kütüphane-Kullanıcı Etkileşimi”, **Türk Kütüphanecileri Derneği Bülteni**, Cilt: 6, Sayı: 3, ss. 133-141.
- ANDERSON, Kristin ve Ron, ZEMKE, (1998), **Şapka Çıkarttıran Hizmet Sunmak**, Günhan, Günay, (Çev.), Rota Yayınları, İstanbul.
- ARDIÇ, Kadir ve Aliye, GÜLER, (2000), “Reklamalarda Vurgulanan Ürün ve Hizmet Kalite Boyutlarının Belirlenmesi ve Bir Uygulama”, **Pazarlama Dünyası**, Yıl: 14, Sayı: 2000-04, Temmuz-Ağustos, ss. 18-23.
- ASLAN, Selma, (1999), “Kütüphane Ve Bilgi Hizmetlerinde Kalite Yönetimi Uygulamaları”, **Bilginin Serüveni: Dünyü, Bugünü Ve Yarını: Türk Kütüphaneciler Derneği’nin Kuruluşunun 50. Yılı Uluslararası Sempozyum Bildirileri**, Türk kütüphaneciler Derneği, 17-21 Kasım 1999, Ankara, ss. 126-135.
- ASSAEL Henry, (1993), **Marketing**, Dyrden Press, Orlando.
- BAYRAK, Berna, (2007), “Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.

- BAYTOK, Ahmet, (2006), Hizmet İşletmelerinde Örgüt Kültürünün Oluşturulmasında Liderin Rolü, Yayınlanmış Doktora Tezi, **Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Afyon.
- BULGAN, Uğur, (2002), “Kütüphanecilik Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Bir Üniversite Kütüphanesi Uygulaması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- BULGAN, Uğur ve Gültekin, GÜRDAL, (2005), “‘Hizmet Kalitesi Ölçülebilir Mi?’”, **Bilgi Hizmetlerinin Organizasyonu ve Pazarlaması**, Kadir Has Üniversitesi ÜNAK, 22-24 Eylül 2005, İstanbul, ss. 240-259.
- BÜLBÜL, Hasan ve Ömür, DEMİRER, (2008), “Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri Servqual ve Servperf’in Karşılaştırmalı Analizi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 20, Konya, ss. 181-198.
- CENGİZ, Ekrem ve Fazıl KIRKBİR, (2007), Kar Amacı Gütmeyen Kurumlarda Müşteri Memnuniyeti Ve Hizmet Kalitesi İlişkisi: Karadeniz Bölgesi Örneği, **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 21, Sayı: 1, Erzurum, ss. 265-285.
- CEMALCILAR, İlhan, (1999), **Pazarlama Kavramlar Kararlar**, Beta Yayınları, İstanbul.
- CRONIN, J. Joseph ve A. Steven, TAYLOR, (1992) “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, **Journal of Marketing**, Vol: 56, July, pp, 55-68.
- ÇETİN, Canan, Besim AKIN, ve Vedat EROL, (2001), **Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemi**, Beta Basım(İkinci basım), İstanbul.
- DEĞERMEK, H. Anıl, (2006), **Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini Ve Sadakati: Hizmet Kalitesi İle Müşteri Sadakatinin Sağlanması Ve GSM Sektöründe Bir Uygulama**, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- DEVEBAKAN, Nevzat ve Mehmet, AKSARAYLI, (2003), “Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 5 Sayı: 1, İzmir, ss. 38-54.

- DURUKAN, Banu ve Aysun, KAPUCUGİL, İKİZ, (2007), “Denetim Kalitesi, Kalite ve Hizmet Kalitesine İlişkin Modeller: Kavramsal Çerçeve”, **Mali Çözüm**, Sayı: 82, İstanbul, ss. 27-36.
- EDVARDSSON, Bo, Bertil, THOMASSON ve John, QVRETVEIT, (1994), **Quality of Service-Making It Really Work**, Mc Graw Hill Book Company, London.
- EFİL, İsmail, (1999), **Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemi**, Alfa Basım Yayım Dağıtım(Dördüncü Baskı), İstanbul.
- ELEREN, Ali ve Burhan, KILIÇ, (2007), “Turizm Sektöründe Servqual Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi**, Cilt: IX, Sayı: 1, ss. 235-263.
- ELEREN, Ali, Çetin, BEKTAŞ ve A. Şahin GÖRMÜŞ, (2007), “Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Hazır Yemek İşletmesinde Bir Uygulama”, **Finans Politik & Ekonomik Yorumlar**, Cilt: 44, Sayı: 514, ss. 77-88.
- ERDEM, Ramazan, Süheyla, RAHMAN, Nevzat, DEVEBAKAN, (2007), “Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi: Elazığ’daki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 9, Sayı: 3, İzmir, ss. 37-55.
- ERÖZGÜN, Eda, (2009), “Perakende Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Ve Bir Uygulama”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- ERSÖZ, Süleyman, Mehmet, PINARBAŞI, A. Kürşad, TÜRKER ve Mustafa, YÜZÜKIRMIZI, (2009), “Hizmet Kalitesinin Servqual Metodu İle Ölçümü ve Sonuçların Yapısal Eşitlik Modelleri İle Analizi: Öğretmen Evi Uygulaması”, **Int.J.Eng.Research & Development**, Vol: 1, No: 1, January, pp. 19-27.
- FİLİZ, Zeynep, Veysel, YILMAZ ve Ceren YAĞIZER, (2010), “Belediyelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçümü”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 10, Sayı: 3, Eskişehir, ss. 59-76.

- FİLİZ, Zeynep, (2011), “Servqual Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”, **International Journal of Research and Development**, Vol: 3, No: 1, January, pp. 38-49.
- GEDİKLİ, D. Cüneyt, (1998), ‘Hastanelerde Hizmet Kalitesi ve Bir Üniversitesi Hastanesinde Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Kayseri.
- GÜMÜŞOĞLU, Şevkinaz, İge, Pınar, TAVMERGEN , Perran, AKAN ve Atilla, AKBABA, (2007), **Hizmet Kalitesi Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- GÜZEL, Neriman, Gonca, (2006), “Yüksek Öğretimde Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi”, Doktora Tezi, **Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü**, Ankara.
- HACİEFENDİOĞLU, Şenol ve Ümit, KOÇ, (2009), “Hizmet Kalitesi Algılamalarının Müşteri Bağlılığına Etkisi ve Fast-Food Sektöründe Bir Araştırma”, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 18 / 2, Kocaeli, ss. 146 – 167.
- HACIOĞLU, Necdet, (1989), **Turizm Pazarlaması**, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- HINTERHUBER, H. Hans, (1996), “The Kano Model: How to Delight Your Customer”, **IX.International Working Seminar on Production Economics**, Vol: 1, 19-23 February, Australia: Innsbruck, pp. 313.
- HÜNKÂR, Şerif, (1998), “Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü**, İstanbul.
- İÇÖZ, Orhan, (2001), **Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar**, Turhan Kitabevi, Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara.
- İÇÖZ, Orhan, (2005), **Hizmet Pazarlaması**, Turhan Kitabevi, Ankara.
- İNAĞ, Nihal, (1995) “Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Kontrolü”, **Standart Dergisi**, Sayı: 408, Aralık, ss. 63-69.

- KAKIRMAN, YILDIZ, Asiye, (2010), “Kütüphanelerde Performans Ölçümü: IFLA Performans Ölçütlerinin Değerlendirilmesi”, **Bilgi Dünyası**, 11(1), 2010, ss. 155-169.
- KANTEN, Selahattin, (2006), “Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Açısından İşgörenlerin Prososyal Hizmet Davranışlarının Sağlanmasında İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Rolü ve Bir araştırma”, Doktora Tezi, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- KAPTAN, Salim, (1995), **Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri**, 10. Basım, Tekışık, Ankara.
- KARAFAKİOĞLU, Mehmet, (1998), **Sağlık Hizmetleri Pazarlaması**, Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, İstanbul.
- KARAHAN, Kasım, (2000), **Hizmet Pazarlaması**, Beta Basım, İstanbul.
- KARAKAŞ, Sakine, (1999), Üniversite Kütüphanesinde Bir Pazarlama Aracı Olarak Hizmet Kalitesi Araştırması, **Türk Kütüphaneciliği**, Cilt: 13, Sayı: 3, Ankara, ss. 207-222.
- KESER, Erkan, (2007), “Üniversite Kütüphanelerinde Kullanıcı Memnuniyeti Ölçümü”, Yüksek Lisans Tezi, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- KILIÇ, Burhan ve Ali ELEREN, (2009), “Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması”, **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 1/1, Antalya, ss. 91-118.
- KINGIR, Said, (2006), “Bir Hizmet İşletmesi Olarak Beş Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Yönetimsel Sorunlar“, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 15, ss. 457-482.
- KOTLER, Philip, (1976), **Pazarlama Yönetimi: Çözümleme, Planlama ve Denetim**, Erdal, Yaman, (Çev.), Cilt 2, 2. Basım, Northwestern Üniversitesi, Evanston.
- KOTLER, Philip ve Gary, ARMSTRONG, (2001), **The Principles of Marketing**, Prentice Hall, New Jersey.

- LEHTINEN, Uolevi ve J. LEHTINEN, (1991), “Two Approaches to Service Quality Dimensions”, **The Service Industries Journal**, Published by Frank Cass, 11/3, July, London, pp. 287-303.
- LibQUAL+™: General FAQs, (2011a), History of LibQUAL+®, http://www.libqual.org/about/about_lq/history_lq (16.07.2011).
- LibQUAL+™: LibQUAL+® Tools, Learn About LibQUAL+® Presentation (2011b), http://www.libqual.org/about/about_survey/tools (16.07.2011)
- LOVELOCK, H. Christopher, (1996), **Service Marketing**, Prentice Hall, New Jersey.
- LÖFGREN, Martin ve Lars, WITELL, “Kano’s Theory of Attractive Quality and Packaging”, **Quality Management Journal**, ASQ, Cilt: 12, Sayı: 3, 2005.
- MERTER, Mehmet, Emin, (2006), **Toplam Kalite Yönetimi**, Atlas Yayınları, Ankara.
- MİDİLLİ, Özlem, (2011), ‘Hizmet Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Pazarlamaya Etkisi’, Yüksek Lisans Tezi, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Kayseri.
- MURDICK, G. Robert, B. RENDER, ve S. RUSSEL, (1990), **Service Operations Management**, Allyn and Bacon, USA.
- NAKİBOĞLU, M. A. Burak, (2008), “Hizmet İlişkilerindeki İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Müşteri Bağlılığı Üzerindeki Etkileri”, Doktora Tezi, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Adana.
- ODABASI, Yavuz, (2000), **Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- OKUMUŞ, Abdullah ve Adnan, DUYGUN, (2008), “Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 8, Sayı: 2, Eskişehir, ss. 17-38.
- OLUÇ, Mehmet, (1988). “Pazarlama Stratejileri”, **Pazarlama Dünyası**, Yıl: 2, Sayı: 7, Ocak-Şubat.
- ORAL, Saime ve Hilmi, YÜKSEL, (2006), **Hizmet İşletmeleri Yönetimi**, Kanyılmaz Matbaası, İzmir.

- ÖNAL, İnci, (2004), “Eğitim Ve Bilgi Hizmetlerinde Toplam Kalite Uygulamaları”, **Türk Kütüphaneciliği**, 18/1, ss. 27-42.
- ÖZÇALIK, Fatih, (2007), “Yüksek Öğrenimde Eğitim Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Örnek Bir Uygulama”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- ÖZGÜVEN, Nihan, (2008), “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti Ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, **Ege Akademik Bakış**, 8 (2), ss. 651-682.
- ÖZTÜRK, Ayşe, Sevgi (1998), **Hizmet Pazarlaması**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- ÖZTÜRK, Ayşe, Sevgi, (2000), **Hizmet Pazarlaması**, Anadolu Üniversitesi Yayınları (İkinci Baskı), Eskişehir.
- ÖZTÜRK, Ayşe, Sevgi, (2003), **Hizmet Pazarlaması**, Ekin Kitabevi, Bursa
- ÖZTÜRK, Yüksel ve Kadir, SEYRAN, (2005), “Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 16, Sayı: 2, ss. 170-182.
- PARASURAMAN A., A. Valerie, ZEITHAML ve L. Leonard, BERRY, (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, **Journal of Marketing**, Vol: 49, Fall, pp. 41-50.
- PARASURAMAN A., A. Valerie, ZEITHAML ve L. Leonard, BERRY, (1991), “Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model”, **Human Resource Management**, Vol: 30, No: 3, pp. 335-364.
- SAAT, Mesiha, (1999), Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı: 3, Ankara, ss.107–118.
- SENCER, Mustafa, (1989), **Toplumbilimlerde Yöntem**, Beta Yayınları, Üçüncü Basım, İstanbul.

- SEYRAN, Deniz, (2004), **Hizmet Kalitesi Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı**, Kalder Yayınları, İstanbul.
- SOYDAL, İrem, (2008), “Web Bilgi Sistemlerinde Hizmet Kalitesi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- SÜMER, ILGAZ, Selay ve Zeliha, ESER, (2006), “Pazarlama Karması Elemanlarının Evrimi”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 8/1, Ankara, ss. 165-186.
- SÜTLAŞ, Nurhan, (2010), “Eğitim Hizmetleri Pazarlaması: Türkiye’deki Üniversitelerin Pazarlama Stratejileri Konusunda Ampirik Bir Araştırma”, Doktora Tezi, **Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü**, İstanbul.
- ŞALE, İsmail, (2004), **ISO9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi ve Uygulamaları**, Seçkin Yayınları, Ankara.
- ŞEKERKAYA, Ahmet, (1995), “Hizmetlerde Algılanan Toplam Kalitenin Ölçülmesine Yönelik Çok Parçalı Bir Ölçeğin Geliştirilmesi ve Perakende Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, Doktora Tezi, **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- TAKAN, Mehmet, (2000), **Bankacılık**, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara.
- TAŞKIN, Çağatan, Ömer, AKAT ve Züheyla, EROL, (2010), “Tüketicilerin Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bursa’da Bir Araştırma”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 10, Sayı: 3, Eskişehir, ss. 11-22.
- TAVMERGAN, İ. Pınar, (2002), **Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., Ankara.
- TEK, Ömer, Baybars, (1990), **Pazarlama İlkeleri ve Uygulamaları**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- TEKİN, Mahmut ve Dilek, Arzu, AKOLAŞ, (2005), “Hizmet İşletmelerinde Bilişim Teknolojisinin Stratejik Kullanımına İlişkin Bir Hastane Uygulaması”, **V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu**, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 25-27 Kasım 2005, ss. 521-526.

- TIRPANCI, Mehmet, (1988). **“Bilgi Teknolojisi Alanında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve İyileştirilmesi”**, 6. Ulusal Kalite Kongresi, Toplam Kalite Yönetimi ve Ekonomi Yönetiminde Kalite, Kalder Yayınları, İstanbul.
- USTA, Resul ve Salih, MEMİŞ, (2009), “Hizmet Kalitesi Ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatmininin Aracılık Etkisi”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 23, Sayı: 4, Erzurum, ss. 89-108.
- USTA, Resul ve Salih, MEMİŞ, (2010), “Belediye Hizmetlerinde Kalite: Giresun Belediyesi Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 2, Isparta, ss. 333-355.
- UYGUÇ, Nermin, (1998), **Hizmet Sektöründe kalite Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
- ÜNER, Mithat, (1994), “Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir mi?”, **Pazarlama Dünyası**, Yıl: 8, Sayı: 43, İstanbul, ss. 2-11.
- VARİNLİ, İnci, 1996, Üreticilerin ve Tüketicilerin Hizmet Kalitesi Beklentileri Ve Algılamaları, Yayınlanmamış Doktora Tezi, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Kayseri.
- YETİŞ, Hacer, (2001), “Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Modeli İle Ölçülmesi ve Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü**, Ankara.
- YILMAZ, Malik, (2003), “Bilgi Merkezleri Ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi: Bir Uygulama”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 4/2, İstanbul, ss. 257-268.
- YILMAZ, İbrahim, (2007), “Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler Ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi: İzmir Örneği”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir.
- YILMAZ, Veysel, Zeynep, FİLİZ ve Betül, YAPRAK, (2007). “Servqual Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1, Eskişehir, ss. 299-315.

- YILMAZ, Erol, (2010), “Kütüphanelerde Toplam Kalite Yönetimi: Kısa Bir Gözden Geçirme”, **Türk Kütüphaneciliği**, 24, 1, ss. 33-62.
- YURDAKUL, Müberra ve Hakan, KİRACI, (2008), “Sanal Pazarlama Karması Bileşimi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C: 13, Sayı: 2, Isparta, ss. 165-185.
- YÜKSELEN, Cemal, (2007), **Pazarlama İlkeler – Yönetim - Örnek Olaylar**, 6. Basım, Detay Yayıncılık, Ankara.
- ZEİTHAML, V. A., Berry, L. L. ve A. PARASURAMAN, (1990), **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**, Free Pres, USA.
- ZENGİN, Burhanettin, ve İ., GÜMÜŞ, (1998), “Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Arttırılması ve Bir Saha Araştırması”, **III. Uluslar arası & IX. Ulusal Turizm Kongresi Bildirisi**, Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, 6-9 Kasım 1998, Aydın.
- ZENGİN, Eyüp ve Ayhan, ERDAL, (2000), “Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi”, **Qafqaz Üniversitesi Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 1, ss. 43-56.
- ZERENLER, Muammer ve Adem, ÖĞÜT, (2007), “Sağlık Sektöründe Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Hastane Tercih Nedenleri Araştırması: Konya Örneği”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 18, Konya, ss. 501-519.
- ZEYBEKOĞLU, A. Zuhale, (2008), “Pazarlama Ve Özel Okullar: Okul Müdürlerinin Hedef Pazarlamadaki Rolü”, **Milli Eğitim Dergisi**, Kış, Sayı: 177, Ankara, ss. 294-305.

DİZİN

—B—

Boşluk Modeli, 42

—D—

Dumlupınar Üniversitesi, 60, 62, 63, 64
Dumlupınar Üniversitesi Merkez
Kütüphanesi, 62, 64

—H—

Hizmet, 84
Hizmet Sektöründe Kalite Ölçüm
Modelleri, 29, 30, 31

—K—

Kütüphanelerde Hizmet Kalitesi Ölçüm
Araçları, 40

—L—

LibQUAL, 1, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55,
56, 57, 58, 59, 63, 64, 65, 67, 69,
70, 73, 74, 76, 79, 81, 82, 84, 91,
93, 96, 98, 106
LibQUAL Hizmet Kalitesi Boyutları,
53
LibQUAL+™ Hizmet Kalitesi Ölçüm
Anketi, 49, 52, 58, 59, 63, 64, 65,
67, 69, 70, 73, 74, 76, 81, 91, 93, 96

—S—

Servqual, 37, 41, 46, 47, 91, 103, 104,
107, 109
Servqual Hizmet Kalitesi Boyutları, 46,
47