



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Sağlık Kuruluşları Yöneticiliği

**İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HAYVAN
AŞILAMA VE TEDAVİ ÜNİTESİ HİZMET
KALİTESİNİN SERVQUAL ÖLÇEĞİ İLE ÖLÇÜMÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

NAZİLE AKBAŞ

165130114

DANIŞMAN

Dr. Öğretim Üyesi Yasin AKSOY

İSTANBUL, 2019

KABUL VE ONAY SAYFASI



YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “ İstanbul Büyükşehir Belediyesi Hayvan Aşılama Ve Tedavi Ünitesi Hizmet kalitesinin SERVQUAL Ölçeği İle Ölçümü” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih İmza

26/03/2019

Öğrencinin adı soyadı

Nazile AKBAŞ

ÖZET

İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ HAYVAN AŞILAMA VE TEDAVİ ÜNİTESİ HİZMET KALİTESİNİN SERVQUAL ÖLÇEĞİ İLE ÖLÇÜMÜ

Nazile AKBAS

Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Danışman: Dr. Yasin AKSOY

Ocak, 2019

Bu araştırma, hizmet kalitesi ölçümünde pek çok sektörde sıklıkla kullanılan SERVQUAL ölçeğini İstanbul'da bulunan bir hayvan aşılama ve tedavi ünitesine uygulayarak ünitedeki hizmet kalitesini ve hayvanları için sağlık hizmeti alan hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada ilk olarak hizmet, kalite ve hizmet kalitesi konusunda bilgi verilerek bir arkaplan sağlanmış, ilerleyen kısımlarda ise hizmet kalitesi ölçüm modelleri ele alınmıştır. Araştırmanın uygulama kısmında hayvan sahiplerinin sosyodemografik özellikleri Sosyodemografik Bilgi Formu ile toplanmış olup, hayvan aşılama ve tedavi ünitesinin hizmet kalitesi SERVQUAL ölçeği ile ölçülmüş ve hizmet kalitesi ölçeğin alt boyutları olan fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati altında değerlendirilmiştir. Araştırma 6 Haziran-6 Ağustos 2018 tarihlerinde gerçekleşmiş olup, 304 farklı hayvan sahibinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin uygulanmasından sonraki değerlendirme kısmında verilerin analizi farklı istatistiksel yöntemlerle yapılmış ve SERVQUAL skorları hesaplanmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda, hayvan aşılama ve tedavi ünitesinin hayvan sahiplerinin beklentilerini tam anlamıyla karşılayamadığı, fakat sağlanan hizmet kalitesinin hayvan sahiplerinin beklentilerine çok yakın olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Hayvan Sahipleri, Hayvan Sağlığı, Hizmet, Hizmet Kalitesi, SERVQUAL

ABSTRACT

MEASUREMENT OF THE SERVICE QUALITY OF ISTANBUL METROPOLITAN MUNICIPALITY ANIMAL VACCINATION AND TREATMENT UNIT WITH SERVQUAL SCALE

Nazile AKBAŞ

Master Thesis, Social Sciences Institute

Advisor: Dr. Yasin AKSOY

January 2019

This study was conducted to apply SERVQUAL model, which is used popularly in many industries, to a animal care and treatment unit in İstanbul in order to determine its service quality and quality of service perceived by animal owners. Firstly in this work, service, quality and service quality subjects are discussed in terms of providing a background to the study. Later, service quality measuremet models were discussed. In the practice part of the study, demographic characteristics of animal owners were determined with Sociodemographic Information Form and service quality of animal care and treatment unit measured with SERVQUAL model. SERVQUAL model has been made of five dimensions, which are tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. According to these five dimensions, service quality intepreted and compared. This study was conducted between the dates of June 6- August 6 2018, with 304 animal owners, who agreed to participate in the study. After the application of the scale and questionnaire, data obtained from the study was analyzed with some statistical techniques and SERVQUAL points were determined. It was found that, service quality of animal care and treatment unit is not meeting the expectations of animal owners, however service quality is very close to the animal owners expectancy.

Key Words: Animal Health, Animal Owners, Service, Service Quality, SERVQUAL

ÖNSÖZ

Günümüz dünyasında farklı sektörlerde çeşitli hizmetler sağlanmakta ve bu hizmetleri geliştirici çalışmalar yapılmaktadır. Rekabetçi kurumlar sağladıkları hizmet kalitesini geliştirme konusunda çalışmalar yapmakta ve hizmet kalitesi büyük önem arz etmektedir. Belirgin bir hizmet kalitesine olan işletmeler, diğer hizmet sağlayan işletmelerden büyük oranda farklılaşmakta ve sürdürülebilir avantaj kazanmaktadır.

Hizmet kalitesi, değerlendirilmesi zor olan, fiziksel ürünlerden farklı olarak soyut ve kompleks bir kavramdır. Hizmetin herhangi bir ürünle karşılaştırıldığında değişkenliği, depolanamaz ve ayrılmaz oluşu, hizmetin sağlanması ile alınmasının aynı zaman diliminde yaşanması gibi özelliklerinden kaynaklı olarak hizmet kalitesi ölçümünde zorluk yaşanmaktadır. Günümüze değin hizmet kalitesini geliştirmek amacıyla pek çok farklı yaklaşım geliştirilmiş ve modeller uygulanmıştır. Bu modellerden biri olan SERVQUAL modelinde, hizmet kalitesi değerlendirmesi yapılırken, hizmeti alan bireyin hizmetten beklentileri ile aldığı hizmete dair algıları değerlendirilmekte ve aralarındaki farka göre hizmet kalitesi belirlenmektedir.

Bu çalışma, pek çok farklı endüstriye uyarlanarak hizmet kalitesini ölçen SERVQUAL modelini İstanbul’da bir hayvan aşılama ve tedavi ünitesine uygulayarak, kurumdaki evcil hayvanları için hizmet alan hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesini ölçmek amacıyla yürütülmüştür.

Bu çalışmanın düzenlenmesi ve yürütülmesi konusunda bana olan desteğini hiç bir zaman esirgemeyen ve değerli yorumlarıyla çalışmayı yönlendiren sayın hocam Dr. Yasin Aksoy ve benden ilgi, sevgi ve desteğini esirgemeyen aileme teşekkür ederim, okumanın her zaman kıymetli bir kazanç olduğunu öğreten sevgili babam Şemsettin Akbaş’a rahmet dilerim.

İSTANBUL, 2019

Nazile AKBAŞ

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vii

1.BÖLÜM

GİRİŞ

1.1 Problemin Tespiti.....	2
1.2 Çalışmanın Amacı.....	2
1.3 Araştırma Metadolojisi	2
1.4 Ünitelerin Planı	3

2.BÖLÜM

HAYVAN HASTANELERİ İLE KALİTE VE HİZMET KAVRAMLARI

2.HAYVAN HASTANELERİ VE TANIMI.....	4
2.1.Hayvan Hastanelerinin Tanımı	4
2.2. Hayvan Hastanesi Gelişimi	5
2.3 Türkiye’de Veterinerlik Hizmetlerinin Tarihçesi.....	7
2.4 Hayvan Hastanesinin İşleyişi	7
2.5 Hayvan Hastanelerinin Gerekliiliği.....	8
2.6 Hayvan Hastanesinde Tedavi Gören Hayvanların Tanımı.....	9
2.6.1.Evcil Hayvan Tanımı.....	9
2.6.2. Egzotik Hayvan Tanımı.....	11
2.6.3. Kanatlı Hayvan Tanımı	11
2.6.4. Çift Tırnaklı Hayvan Tanımı	11
2.7 Hizmet Kavramı	12
2.7.1 Hizmet Kavramının Tanımı	12
2.7.2 Hizmetin Özellikleri	14
2.7.3 Hizmetin Dokunulmazlığı	14

2.7.4 Hizmetin Ayrılmazlığı.....	15
2.7.5 Hizmetin Değişkenliği.....	17
2.7.6 Hizmete Sahip Olunamaması	18
2.7.7 Hizmetin Dayanıksızlığı.....	18
2.8 Hizmetlerin Ürünlerden Ayırt Edilmesi.....	19
2.9 Hizmetlerin Sınıflandırılması.....	20
2.10 Hizmet Sektörü Kavramı.....	22
2.11 Hizmet Sektörünün Önemi.....	23
2.12 Hizmet Sektörünün Gelişimi.....	24
2.13 Kalite Kavramı	26
2.14 Kalite Kavramının Gelişimi	28
2.15 Kalitenin Özellikleri.....	29
2.16 Üretim ve Hizmetler Açısından Kalite.....	31
2.17 Hizmetin Kalitesi	32
2.18 Hizmet Kalitesi Boyutları	33
2.19 Hizmetin Kalitesi ile İlgili Yaklaşımlar	36
2.20 Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler	38
2.20.1 Hizmeti Alanları Etkileyen Faktörler	39
2.20.3 Hem Hizmeti Alanları Hem de Hizmeti Verenleri Etkileyen Faktörler.....	41
2.21 Beklenen Hizmet Kalitesi	41
2.22 Algılanan Hizmet Kalitesi.....	42
2.23 Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi	42
2.24 Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Önemi.....	45
2.24 Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri	47
2.24.1 Grönroos' un Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli	47
2.24.2 Sasser, Olsen ve Wyckoff' un Hizmet Kalitesi Modeli	48
2.24.3 Lehtinen & Lehtinen' in Hizmet Kalitesi Modeli	48
2.24.4 Normann' ın Hizmet Kalitesi Modeli	49
2.24.5 Cronin ve Taylor' ın Servperf Modeli	49
2.24.6 Parasuraman, Zeithaml & Berry' in Servqual Modeli	50

3.BÖLÜM

ÇALIŞMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1 Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtlılıkları	50
--	----

3.2 Araştırmanın Yapıldığı Yer ve Özellikleri.....	51
3.3 Araştırma Evreni ve Örneklemi	51
3.4 Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi.....	51
3.5 Araştırmanın Değişkenleri	52_Toc535920784
3.6 Araştırma Bulgularının Analizi.....	53
3.6.1 Araştırmaya Katılan Hayvan Sahiplerinin Demografik Özellikleri	54
3.6.2 SERVQUAL Ölçeği Güvenilirlik Analizi.....	55
3.6.3 Araştırma Örneklem Yeterliliği Analizi	55
3.6.4 Faktör Analizi.....	55
3.6.5 Algılanan Hizmet Kalitesi ile Hayvan Sahiplerinin Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	56
3.6.6 SERVQUAL Skorunun Hesaplanması.....	57
3.6.7 SERVQUAL Ölçeği Alt Boyut Skorları	59
3.7 SERVQUAL Ölçeğinden Elde Edilen Sonuçların Değerlendirilmesi	59
4.BÖLÜM	
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	60

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.5 Algılanan Hizmet Kalitesi Maddeleri	52
Tablo 3.6.1 Araştırmaya Katılan Hayvan Sahiplerinin Demografik Özellikleri	54
Tablo 3.6.2 SERVQUAL Ölçeği Güvenilirlik Analizi	55
Tablo 3.6.4 Ölçek Maddeleri Faktör Yükleri.....	56
Tablo 3.6.5 Hayvan Sahiplerinin Algıladıkları Hizmet Kalitesi ile Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişki	56
Tablo 3.6.6 Hayvan Sahiplerinin Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Puan Ortalamaları ve SERVQUAL Skorları	58
Tablo 3.6.7 SERVQUAL Ölçeği Alt Boyutları Skorları	59



1. BÖLÜM

GİRİŞ

Dünyadaki ekonomik, teknolojik ve sosyolojik gelişmeler, hizmet sektörünün ülke ekonomilerindeki payını hızla artırmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde hizmet endüstrisinin ekonomilerdeki payının, diğer sektörlerle göre çok daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Globalleşmenin etkileri ve gelişmenin yol açtığı değişiklikler nedeniyle hizmet sektörü ülkemizde de önemi artan bir sektör haline gelmektedir.

Günümüzde hizmet sektörünün ülke ekonomileri içindeki yeri, bir kalkınmışlık ölçütü olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaşam standartlarının yükselmesi, hizmetlerin öneminin günden güne artmasını ve hizmet sektörünün büyümesini sağlamaktadır.

Hizmet sektörünün büyümesi ve ekonomideki ağırlığının artmasıyla birlikte hizmet sektöründe yoğun rekabet yaşanmaktadır. Bu rekabet şartları hizmet işletmelerini kaliteli hizmet üretmeye zorlamaktadır. Günümüzün yoğun rekabet ortamında, kaliteyi sağlamak, işletmelerin ayakta kalabilmeleri için olmazsa olmaz bir koşul olarak kendini göstermektedir. Söz konusu bu ön koşul, gerek akademik çevrelerde gerekse iş çevrelerinde hizmet kalitesi kavramının önemini ortaya koymaktadır.

Hizmet kalitesi ile ilgili öne çıkan konular arasında, hizmet kalitesinin ölçümü gelmektedir. Araştırmacılara göre hizmet kalitesinin ölçümü, herhangi bir ürünün kalitesinin ölçümüne göre daha zor olmaktadır. Çünkü imalat sektöründeki bir ürünün fiziksel özellikleri, dayanıklılığı ve kendinden beklenen işlevi yerine getirip getirmediği, alet, cihaz veya teknolojilerle kolayca ölçülebilmektedir. Buna karşın hizmetlerin kendine özgü bir takım özellikleri bu ölçümü zorlaştırmaktadır. Hizmet kalitesinin ölçümü, hizmetlerin soyut olma, üretim ve tüketimin eş zamanlı olması gibi özellikleri nedeniyle somut ürün kalitesinin ölçümünden daha karmaşık olmakta ve farklı hizmet kalitesi ölçüleri ve modelleri gerektirmektedir.

Bu çalışma, İstanbul'da bulunan bir hayvan aşılama ve tedavi ünitesindeki hizmet kalitesini ölçmek ve değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada, hizmet kalitesi ölçümü amacıyla sıklıkla kullanılan, 1985 yılında A. Parasuraman, V. Zeithaml ve L. Berry tarafından geliştirilen, SERVQUAL Modeli kullanılmıştır.

1.1 Problemin Tespiti

İstanbul ilinde hizmet veren bir hayvan aşılama ve tedavi ünitesinde yapılan bu araştırmada aşağıdaki sorulara cevap aranmaktadır:

1.2 Çalışmanın Amacı

Günümüzde işletmelerin sağladığı algılanan ve beklenen hizmetin kalitesini ölçmek amacıyla kullanılan SERVQUAL ölçeği hizmet sektörünün pek çok farklı alanında uygulanmaktadır. Bu çalışma SERVQUAL ölçeğini kullanarak, İstanbul ilinde hayvan bakım ve rehabilitasyon hizmeti veren bir kurumda verilen hizmetin kalitesini belirlemeyi, hizmet alan hayvan sahiplerinin memnuniyet seviyelerini ölçmeyi ve hayvan sahiplerinin beklentilerinin karşılama düzeylerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Literatüre bakıldığında, veterinerlik hizmetleri alanında hizmet kalitesini araştıran bir çalışma olmadığı görülmüştür. Çalışma bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Bu çalışmaya katılan hayvan sahiplerinin beklediği ve algıladığı hizmet kalitesini ölçülerek hangi hizmet kalitesinin öncelikli düzeyde olduğu belirlenecektir. Ayrıca beklenen ve algılanan hizmet arasındaki farklara etki eden hayvan sahiplerinin demografik özelliklerinin tespiti ile verilen hizmet kalitesinde iyileştirilme sağlanması, bakım ve rehabilitasyon hizmeti veren tesislerin planlanması ve gelişimi gibi alanlarda katkı sağlanması beklenmektedir.

1.3 Araştırma Metodolojisi

Bu çalışma kesitsel türde tanımlayıcı bir araştırma olup, hayvan bakımı ve rehabilitasyon hizmeti alan hayvan sahiplerinin algıladıkları ve bekledikleri hizmet algılarına etki eden demografik özellikleri belirlenecektir. Çalışma kapsamında, İstanbul ilinde bulunan bir hayvan aşılama ve tedavi ünitesine 6 Haziran 2018 ile 6 Ağustos 2018 tarihleri arasında hizmet almak amacıyla gelen 304 farklı hayvan sahibine Sosyodemografik Bilgi Formu ve SERVQUAL ölçeği uygulanmıştır. Elde edilen verilerin SPSS 21.0 paket programı ile istatistiksel analizi gerçekleştirilmiştir. Alınan sonuçlar literatürdeki diğer çalışmalar ve hizmet alanındaki araştırmalarla karşılaştırılmıştır. Çalışmada bu bağlamda nicel yöntem kullanılarak anket uygulaması yapılmıştır.

1.4 Ünitelerin Planı

İkinci bölüm ile başlayacak kısımdan itibaren yürütülen bu çalışmaya dair bilgiler sistemli olarak verilecektir. İlk kısımda hayvan bakım ve rehabilitasyon hizmeti veren kurumlar ve hayvan hastanelerine dair bilgi bulunmakta olup, bu hizmeti alan hayvanlar ve tanımları yer almaktadır. Ayrıca bu kısımda veterinerlik hizmetlerinin tarihçesi, gelişimi ve önemi başlıkları altında kapsamlı bilgi verilmesi amaçlanmaktadır.

İlerleyen kısımdaki bölümde hizmet kavramına dair literatür araştırması sonucu oluşturulan bilgi kısmı bulunmaktadır. Bu kısımda hizmet kavramı ve hizmetin özellikleri detaylı olarak incelenmekte, ayrıca hizmetin sınıflandırılması konusundaki araştırmalara yer verilmektedir. Hizmet kavramından sonra kalite kavramı gelmekte, kalitenin tanımı ve özellikleri incelenmektedir. Daha sonra ise hizmet kalitesinin geniş bir incelemesi yapılarak, hizmet kalitesi boşlukları hakkında bilgi verilmektedir.

Bu bölümün son kısmında ise hizmet kalitesinin ölçümü ve ölçüm süreci, farklı ölçüm modelleri ve mekanizmaları hakkında bilgi verilmiş olup, bu çalışmada kullanılan SERVQUAL ölçeğinin gelişimi ve günümüze uyarlanması konusunda geçmişten günümüze olacak şekilde tarihsel gelişim aktarılmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın uygulanması, araştırma kapsamında uygulanan ölçekler, çalışmanın evreni ve örneklemi hakkında bilgi verilmiştir. İlerleyen kısımda ölçeklerden elde edilen veriler ve bu verilerin istatistiksel analizi yer almaktadır.

Son kısımda ise çalışma kapsamında elde edilen sonuçların literatürdeki hizmet alanı altındaki araştırmalar ve alan yazımı ile olan karşılaştırması yer almakta, hayvan bakım ve rehabilitasyon hizmetlerine yönelik öneriler bulunmaktadır.

2. BÖLÜM

2.HAYVAN HASTANELERİ VE KALİTE VE HİZMET KAVRAMLARI

2.1.Hayvan Hastanelerinin Tanımı

Hayvan hastaneleri; her türlü salgın, bakteriyolojik, viral ve paraziter hastalıklar ve hayvanlardan insanlara geçen hastalıklar ile ilgili teşhis, koruma, tedbir ve şartları tespit etmek ve bu hastalıkların tedavilerini yapmak amacıyla kurulan kurumlardır. Hayvan hastaneleri; bütün hayvanların tanı ve tedavilerinin ayakta ve ya yatarak yapıldığı hayvan hastaneleri ve yalnız kedi, köpek ve benzeri evde beslenen süs hayvanlarının ayakta ve ya yatarak hastalıklarının teşhis ve tedavilerinin yapıldığı süs hayvanları hastanelerini kapsamaktadır.

Hayvan hastaneleri verdiği cerrahi, anestezi, yoğun bakım ve reanimasyon, yatan hasta, karantina, tıbbi görüntüleme, laboratuvar, acil hizmet gibi hizmetler ve hizmet verdiği hayvan çeşitliliği dolayısıyla geniş arazilere konumlanmaktadır. Bu hizmetler ve hastanede bulunan bölümler hayvan hastanelerinin kuruluş, açılış, çalışma ve denetleme usul ve esaslarına dair yönetmelikte de belirtildiği üzere şu şekilde sıralanabilir (Hayvan Hastaneleri Yönetmeliği, 2010):

- Hastaneye acil olarak getirilen hayvanların ilk müdahalelerinin yapıldığı, gerekli ilaç, alet ve malzemelerin bulunduğu acil müdahale bölümü,
- Hayvanların; muayene ve tedavileri ile aşı, serum, biyolojik madde ve diğer tıbbi uygulamaların yapıldığı muayene odası,
- Operasyona alınacak hayvanların, özellikle gaz anestezi kullanılmıyorsa anestezi ve traşlarının yapıldığı, operasyon salonuna bir kapı ile bağlantılı operasyon hazırlık odası,
- Lokal anestezi ile ayakta veya genel anestezi ile yatırılarak ameliyatların yapıldığı operasyon salonu,
- Alet ve ekipmanların temizlik ve sterilizasyonlarının yapıldığı, sterilizasyon ve alet temizlik ünitesi,
- Operasyon sonrası hayvanların uyanması için tutulacakları yoğun bakım odası,

- Röntgen ve benzeri cihazlar ile ultrason cihazının rahatlıkla yerleştirilebileceği ve çalışmada aksaklık getirmeyecek genişlikte röntgen ve ultrason odası,
- Kan, idrar, gaita, sperm, deri kazıntısı ve benzeri numunelerin her türlü biyokimyasal muayenelerinin yapılabilmesine, mikroorganizmaların izolasyon ve identifikasyonlarına olanak tanıyan alet ve ekipmanların bulunduğu laboratuvar,
- Hasta hayvanların türüne göre, tedavilerinin yatarak yapılmasının gerektiği hallerde kullanılacak yatarak tedavi odası; bakım, besleme ile çevreye ve kendisine zarar vermemesi için gerekli donanımlar; büyükbaş hayvanlar için yemlik; ev hayvanları ve kanatlılar için usulüne uygun kafes ile bu hayvanların beslenmelerinde kullanılmak üzere yem kapları ve benzeri gereçler,
- Bulaşıcı ve salgın bir hastalık şüphesi veya tespiti halinde hayvanın tecritinde kullanılacak, tamamen kapalı ve diğer bölümlerle doğrudan ilişkisi olmayan tecrit odası.

Hayvan hastanesine her türlü hayvan, muayene, teşhis, tedavi ve koruma amacıyla kabul edilir. Hastanede görevli veteriner hekim, muktedir olabileceği her türlü teşhis ve tedaviyi yapmaya yetkilidir. Hastanenin veteriner hekim kadrosu biri uzman hekim olmak üzere en az üç veteriner hekimden oluşur. Uzman veteriner hekimin klinik dallarından birinde uzmanlık ya da doktora yapmış olması esastır. Ayrıca hastane kadrosunda en az iki hayvan bakıcısı, bir sekreter ile traş ve yıkamadan sorumlu personel bulunmaktadır (Hayvan Hastaneleri Yönetmeliği, 2010)

2.2. Hayvan Hastanesi Gelişimi

Veteriner hekimliğin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Ateşin ve tekerleğin icadı kadar önemli bir olay da insanın hayvanları doğal ortamlarından ayırarak evcilleştirmesi ve işine yarar şekilde kullanmasıdır. İlk evcilleştirilen hayvan ile veteriner hekimliği mesleğinin de başladığı kabul edilir. Antik Yunan'da 4. yüzyıl ve ya 5. yüzyılda Agathotychs adında bir veteriner cerraha rastlanır.

Avrupa'da sığır vebasının verdiği büyük zarar, bilim insanlarının bu alanda çalışmalar yapmasına, hayvan sağığı ve hastalıklarının araştırılmasına neden oldu. Bu da 1762'de Fransa'nın Lyon şehrinde Claude Bourgelat tarafından ilk veteriner fakültesinin kurulmasıyla sonuçlandı (Mammerickx ve Bourgelat, 1971) Veteriner tıbbına verilen bu destek ve yapılan araştırmalar sayesinde kısa bir süre sonra veba vakaları sonlandı (Lupton, 1879:1). Veteriner bilimi, birçok kişi tarafından modern veteriner tıp araştırmalarının kurucusu olarak kabul edilen John McFadyean'ın önemli katkılarıyla 19. yüzyıl sonlarında başlamıştır.

Osmanlı Devleti'nde ise veteriner hekimlik usta çırac ilişkisi ile öğrenilip icra edilen bir meslek iken ilk olarak modern eğitim 1842 yılında süvari okullarına bazı veteriner hekimliği dersleri konulması ile başladı. Daha sonra 1889 yılında sivil veteriner okulu kurulmuştur. Bu iki kuruluş 1921'de Yüksek Vetreiner Okulu adı altında birleştirilmiş ve 1933'te tüm personeliyle Ankara'ya taşınmıştır. Nüfus ve besin gereksiniminin artışına paralel olarak ülkede hayvancılığın kazandığı önem ve veteriner hekim yetersizliği nedeniyle sonraki yıllarda ülke genelinde birçok veteriner fakültesi kurulmuştur (Gökçen, 2017:1-2)

19. yüzyılda başta leylekler olmak üzere göçmen kuşların bakım ve tedavisinin yapılması amacıyla Osmanlı döneminde düşkün leylek evi, Gurabahane-I Laklakan adında bir hayvan hastanesi kurulmuştur. Bu kurum dünyanın ilk hayvan hastanesi olarak kabul edilmektedir.

Hayvanların insan hayatındaki yerinin giderek artması ve hayvan sağığıının insan sağığıına olan etkisinin artması ile birlikte hayvan sağığıının önemi artmıştır. Gelişen veterinerlik bilimi ve teknolojinin paralelinde klinikler sonrasında ise ihtiyaç doğrultusunda hayvan hastaneleri ülkemizde ve dünya genelinde artış ve gelişim göstermiştir.

2.3 Türkiye’de Veterinerlik Hizmetlerinin Tarihçesi

Türkiye’ de Veteriner Hekimliği eğitimi ilk kez 1842’ de İstanbul’ da Askeri Veteriner Okulu’ nda başlamıştır. Daha sonra 1889 yılında Sivil Veteriner Okulu kurulmuştur. Bu iki kuruluş 1921’ de Yüksek Veteriner Okulu adı altında birleştirilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti’ nin yüksek eğitim reformları çerçevesinde Veteriner Yüksek Okulu 1933’te tüm akademik ve idari personeli ile Ankara’ ya nakledilmiş ve Yüksek Ziraat Entitüsü bünyesine dahil edilerek Veteriner Fakültesi olarak yeniden isimlendirilmiştir. Ankara Üniversitesi’ nin 1946’ da kuruluşunu takiben Veteriner Fakültesi 1948’ de kurulmuş olup, ülkemizdeki ilk veteriner fakültesi olma özelliğini taşımaktadır (<http://www.veterinary.ankara.edu.tr/tarihce/>). Günümüze değin yurdumuzun birçok yanında üniversiteler bünyesinde veterinerlik fakülteleri açılmaya devam edilmiş olup, şuan 24 tane veterinerlik fakültesi farklı şehirlerde yer almaktadır.

2.4 Hayvan Hastanesinin İşleyişi

Hayvan hastaneleri bütün hayvanların tanı ve tedavilerini gerçekleştiren kurumlardır. İlgilenilen hayvan kategorileri; büyükbaş hayvan, küçükbaş hayvan, ev ve süs hayvanlarıdır. Resmi olarak denetleme ve izin merci Tarım ve Köyişleri Bakanlığıdır.

Hastanelerde önceden standartları yine Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından belirlenmiş hizmet birimleri bulunmaktadır. Bu birimler; cerrahi, anestezi, yoğun bakım ve reanimasyon, yatan hasta, karantina, tıbbi görüntüleme, laboratuvar, acil hizmet ve bakım birimleridir. Bunlar dışında hayvan sahiplerinin ayakta tedavi esnasında bekleyebileceği bekleme salonları ve hayvanların birbirinden bağımsız tanı ve tedavi için bekletildiği bölümler bulunur.

Hayvan hastaneleri aynı zamanda belediyelere bağlı olarak sahipsiz hayvanların tanı, tedavi ve sahiplendirme işlemlerini de yapmaktadırlar (Hayvan Hastaneleri Yönetmeliği, 2010:1-10).

2.5 Hayvan Hastanelerinin Gerekliiği

İlk insandan bu tarafa bizim yardımcılarımız konumunda olan hayvanlar, gerek yaşamsal ham madde, gerekse birer yardımcı ve güvenlik elemanı vesilesiyle olmazsa olmazımız olmuştur. Bugün şehirleşmeyle hayvanlar artık insanların sosyal yaşamında geniş bir yer edinmeye başlamıştır. Ayrıca günümüzde insanlarda şekillenen hastalıkların büyük bir oranının hayvanlardan ve hayvansal gıdalardan kaynaklandığı düşünüldüğünde, hayvan sağlığının küresel sağlık açısından önemli olduğunu vurgulamak, buradan hareketle de insan sağlığının hayvan sağlığına bağlı olduğu sonucunu çıkarmak son derece yerinde olacaktır. İşte bu nedenle bugün dünyada " Tek Sağlık Konsepti" nin önemi her zeminde bilimsel otoritelerce gündeme getirilmektedir. Tek Sağlık; yerel, ulusal ve küresel düzeylerde insanlar, hayvanlar ve çevre bakımından ideal sağlık elde etmek için farklı disiplinlerin işbirlikçi çalışmasıdır (The American Veterinary Medical Association, 2009). Birçok gelişmekte olan sağlık sorunları insanlar ve hayvanlar arasında artan temas, gıda üretimindeki entegrasyona ve uluslararası seyahatlerin genişlemesine bağlanmaktadır (WHO, 2010). 20. yüzyılda yeni bulaşıcı hastalıkların sayısı artmış olup, bunlar çoğunlukla hayvanlardan geçmekte, insanları enfekte ettiği bilinen 1.415 mikrobun yüzde 61'i hayvanlardan gelmektedir. (Patel ve diğerleri, 1996). Örneğin, kemirgenler veba ve tifüs etkenlerini insanlara aktarırlar. Kızamık, kabakulak ve boğmaca hastalıklarının orijini evcil çiftlik hayvanlarıdır (Wolfe, 2007:10). Önemli bir istisna Mycobacteria tuberculosis'tir. Mycobacteria tuberculosis insan orijinli olduğu halde hayvanlara bulaşmıştır (Wirth, 2008, s.2). Şempanzeler HIV'in doğal konaklarıdır (Keele, 2006). Yaban hayatının küresel ticareti, hastalıkların ortaya çıkması sorununu şiddetlendirmektedir.

1999'da Batı Nil Virüsü salgını, insan ve hayvan sağlığı arasındaki bağlantıyı vurgulamıştır.

Tek Sağlık, sağlıklı insan için sağlıklı hayvanın gerekliliği üzerine şekillenmekte, yüksek kalitedeki hayvan sağlığının insan sağlığı ve refahı üzerine olumlu etkileri vurgulanmaktadır. Tek Sağlık Konsepti'nde başarının elde edilmesi

için hayvan sağığı ve refahı, gıda güvenirliliğı ve halk sağığı konularında hayvan hastanelerinin önemi büyüktür (Karesh, 2005).

2.6 Hayvan Hastanesinde Tedavi Gören Hayvanların Tanımı

Hayvan hastaneleri bütün hayvanların her türlü salgın, bakteriyolojik, viral ve paraziter hastalıklar ve hayvanlardan insanlara geçen hastalıklar ile ilgili tanı ve tedavilerini karşılamaktadır. Hayvan hastanelerinde tedavi gören hayvanlar şu şekilde kategorize edilebilirler (Hayvan Hastaneleri Yönetmeliğı, 2011) :

- Sığır, manda, deve, at, eşek, katır ve benzeri hayvanları kapsayan büyükbaş hayvanlar, koyun, keçi, oğlak, kuzu ve benzeri hayvanları kapsayan küçükbaş hayvanlar,
- Ekonomik değeriinden ve işgücünden yararlanma amacı taşınmadan, insanlarca bakımı ve sorumluluğı üstlenilen, memeliler sınıfından hayvanları, ayrıca balık ve sürüngenler gibi alt gruptaki omurgalıları kapsayan ev ve süs hayvanları, eti veya yumurtası için yetiştirilen tavuk veya evcil kuşlar anlamına gelen kanatlı hayvanlar.

2.6.1.Evcil Hayvan Tanımı

Doğada besinini ve barınağını kendisi bularak, düşmanlarına karşı kendini savunarak yaşamını ve soyunu sürdüren yabani hayvanların bir bölümü insan eliyle evcilleştirilmiştir. Yabani hayvanların evcilleştirilmesi tarih öncesi devirlere dayanmaktadır. Bu hayvanların, doğal çevrelerinde özgür ve yabanıl yaşarken tutsak edilerek insan eliyle bakılıp beslenmeye ve insanla birlikte yaşamaya alıştırılması evcilleştirmenin yalnızca ilk aşamasıdır. Oysa bu uzun sürecin asıl amacı, yabani hayvanları yeni koşullara uyarlayarak insana daha yararlı, örneğin et, süt ya da yumurta verimi daha yüksek, yük ya da binek hayvanı olarak daha dayanıklı, avda iz sürmeye ya da bekçilik etmeye daha yatkın evcil soylar üretmektir. Bu da yüzyıllarca süren titiz seçme, çaprazlama ve ıslah çalışmalarının bir sonucudur (Lawson, 2011).

Oxford sözlükte evcil hayvan terimi “evde arkadaş olarak barındırılan kedi veya köpek gibi hayvan” (Oxford Learner’s Pocket Dictionary, 2011, s. 328), Cambridge sözlükte “evde arkadaş olarak bulundurulan ve nazik bir şekilde davranılan hayvan” Grand sözlükte “zevk vermesi için evde barındırılan hayvan”

(Grand Dictionary, 2015, s. 401), Longman sözlükte ise “kedi veya köpek gibi evde bulundurulan ve bakılan hayvan” (Longman Dictionary, 1995, s. 1055) olarak tanımlanmıştır. Çeşitli kaynaklar evcil hayvana farklı örnekler vermişlerdir. Bunlar: midilli, kedi, balık, kuş, köpek, kaplumbağa (Longman Dictionary of Contemporary English, 1995, s. 1055), tavşan, kobay faresi (Ginedomuzu), yılan ve sürüngenlerdir. (Cambridge Online Dictionary, 2005). Türk Dil Kurumu ise evcil hayvanı “evde bakılabilen, insana alışmış olan evcilleştirilmiş hayvan” olarak tanımlamış ve koyun ve ineği evcil hayvana örnek olarak vermiştir (TDK Sözlüğü, 2006). Yeni Zelanda hükümeti ise 2015 yılında yaptığı yasal bir düzenlemeyle hayvanları duygusal varlıklar olarak tanımlamış ve bu düzenlemenin nedenini ise hayvanların hem olumlu hem de olumsuz duygular barındırması olarak açıklamıştır (Independent, 2015).

İnsanlar yerleşik düzene geçip tarım yapmaya başlamadan önce, yiyeceklerini ve giyeceklerini sağlamak için yabani hayvanlardan yararlanıyorlardı. Başlangıçta besinlerini sağlamak için çevrelerindeki hayvanları avlamakla yetindiler. Zamanla, kendilerine en yararlı olabilecek hayvanları evcilleştirmeyi öğrendiler. Bir süre sonra da hangi hayvanların daha uysal, evcilleştirmeye daha uygun ve kendilerine daha yararlı olduğunu öğrendiler (Dyce, 1987).

Bilinen en eski hayvan evcilleştirilmesi Eski Dünya’da günümüzden 15.000-17.000 yıl öncesine dayanan kurdun evcilleştirilmesidir. 1978 yılında, İsrail’in kuzeyindeki eski Paleolitik döneme ait bir alanda bulunan mezarda tahminen 12.000 yıl öncesine ait bir insan ve köpeğin kalıntılarına rastlandığına, Antik Yunan ve Roma’da evcil hayvanın isminin, değerinin ve evcil hayvan için yas tutanın acısının yazıya döküldüğü mezarlıkların da mevcut olduğu bilinmektedir (Padberscek, Paul ve Serpell, 2000:27). Çağlar boyunca, köpekler çiftlik hayvanlarını koruma ve gütmeye, kaleleri ve evleri koruma, kızak ve el arabalarını çekme, suçluları ve kurbanları bulma, avlanarak et sağlama konularında yardım etmişlerdir ve evcilleştirilen ilk hayvan türüdür (Byrd, 2012, s. 4-5). Kedinin yaklaşık 3.000-4.000 yıl önce Mısır’da evcilleştirildiği bilinmekteydi. (Ehlert, 1997, s. 9). Fakat son yıllarda yapılan kazılarda kedinin evcilleştirilmesinin daha eskiye dayandığı yönünde bulgular edinilmiştir. Kedi – insan birlikteliğinin en eski kanıtına Kıbrıs’ta 9.500 yıl öncesine ait bir mezarlıkta rastlanmıştır. (Driscoll, vd. 2007:1).

2.6.2. Egzotik Hayvan Tanımı

Egzotik tür (sokulmuş tür, yerel olmayan tür) yerel yaşam alanı dışına insanlar tarafından bilinçli olarak ya da istemeyerek getirilmiş ve burada yaşamaya başlamış olan türdür. Yerel olmayan türler girdikleri ekosistemler üzerinde çeşitli etkiler gösterebilirler. Sokuldukları bölge dışına da yayılmış olan egzotik türlere istilacı türler adı verilir. Egzotik türlerin etkileri oldukça değişkenlik gösterir. Bazı egzotik türlerin sokuldukları ekosistem üzerinde yıkıcı olumsuz etkileri olabilirken bazılarının ya etkisi olmaz ya da önemsiz derecede etkileri olabilir. Bazı egzotik türler, zararlılarla mücadele etmek için bilinçli olarak ekosistemlere sokulmuştur. (DovSax, 2008)

Sincap, bukalemun, tavşan, iguana, hamster gibi hayvanlar egzotik hayvanlar olarak tanımlanırlar. Bu hayvanlar insanlar tarafından yaşam alanları dışına taşınmış ve evcilleştirilmiştir (Dyce, 1987).

2.6.3. Kanatlı Hayvan Tanımı

Kanatlı hayvanlar; aves sınıfında bulunan ve eti gıda olarak tüketilen tavuk, hindi, kaz, ördek, bıldırcın, devekuşu ve benzeri kümes hayvanlarıdır.

Muhabbet kuşu, güvercingiller, kanarya ve papağan gibi doğal ortamından insan eliyle evcilleştirilen egzotik hayvanlar da aves sınıfına dahil olduğu için kanatlı hayvan tanımına girmektedir. Bu hayvanlar genellikle ekonomik amaç güdülmeden evlerde süs hayvanları olarak barındırılmak üzere evcilleştirilmiş hayvanlardır (Aspinall, 2004).

2.6.4. Çift Tırnaklı Hayvan Tanımı

Hayvanlar aleminin önemli bir grubunu oluşturan çift tırnaklılar, anatomik yapı olarak ayaklarında bulunan tırnak (parmak) sayısının çift sayıda olmasıyla diğer memelilerden belirgin olarak ayrılmaktadırlar. Otobur beslenme şekline sahip olan çift tırnaklılar, bitkilerden ve sindirim sistemlerinde gelişen tek hücreli canlılardan elde ettikleri besin maddelerini, özellikle bir kısmı insan vücudunda üretilmeyen ve yaşamsal açıdan dış kaynaklardan alınması zorunlu olan amino asitleri de elde

ederek, hayvansal proteinler olarak ifade edilen proteinlerin üretiminde kullanırlar. Bu durum insanların çift tırnaklı hayvanları et ve süt ürünü elde etmek için evcilleştirmesine sebep olmuştur. Çiftlik hayvanları olarak da bilinen çift tırnaklı hayvanlara koyun, keçi, sığır, deve ve benzeri hayvanlar örnek gösterilebilir (Bowden, 2009).

2.7 Hizmet Kavramı

2.7.1 Hizmet Kavramının Tanımı

Farklı disiplinler tarafından incelenen hizmet kavramı için pek çok farklı tanım yapılmakla beraber, hizmet tanımı günümüze değin uygulandığı sektörlerle göre farklılık gösteren bir unsur olmuştur (Çiçek ve Doğan, 2009:21). Grönross, hizmet kavramını bireylerin ihtiyaçlarını karşılayan, elle tutulamayan fakat somut yararların veya faaliyetlerin satın alınması olarak tanımlamaktadır (Grönross, 1990:26). Kotler ise daha farklı bir yorumda bulunurak hizmet kavramını herhangi bir sahiplik bulunmadan, dokunulamayan yararlar sağlanması olarak tanımlamıştır (Kotler, 1997:24). Araştırmacı hizmet sağlanırken fiziksel, somut bir ürün kullanılabileceğini veya hizmet eyleminin herhangi somut bir öge kullanılmadan da gerçekleşebileceğini belirtmiştir. Takan, hizmeti bireylerin genel ihtiyaçlarını bitirerek fayda sağlayan soyut faaliyetler bütünü olarak betimlerken Uyguç hizmet kavramını hizmet ve emek yoğun sektörlerde inceleyip, sosyolojik bir doğrultuda bireylerin yada grupların diğer birey veya gruplar için gerçekleştirdikleri eylemlere hizmet denebileceğini belirtmiştir (Takan, 2000:12, Uyguç, 1992:15). Çoğunlukla verilen hizmetler soyut ve hizmeti alan bireyler tarafından tatmin ya da fayda olarak algılanmasından dolayı, bir topluluktan diğer bir topluluğa sunulan fakat herhangi bir ürün veya malın sahipliği ile sonuç bulmayan faaliyet veya faydalar bütünü olarak da tanımlanabilmektedir. Hizmet kavramının farklı tanımlar barındırmasının nedeni, hizmetin “elle tutulabilir” somut veya soyutluğu tam olarak tanımlanamayan ve bir çok farklı alanda yer almasından kaynaklı bir durumdur. Pek çok farklı araştırmacı da kendi çalıştıkları alan veya sektöre uygun hizmet tanımları getirmeye çalışmışlardır.

Günümüze değin hizmet kavramı insanlığın geçirdiği değişikliklerle beraber farklılaşmış, çeşitli anlamlara hitap edecek şekilde kullanılmıştır. Hizmet kavramının net ve belirli bir tanımını yapmanın zorluğu yanı sıra verilen hizmetlerin kapsamını

belirlemek de zor olmaktadır. Dünyada gerçekleşen sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak yeni hizmet çeşitleri ortaya çıktığını ve verilen hizmetlerin bu gelişmelere bağlı olarak değiştiği görülmektedir. Bu nedenden dolayı detaylı bir hizmet sözlüğü ortaya koymak ve bu sözlüğü değişmez kılmak imkansızdır (Karahana,2006).

Hizmet kavramının Türk Dil Kurumu tarafından yapılmış tanımı şöyledir; “Birinin işini görme veya birine yarayan bir işi yapma” ile “Gereksinimleri karşılama ve üretildiği anda tüketilme özelliklerine sahip her türlü etkinlik” olarak tanımlarken (TDK, 2006) , Amerikan Pazarlama Birliği ise “herhangi bir ürünün ticari satışına bağlı olmaksızın son tüketicilere ve işletmelere pazarlandığında istek ve ihtiyaç doygunluğu sağlayan ve bağımsız olarak tanımlanabilen eylemler bütünü.” şeklinde tanımlamıştır. (Amerikan Pazarlama Birliği, 2006)

Bir diğer yandan hizmet tüketici bireylerin yaşam şeklinden kaynaklanan ve genellikle fiziksel olmayan problemleri çözmeye yarayan ve ya çözüme ulaşılmasını kolaylaştıran faaliyetler ve faydalar olarak tanımlanabilmektedir (İslamoğlu 2006).

Hizmet kavramının tüm tanımları incelenip, sınıflandırıldığında aşağıda verilen hizmetle ilgili durumlar öne çıkmaktadır:

- Hizmet müşteri ile etkileşimde gerçekleştiği için, hizmetin ortaya çıkış sürecine hizmeti alan müşteri de katılmaktadır.
- Hizmetler dokunulamaz yani soyut olduklarından dolayı bireyler tarafından yararlanılan bir fayda veya tatmin olarak algılanmaktadır.
- Hizmet alan birey hizmete sahip olmamaktadır, sadece belirli bir süreliğine hizmetin kullanımı birey tarafından sahiplenilmektedir.
- Hizmeti veren bireyler ve hizmetten yarar sağlayan bireyler arasında yoğun bir üretici-tüketici etkileşimi oluşmaktadır.
- Bireylerin aldıkları hizmetler depolanamaz veya saklanamaz, çoğunlukla anlık olarak üretimi gerçekleşmekte ve üretim sonrası tüketimi hızla yaşanmaktadır.
- Genel bir aktivite veya faaliyet olarak görülebileceği gibi hizmetler aynı zamanda pazarlanan bir ürünün yanında da sunulabilmekte, ürünün tamamlayıcısı olabilmektedir.

2.7.2 Hizmetin Özellikleri

Hizmetin tanımlarından ve bu konuyu inceleyen akademisyenlerin hizmete dair açıklamalarından anlaşılabilceğı üzere hizmeti ürünlerden ayıran bir kaç farklı özelliğı sahiptir. Bu özellikler hizmetin dokunulmazlığı (soyutluğu), ayrılmazlığı, değışkenliği, dayanıksızlığı ve sahip olunamaması olarak belirtilebilir. Bu özellikler aşağıda verilmiştir.

2.7.3 Hizmetin Dokunulmazlığı

Bir üretim sonucu ortaya çıkan ürünlerden farklı olarak hizmetler soyutlardır, farklı bir deyişle ürünler gibi dokunulamaz ve bir bütün olarak görülemezdir. Bir obje olmaktan öte hizmetler eylem, çaba ve harekettir (Akgeyik, 2004:83). Genellikle hizmetler pazarlama ürünlerine kıyasla farklı işlerin bir araya geldiğı bir bütündür. Örneğın bir birey restorana gittiğinde sipariş ettiğı yemek sadece hizmet olarak tanımlanamaz. Güzel bir yemekle beraber restoranın tasarımı ve iç dizaynı, konforu, yemek servisi sırasında verilen hizmetin iyiliğı, restoranda çalışan ve müşteri ile iletişimde olan personelin yaklaşımları, yemeğın ve ortamın hijyeni, restoranın park yerinin olması gibi unsurların hepsi hizmeti oluşturmaktadır. Bundan dolayı hizmeti restoranda verilen bir yemek gibi görmek veya algılamak mümkün değildir. Bütün belirtilen faktörlerin göz önüne alınması ve faaliyetlerin belirlenmesiyle ancak hizmetler tam olarak algılanabilmektedir (Seyran, 2004).

Bireylere sunulan hizmetler genellikle performans sınıfı altında bulunmaktadır. Pazarlanan ürünlere göre görülme, hissedilme gibi şekillerde var olmadıklarından hizmetlerin saklanması, depolanması veya patent vasıtaıyla korunması imkansızdır, aynı zamanda market ürünleri gibi raflarda veya vitrinlerde bulunup, teşhire sunulamazlardır. Hizmet somut bir nesneden öte bir aktivite ve performanstır (Günaydın, 2004).

İşletmeler tarafından sunulan hizmetlerin renk, biçim, koku, kaplama veya ambalaj, büyüklüğü gibi fiziksel özellikleri bulunmamaktadır. Bu nedenden dolayı

hizmetin satın alınma süresi öncesi test edilememesi, herhangi bir duyu organı ile hissedilememesinin olanaksız olması, belirli, kesin standartlara sahip olmaması, bireylere özel sunulan hizmetin mülkiyetinin devredilememesi gibi özellikler işletmeler açısından hizmetin sağlanmasında çeşitlilik ve farklılık yaratmaktadır. Bu özellikler hizmetin soyut olmasından kaynaklanmaktadır (Cerit, 2006:8)

Hizmetin soyutluluğu neredeyse tüm hizmet tanımlarında bulunmaktadır ve hizmetin en temel özelliklerinden biridir (Öztürk 1998). Hizmetin bu temel özelliği dolayısıyla karşılaşılan önemli konular aşağıda verilmektedir (Tütüncü, 2009:23):

- Hizmetlerin ürünlerden farklı olarak herhangi bir patent aracılığı ile özgünlüğü korunamamakta, bu nedenden dolayı kolay şekilde taklit edilebilmektedirler.
- Hizmetler, ürünler gibi mağaza vitrinlerinde ve raflarda sergilenmesi, örnek gösterecek şekilde teşhir edilmesi imkansızdır, hizmet anlık olarak bireylere yönelik üretilmektedir.
- İşletmeler tarafından sunulan hizmetlerin saklanması veya depolanması mümkün değildir. Bu nedenden dolayı hizmete yönelik oluşacak herhangi bir talep artışı veya dalgalanmanın karşılanması işletmeler tarafından zorlanılan başlık olmaktadır. İşletmeler açısından yönetim zorluğu yaratabilmektedir.
- Benzer ürünler arasında yapılabilecek fiyat karşılaştırmasını hizmetler arasında yapmak zordur ve hizmetin fiyatının belirlenmesi genellikle subjektif bir sürece bağlı olarak gelişmektedir. Bu duruma ek olarak hizmetin kalitesi ile hizmetin fiyatı arasındaki ilişkiyi kurma konusunda sıkıntılar oluşabilmektedir.

2.7.4 Hizmetin Ayrılmazlığı

Bireylere tüketimleri için sunulan ürünlerin üretimi ve tüketimi iki farklı etkinliktir. Somut ürünler bireyler için belli yerlerde üretilirken, tüketici bireyler bu ürünleri, ürünün üretildiği yerden bağımsız olarak, istediği başka yerlerde tüketebilmektedir (Çatı ve Baydaş, 2008). Ürünlerden bağımsız olarak hizmetler ise ilk aşamada müşterilerin aldıkları ürünlere benzer şekilde satılmakta fakat daha sonra eş zamanlı olarak üretilip, hizmetin alındığı aynı yer ve zaman diliminde ,bireylerle bulunduğu anda tüketilmektedir.

Hizmetin üretimin ve tüketimin eş zamanlı olması, hizmetten yararlanan bireylerin hizmet sürecinin içinde yer aldığını ve hatta üretime katıldığını belirtmektedir. Genellikle bireyler aldıkları hizmetin üretim sürecinin bir parçası iken ürünlerin üretiminde bulunmazlar, mal ve ürünler onlara üretim sürecinin sonunda ulaşmaktadır. Bireylere hizmet sunulurken müşterinin hizmetin sunum yeri ve zamanında aktif olarak bulunmasından kaynaklı olarak hizmeti kendi deneyimlerine göre yönlendirebilme imkanına sahip olmaktadır. Oluşan bu durum sonucunda hizmeti sunan kişi ile hizmeti alan müşteri arasında bir etkileşim olmakta ve ortaya çıkan hizmet, bu iki tarafın etkileşiminden etkilenmektedir. İki tarafta hizmetin bir parçası haline gelmektedir (Özgüven, 2008:654).

Yukarıda belirtildiği gibi müşteri hizmet sürecine aktif olarak katılmaktadır. Dolayısıyla müşterinin yaşam deneyimi, tecrübeleri, aldığı hizmete yönelik motivasyonu, bilgisi ve kültürü sunulan hizmetin performansını etkileyebilmektedir. Aynı zamanda hizmet alımı sonrası müşteride oluşacak doyum, müşterinin hizmeti sunan kişi ile olan etkileşimi, hizmetin doğası ve aynı hizmeti alan diğer müşterilerden de etkilenmektedir. Bu durum işletme açısından belirli zorluklar getirmekte, işletmelerin tam performans ile çalışmasını engelleyebilmektedir. Hizmet talebinin sürekli sağlanması, hizmet sağlanımı sırasında oluşabilecek problemlerin giderilmesi ve hizmet sürecinde pozitif bir iletişim kurulması bu zorlukların aşılması için önemlidir (Tütüncü, 2009:24).

Eş zamanlı üretim ve tüketim hizmetin sunumu için bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Tüketici bireyler hizmete katıldığı için hizmetin sunulması için sadece tek bir sefer bulunmaktadır. Hizmet anlık olarak gerçekleştiğinden dolayı hatalı çıkan ürünler gibi iadesi veya değiştirilmesinden bahsedilemez, sadece verilen hizmet yeniden sunulabilir (İçöz,2005). Bu durumlardan dolayı hizmetin dikkatli ve güzel sunumu tüketici bireylerin memnuniyeti sağlanması açısından önemlidir.

Hizmet kalitesi ise müşteri tarafından alınan hizmetin sunumu sırasında ortaya çıkmaktadır (Parasuraman, Zeitham ve Berry, 1990). Hizmeti alan müşterinin hizmet üretim sürecinde aynı ortamda bulunması sayesinde hizmetler müşterilerin farklı ihtiyaçlarına göre düzenlenebilmeleri mümkün olmaktadır. Dolayısıyla hizmet müşteri ihtiyaçlarına göre ayarlanıp sunulurken herhangi bir şekilde standardize

olamamaktadır. Farklı bir deyişle işletmeler standart bir hizmet sunmaktan öte müşteri ihtiyaçlarına göre hizmet vermektedir (Tütüncü, 2009:24).

2.7.5 Hizmetin Değişkenliği

Bireylere sunulan hizmetin kapsamı, hizmetin nasıl verildiği, nerede verildiği ve kim tarafından sağlandığına göre değişmektedir. Aynı hizmet, farklı bireyler tarafından sağlandığında da çeşitlilik ve kalite farklılığı oluşabilmektedir (Assael, 1993). Bu değişim, hizmeti sağlayan kişinin karakterinden veya kişiliğinden kaynaklanabilir veya hizmetin sağlandığı ortam ve hizmeti alacak olan bireyin karakterine bağlı olarak da değişiklik gösterebilir (Üner, 1994).

Yoğun emek barındıran sektörlerde ve hizmet alanlarında standart hizmet üretimi konusunda zorluklar yaşanmaktadır. Hizmet sunan kurumların çoğunluğu insanlarla beraber hizmet sunduğundan iki ayrı sunum genellikle aynı olmayabilir, dolayısıyla evrensel bir hizmet sunumu belirlenmesi mümkün değildir. Tüketici bireyler ve hizmet sunan personele bağlı olarak hizmette dalgalanmalar olabilmektedir (Eser, 2007).

Hizmetin değişkenlik özelliği diğer bir yandan hizmet sunan işletmeler tarafından azaltılabilirse bu işletmelere avantaj sağlayabilmektedir. Motive ve yeterli iş doyumuna sahip, titizlikle seçilen ve eğitilen personellerin düzenli ve etkin denetlenmesiyle hizmetin değişkenliği azaltılabilir (Verma ve Boyer, 2000).

Hizmetin değişken özellikte olmasının bir sonucu olarak belirli bir standartlara sahip olmaması, işletmelerin hizmet sunumu yönünden kalite kontrol problemleriyle karşılaşmalarına neden olmaktadır (Tütüncü, 2009:25). Fakat belirtildiği üzere hizmetin herhangi bir şekilde standartlaştırılmasının gerçekleştirilememesinden dolayı işletmeler, hizmetin değişkenliğini azaltmak yerine müşteri odaklı bir hizmet misyonu belirleyerek verilen hizmeti kişiselleştirebilir ve yüksek kalitede bir hizmet sunumu daha mümkün hala gelebilir (Özer ve Özdemir, 2007:21).

2.7.6 Hizmete Sahip Olunamaması

Bireylerin hizmete sahip olamaması veya herhangi bir sahipliğin bulunmaması, sunulan hizmetin somut ve stoklanabilir özelliklerinin bulunmamasıyla alakalıdır. Bir ürün tüketici birey tarafından satın alındığında o ürünün sahibi olmaktadır fakat hizmet konusunda herhangi bir sahiplik aktarımı (satıcı-alıcı) bulunmamaktadır. Hizmeti alan müşteri, sadece aldığı hizmetin kullanım hakkına sahip olmaktadır. Tüketici birey sadece hizmetten fayda görebilir. Avukatlık hizmeti almak veya bir paralı park yerini kullanmak sadece belirli bir süre hizmeti kullanma hakkı elde etmektir (Midilli, 2011:10).

2.7.7 Hizmetin Dayanıksızlığı

Hizmetin dayanıksızlığı, sunulan hizmetin saklanamaması, geri iadesinin mümkün olmayışı ve yeniden kullanıma sokularak satılamamasını belirtmektedir. Örneğin bir konaklama hizmeti veren işletmede satılamayan odalar kaybedilmiş kapasite olarak tanımlanmakta ve belirli bir zaman aralığı içerisinde kullanılmayan, kaybedilmiş olan kapasite daha sonra kullanılamamakta veya satılamamaktadır (Öztürk, 2011). Bu kısımdan anlaşılabileceği üzere zamanında satılamayan hizmet daha sonra da yeniden pazarlanıp satılamamaktadır ve işletme için bir kayıp oluşturmaktadır. Bu durumdan dolayı işletmeler hizmet üretiminde arz ve talebi iyi belirleyerek bir uyum sağlamalı, esnek üretim ve çalışanların doğru planlanması, hizmetin farklılaştırılması, doğru, adaletli bir şekilde fiyatlandırılması gibi uygulamalarla müşteriler tarafından gelen talebin zaman içindeki dağılımına yönelik önlemler almalıdır (Cerit, 2006:10).

Bazı durumlarda ise hizmete karşı bireylerin yaptığı talep düzensiz olmaktadır. Bu duruma örnek olarak bayram tatillerinde bireylerin başka yerlere gitmek için daha fazla taşımacılık hizmeti sunan işletmelere talep göstermesi verilebilir. Bu durumda hizmeti sağlayan işletme daha fazla araç ve sefer koyarak bireylerin arz ve talebini dengelemeye çalışmaktadır (Kotler, 2008).

Özer ve Özdemir, hizmetlerin dayanıksızlık niteliğinin soyutluluk niteliğinin bir sonucu olduğunu belirtmişlerdir. Ürünlerden farklı olarak depolanamaması aynı zamanda hizmetin üretildiği anda tüketilmesi gerekliliğini de göstermektedir (Özer ve Özdemir, 2007:22).

2.8 Hizmetlerin Ürünlerden Ayırt Edilmesi

Hizmetlerin kendilerine özel olan soyutluluğu, eş zamanlılığı, dayanıksızlığı gibi özellikleri, hizmetleri ürünlerden farklı kılmakta ve ürünler ile hizmetleri ayırt etmede kullanılan en temel özelliklerdir. Hizmet ile ürünler arasındaki bu farklılıkların yarattığı sonuçlar aşağıda verilmiştir (Tütüncü, 2009:27):

- Hizmetler ürünlerden farklı olarak saklanamaz veya depolanamaz.
- Hizmetlerin herhangi bir şekilde patenti alınamaz.
- Ürünlerden farklı olarak hizmetler kolaylıkla sergilenemez.
- Hizmetlerin taşınması veya nakledilmesi mümkün değildir.
- Fiyatlandırma konusunda ürünler ve hizmetler arasında farklılıklar bulunmakta olup, hizmetlerin fiyatlandırılması ürünlere oranla daha zor gerçekleşmektedir.
- Hizmetin sunumu ve müşterinin hizmetten alacağı doyum, ürünlerden farklı olarak, hizmetin yanı sıra hizmeti sunan çalışanın davranışları ve yaklaşımı ile şekillenmektedir.
- Ürün kalitesi pek çok farklı yöntemle ölçülebilmekteyken, hizmet kalitesi çok sayıda değişkene bağlıdır ve bu değişkenlerin bir çoğu kontrol edilememektedir.
- Ürünlere oranla hizmetlerin arz ve talep dengesinin ayarlanması zor olmaktadır. Bireylerin davranışları bu dengeyi fazlaca etkilemektedir.
- Alınan bir hizmetin hiç bir şekilde geri iadesi yapılamamaktadır veya tekrar satılamaktadır. Ürünlerden farklı olarak hizmet anlık olarak üretilip, tüketilmektedir.
- Hizmeti sunan bireyler, hizmetin çıktısını etkilemektedirler.
- Malların kitle üretimi gibi bir üretim hizmet için söz konusu değildir. Kitle hizmet üretimi çok güç olmaktadır.

2.9 Hizmetlerin Sınıflandırılması

İşletmeler tarafından sunulan hizmetlerin sınıflandırılmasında temel amaç, sağlanan hizmetlerin bireyler tarafından daha iyi agılanıp, anlaşılmasını sağlamak ve standardize edilemeyen hizmetlerin benzer şekilde kategorileştirilmesinin yapılmasıdır (Kekeç, 2008:11). Benzerliklerine göre sınıflandırılan hizmetler işletmelere farklı katkılarda sağlayabilmektedir. Ceylan, hizmetlerin kategorize edilmesi sayesinde işletme yöneticilerinin kendi gelişim ve değişimlerini diğer hizmet alanlarıyla kıyaslayabildiklerini ve değerlendirmeler yapabildiklerini belirtmiştir (Ceylan, 2011). Ayrıca işletme yöneticileri, aynı hizmet grubunda yer alan diğer işletmelerle hangi ortak noktaları taşıdıklarını görüp, hangi farklılıklarıyla öne çıktıklarını da belirleyebilmektedirler (Akdoğan, 2011:12).

Yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı hizmetlerin sınıflandırılması konusu önemli başlık olarak karşımıza çıkmaktadır. Hizmetin kavramının tanımında olduğu gibi, hizmetleri sınıflandırmada hizmetin soyutluk, eş zamanlılık, dayanıksızlık gibi özelliklerinden kaynaklanan zorluklar vardır. Bu duruma ek olarak günümüzde sağlanan hizmetlerin çeşitliliğinin yüksek olmasından dolayı hizmet sınıflandırmasında başka zorluklar da bulunmaktadır (Kekeç, 2008, s.11).

Günümüze değin pek çok farklı araştırmacı ve akademisyen, hizmet kavramını tanımlarken sınıflandırılması konusuna da değinmiş olup, farklı yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Her araştırmacı farklı kriterleri esas alarak farklı sınıflandırmalar oluşturmuştur. Aşağıda farklı araştırmacılardan derlenen sınıflandırma sistemlerine dair bilgiler verilmiştir.

Amerikan Pazarlama Birliği tarafından hizmetler genel olarak 10 ayrı kategori baz alınarak sınıflandırılmıştır. Bu kategoriler (Kekeç, 2008:11):

- İletişim (Telekomünikasyon) Hizmetleri
- Turizm (Konaklama-Seyahat) Hizmetleri
- Finansal Hizmetler
- Eğitim Hizmetleri
- Spor, sanat ve eğlence hizmetleri

- Kamusal (Devlet destekli), yarı kamusal ve kar amacı gütmeyen (gönüllü) hizmetler
- Profesyonel hizmetler
- Fiziksel dağıtım ve kiralama hizmetleri
- Bireysel hizmetler ve bakım-onarım hizmetleri
- Sağlık hizmetleri

Lovelock, hizmetleri sınıflandırırken 3 ana başlık altında hizmetleri analiz etmiştir. Bunlar hizmete dair temel talep özellikleri, hizmet kapsamı ve yararları ve hizmet dağıtım usulleridir. Temel talep özellikleri başlığı altında hizmetlerin amacı, arz-talep dengesizliği arasındaki fark veya genişlilik ile müşteri ve hizmeti sunan personel arasındaki kesikli ve sürekli ilişkilerden oluşmaktadır. Hizmet kapsamı ve yararları başlığı altında ise fiziksel ürünlerin doyum veya memnuniyetinin kapsamı, personel hizmeti doyumunun kapsamı, tek hizmet veya hizmet demeti, hizmetin zamanlaması ve yarar süresi yer almaktadır. Hizmet dağıtım usulleri başlığında ise hizmetin çok bölgeden veya tek bölgeden dağıtımı, kapasite paylaşımı, bağımsız veya toplu tüketim, hizmete dair tanımlanan zaman ve tanımlanan görev fonksiyonları, hizmetin dağıtımı veya sunumu sırasında tüketicilerinin bulunmasının kapsamı gibi unsurlar yer almakta ve hizmet sınıflandırılması bu unsurlara göre yapılmaktadır (Lovelock, 1980). Troxell ise Lovelock'a göre daha basit bir yaklaşım belirleyerek hizmetleri hizmetin kullanım sıklığı veya hizmetin kullanım süresine göre ayırmayı teklif etmiştir (Troxell, 1981). Baumoll ise hizmetleri 4 ana kategoriye ayırarak sınıflandırmıştır. Bunlar doğrudan kişisel hizmetler, ikame edilebilir bireysel hizmetler, geniş alanlar hizmetler ve yaygın doğrudan hizmetlerdir. Farklı tanımlardan da anlaşılabilceği üzere hizmetler farklı özellikleri göz önüne alınarak sınıflandırılmaya çalışılmıştır (Baumoll,1984). 1990 yılında ise Schemener hizmeti;

- Hizmet fabrikaları
- Hizmet mağazaları
- Yığın (Kitle) hizmeti
- Profesyonel hizmet

olarak sınıflandırmayı önermiştir (Seyran, 2004:28). Hizmet kavramı üzerinde çalışmalar yapan Türk araştırmacı Erdem'in 2007 yılında yaptığı çalışmada ise hizmetleri insan gücüne bağımlı ve insan gücüne bağımlı olmayan, müşterilerin

hizmetin sunulduğu ortamda olmasını gerektiren ve gerektirmeyen, kişisel gereksinimleri karşılayan ve hizmeti sağlayan işletmenin gereksinimini karşılayan ile kar amaçlı yapılan ve kar amacı gütmeyen hizmetler olarak sınıflandırılmasını önermiştir. Sınıflandırılmada görüldüğü üzere hizmetin tüm süreci göz önüne alınmıştır (Erdem, 2007).

Hizmet çeşitlerinin kategorize edilmesi amacıyla yapılan çalışmalar, hizmetin sağlanması ve organizasyonundan kaynaklanan farklı bakış açılarına sahiptir. Hizmetlerin geliştirilmesi için yapılabilecek tüm çalışmalarda hizmet tiplerinin ve çeşitlerinin belirlenmesinin önemi büyüktür. Hizmetlere yönelik geliştirilen farklı uygulamalar hizmetlerin sınıflarına göre geliştirilmekte ve farklı stratejiler hizmet organizasyonuna adapte edilmektedir. Bütün bu sınıflandırmalardan elde edilecek çıktılarla hizmetler daha da iyi anlaşılmaktadır (Seyran, 2004).

2.10 Hizmet Sektörü Kavramı

Günümüzde hayatımızda yer alan üretim veya hizmet kesimlerinin, diğer bir ifade ile hizmet ve üretim sektörlerinin tanımlanması ve birbiri ile karşılaştırılarak farklı faaliyetlerin hangi sektörün alt dalı olduğu belirlenmesi önemlidir. Hizmet sektörü kavramı ilk olarak Allan Fisher tarafından 1934 yılında yazdığı “Gelişme ve Güvenlik Tartışması” eserinde kullanılmıştır (Seyran, 2004:14).

Üretim sektörüne oranla daha heterojen olan yapısı sebebiyle tanımlanması güç olan bir sektör olan hizmet sektöründe elle tutulamayan, soyut, her türlü yararlı çalışma ve faaliyet üretilmektedir. Hizmet tanımından ve sınıflandırılmasında ortaya çıkan zorluklar bu kısımda da kendini göstermekte olup, hizmet sektörünün farklı yönlerini oraya çıkartan bir tanımlama daha yapmak bu kısımda daha doğru olacaktır. Başka bir ifadeyle hizmet sektörünün ne içerdiği, ne olduğunu tartışmak yerine ne olmadığını tanımlamak daha yararlı bir yöntemdir. Bu doğrultuda hizmetleri “artakalan sektör” olarak ifade etmek mümkün olmaktadır. Bu ifade ışığında tarım, madencilik ve imalat sektörü haricindeki bütün aktiviteler hizmet sektörü olarak tanımlanabilir (Canöz, 2015, S.66). Bu tanım alanı çok geniştir ve çok sayıda iş kolunu kapsamaktadır. Örnek vermek gerekirse, sağlık hizmeti veren her türlü kurum, eğitim hizmeti veren okullar, konaklama hizmeti veren oteller ve diğer

bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetler yürüten işletmelerin hepsi hizmet sektörünün altında yer almaktadır.

İşlev ve kapsam bakımından çok amaçlı alanlara hizmet sunan hizmet sektörünün en tatmin edici bölümü, talep edici ya da üreticilere göre gruplandırma yapmasıdır. Üretimde eşitliliğın artması, hayat şartlarının üretimde ve tüketimde yaptığı değışiklikler, hizmet sektörünün hızla değışmesine sebep olmuştur. Hizmet ekonomisinin 1970 'lerden itibaren günümüze kadar gelişme göstermesi hizmet sektörünün artmasında ve önem kazanmasında etkili olmuştur. Adam Smith 'den beri süre gelen klasik yaklaşım çerçevesinde, 1970 'lerde yeni bir sanayi devriminin oluşması beklenirken, aksine ekonominin temelinde hizmet sistemine doğru eğilimler artmıştır (Duman, 2015: 11).

2.11 Hizmet Sektörünün nemi

Hizmet sektörü, günümüzde hizmetten yararlananlara fayda sağlayan önemli endüstriler bütünüdür. Hizmet sektörü, yirminci yüzyılın ikinci yarısından başlayarak, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde, iki ana sektör olan tarım ve sanayi sektörlerini geride bırakmıştır. Bu gelişimiyle ekonomilerin gelişim sürecinde kendisine giderek artan ve önem kazanan bir yer edinmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber birey gereksinimlerinin farklılaşması ve artması farklı hizmet türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuş bu da insan ağırlıklı iş istihdamı hacminde büyük artış göstermiştir. Bunların yanı sıra hizmet sektörünün ülkelerdeki refah ve gelişmişlik düzeyinin göstergesi olması hizmet sektörünün gelişmekte olan ekonomilerdeki öneminin açık bir şekilde ortaya koymaktadır (Özsağır & Akın, 2012:312). Gelişme gösteren ülkelerde hammadde işlem sanayisinin ilerlemesiyle ortaya alım gücü artışı ve refah artışı bu ülkelerde hizmet sektörünün önemini giderek arttırmıştır. Paralelinde bankacılık, pazarlama, iletişim, dağıtım, turizm gibi hizmet sektörünün birer parçası olan etkinliklerin ekonomik ilerlemeye olan etkileri daha da ortaya çıkmıştır. Günümüzde hizmet sektörünün istihdam ve milli gelirdeki payı diğerk sektrlerinkinden büyüktür (Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. Hazine Başkanlığı, 2007:15).

Öztürk (1996), hizmet sektörünün birey yaşamında büyük bir yer edindiğini, ülke ekonomisinin büyük bir parçası haline gelerek, 1980'lerden sonra sanayileşmiş ülkelerin %50 - %75 iş gücünü istihdam etmeye başladığını ve bir gelişmişlik ölçütü olarak değer kazandığını belirtmektedir.

Canöz (2015), endüstri toplumlarında kişilerin mal varlığı yaşam standartlarının düzey ölçütü iken modern toplumlarda bu standartların ölçütünün dinlence, eğitim ve sağlık gibi hizmetlerden faydalanabilme düzeyi olduğundan bahsetmektedir. Ayrıca bugün artık modern toplumlarda yaşam kalitesinden bahsedildiğinde algılananın turizm, sanat, eğitim, sağlık, kültür gibi hizmetlerden ne kadar faydalanabildiğimiz olduğunu, gelişmiş ekonomilerin birer hizmet ekonomisine dönüştüğünü ve toplumların hizmet sektöründen faydalanabilme düzeylerinin bir gelişmişlik göstergesi olarak görüldüğünü belirtmektedir.

Son yıllarda, özellikle gelişmiş ülkelerde, hizmet sektörünün ülke ekonomisi içindeki büyüme payının tarım ve sanayi sektörlerine göre daha büyük olduğu ve bununla birlikte hizmet sektörünün ekonomideki payının diğer sektörlerle göre daha çok olduğu görülmektedir. Hizmet sektörüne büyük önem veren gelişmiş ülkeler, bu yolla istihdam problemlerini büyük ölçüde çözmüş ve ülkedeki işsizlik oranlarını en düşük seviyede tutmuşlardır. Ayrıca bu ülkeler, ürünle birlikte üründen bağımsız olarak da sundukları hizmetlerle hizmetin ihracat yönüne de önem göstererek hizmet karşılığında ülkelere döviz girdisi sağlamış ve ekonomik gelişime katkı sağlamışlardır (Aytaç, 2015:4).

2.12 Hizmet Sektörünün Gelişimi

Hizmet sektörü; inşaat, bankacılık, iletişim, sigortacılık, turizm, kitle, kültür, sağlık ve muhasebecilik, mühendislik, mimarlık, avukatlık vb. serbest meslekler gibi farklı alanları içinde barındıran ve uluslararası sahada giderek önem kazanan bir sektördür. Özellikle 1970'li yıllardan itibaren meydana gelen gelişmelerin bir sonucu olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hizmet ekonomisi kavramı hakimiyet göstermiştir. Adam Smith' den beri benimsenen klasik yaklaşım ile 1970'li yıllarda bir sanayi devrimi beklenmiş ancak bu durum gerçekleşmemiş aksine ekonominin

temellerinde hizmet sektörüne net bir yönelim oluşmuştur (Ersungur, 1993:7). 1980'li yıllarda sanayileşme ile gelir seviyesinin artması ve paralelinde sosyal kesimin üst tabakalarındaki artış, çalışan kadın sayısının artış göstermesi hizmet sektörü gelişimini sürdürürken, yine bu dönemde, kentleşme ve kayıt dışı sektörün büyümesi ile daha da üzerine yoğunlaşılan bir sektör olmuştur. Kırsaldan kentlere yoğunlaşan göçler ile birlikte kent nüfusunda artış meydana gelmiş bu da hizmet talebini arttırmıştır. Ayrıca bu göçler sonucu kentlere yerleşen nüfus arasında sanayide istihdam imkanı bulamayanlar hizmet sektöründe istihdam olanağı bulmuşlardır. Tüm bu faktörler bir araya geldiğinde birbirlerini etkileyerek hizmet sektörünün gelişmesine neden olmuştur (Akdoğan, 2011:18).

Hizmet sektörünün 1980'lerden itibaren hızlı bir gelişim göstermesi teknolojinin gelişimiyle özellikle bilgi teknolojisinin gelişimiyle paralellik göstermektedir. Özellikle bilgisayarların iletişim alanında yoğun bir şekilde kullanılması pek çok hizmetin kullanımını da arttırmıştır. Hizmet sektöründeki ulaşım maliyetleri teknolojinin ilerlemesiyle azalma göstermiş, üretim daha ticari bir hal almıştır. Mali hizmetler, ulaşım ve iletişim alanlarında teknolojik yapılanmaların köklü değişimi küresel pazarların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu durum ise beraberinde hizmet sektörünü de küresel rekabetin içine çekmiştir (Gülmez ve Kitapçı, 2008:9).

Asseal'a göre hizmet sektörünün gelişme göstermesine; gelir seviyesinin artması, sosyal üst sınıfın artması, çalışan kadın sayısının artması ve çocuksuz ve ya çocuğu tarafından terk edilmiş yalnız ebeveyn faktörleri sebep iken, Grönroos (1984) hizmet sektörünün gelişme sebeplerini şöyle sıralamaktadır (Akdoğan, 2011:18):

- Çocuk bakımı, yemek ihtiyacı, ev temizliği gibi işlerin dışardan karşılanabilmesi sonucu kadınların çalışma oranlarının artması.
- Boş zamanın çokluğu dolayısıyla seyahat, konaklama, hobi ve eğitim kurslarına olan ilgi gibi bir çok yeni hizmetin ihtiyaç haline gelmesi.
- Yaşamın daha karmaşık hale gelmesiyle hukuk danışmanlığı, evlilik danışmanlığı, vergi düzenleme gibi hizmetlere olan ihtiyacın artması.
- Zenginliğin artmasıyla ekonomik seviyesi yükselen kişilerin ev temizliği, bahçe bakımı gibi daha önce kendilerinin yaptıkları işlerin hizmet olarak satın alınmaya başlanması.

- Araba, bilgisayar, üretimde kullanılan ekipmanlar vb. karmaşık ürünlerin kullanımının artmasıyla bu ürünlerin tamir ve bakımı için gerekli hizmetlere olan ihtiyacın artması.
- Yaşam kalitesinin yükselmesiyle birlikte bireylerin hayattan beklentilerinin artması. Örneğin sağlık hizmetlerinde daha çok ilgi talebi, yaşlılar için huzur ve bakım evlerine olan talepler.
- Çevreye ve kaynak kıtlığına daha duyarlı olunması; çevre kirliliğinin ya da kaynak israfının önüne geçme düşüncesi.
- Yeni ürün sayısındaki artış; programlama, onarım ve zaman paylaşımı gibi bilgisayara dayalı hizmetlerin gelişmesi.

Bilgi çağı, hizmet sektörünü geliştiren tüm değişimler ve gelişmeler arasında özellikle büyük rol oynamıştır. Bilginin bir değer, ekonomik bir güç olarak görüldüğü bilgi çağında hizmet sektörü daha da bir önem kazanmış, istihdam hızla üretim sektöründen bu sektöre kaymıştır. Bilgi çağını yakalayan ülkelerde ekonomik çıktının üçte ikisini hizmetler oluşturmaktadır. Hayat standartları yükseldikçe tüketiciler ürünlerden çok hizmetlere para ödeme durumuna gelmektedirler (Canöz, 2015:67).

2.13 Kalite Kavramı

Kalite, kolay anlaşılamayan, ayırt edilmesi güç, oldukça karmaşık bir kavramdır (Parasuraman, 1985:41). Kalite kavramı, kullanım amaçlarına göre anlamca farklılık gösterebilmektedir. İşletmeler açısından kalite standartlara uygunluk olarak nitelendirilirken tüketici kalite kavramını üstün nitelikte, dayanıklı, az bulunan, lüks, pahalı gibi farklı anlamlarda kullanabilir. Kalite kavramı ayrıca işletmeler tarafından önemli ve stratejik bir rekabet aracı olarak değerlendirilirken, tüketiciler için temelde marka ya da ürün tercihlerini belirleyen bir faktör olmaktadır (Can, 2016:65).

90'lı yıllarda kalite ve ilgili kavramlar iş hayatında belirleyici özellikler olarak benimsenmiştir. Böylelikle kalitenin anlamı, kalite yaklaşımları ve kalitenin nasıl geliştirileceği, kalite-karlılık ilişkisi ve hizmet kalitesi üzerine çok durulan, araştırılan ve incelenen konular arasında yer almıştır (Yumuşak, 2006:18).

Literatürde kalite kavramı hakkında pek çok değişik tanımlama bulunmaktadır. Bu sebeple kalitenin ortak tanımı bulunmak istendiğinde, kalite kavramı konusunda genel bir tanıma, yaklaşıma ulaşmak oldukça zordur. Kalite kavramının çok boyutlu olması ve farklı şekillerde algılanması, kalite konusunda bu kadar çok tanım yapılabilmesine rağmen ortak bir tanım çerçevesinde anlaşılabilmesine sebebiyet vermektedir. Literatürde değişik kalite tanımları yer almaktadır. J. Juran, kalitenin kullanıma uygunluk olduğunu savunurken, P. B. Crosby, koşullara uygunluk olduğundan bahseder. American Society for Quality, kalite kavramını, herkese göre tanımı değişen bir kavram olarak tanımlar. Gerald M. Weinberg ise kaliteyi kişiye göre algılanan değer olarak görür. Feigenbaum' a göre kalite, kullanılmakta olan ürünün veya hizmetin müşterinin beklentilerine yanıt verebilmesini sağlayan pazarlanabilir, üretim ve bakım karakteristiklerinin toplamıdır. (Pınar,2007:39):

Son yıllardaki gelişmeler, sektörler arasında çok hızlı yapısal değişiklikler olduğunu göstermektedir. Hizmet sektöründeki uygulamalar ürün temelli işletmelerde de önem kazanmış, sadece hizmet işletmeleri tarafından verilen hizmetler olmaktan çıkmışlardır. Son dönemlerde işletmelerin güncel ve en önemli sorunları olarak kaliteli mal ve hizmet üretimi görülmektedir. Kaliteyi insan performansı ile belirlemek ve ilişkilendirmek işletmeler tarafından çıkış noktası olarak belirlenmiştir ve bu ilişkilendirme alınan kararlarda, ürünlerde, kaliteli üretim sürecinde ve hizmetlerde uygulanabilmektedir. Kalite daha çok gereksinimi duyulan hizmetin ya da ürünün beklentileri karşılayabilme yeteneğidir (Yazgan, 2009:12).

İşletmelerin kalite uygulamaları ile verimliliklerini arttırmaları, maliyeti düşürerek kar oranlarını yükseltebilmeleri, pazar rekabetinde avantajlı duruma geçebilmeleri ve kalite ile faaliyetin paralel ilerlemesi kalite uygulamalarının önemini günümüzde hızla yükseltmektedir. Teknolojik olanaklardaki gelişmeler, ekonomideki değişimler, pazar yarışındaki değişimlerin yanı sıra tüketicinin talep ve beklentilerindeki değişimler ve işletmelerin başarılarının devamı için kalite kavramının önemini kavramaları, toplumda ve işletmelerde genel anlamda kaliteye karşı ilginin doğmasına sebep olmuştur (Pınar, 2007:45)

2.14 Kalite Kavramının Gelişimi

Kalite algısının geçmişi araştırıldığında, neredeyse insanlık tarihiyle paralel gittiği görülmekte ve kalitenin çok eski bulgularının mevcut olduğu görülmektedir. M.Ö. 2150 tarihli Hammurabi yasalarında yer alan “Bir inşaat ustasının inşa ettiği bir ev, ustanın yetersizliği ve işini gereği gibi yapmaması nedeniyle yıkılarak ev sahibinin ölümüne yol açarsa, o usta öldürülecektir.” maddesi tarihin bilinen ilk kalite güvence belgesi niteliğindedir (Doğan, 2011:19).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren endüstriyel sistem gelişmiş ve üretimde büyük artışlar meydana gelmiştir. Bu durum kalite kavramının değerini ve önemini arttırmıştır. Kalite kavramının sistematik olarak ele alınmasına ilk olarak ABD ön ayak olmuştur. Daha sonra ise Avrupa ve Japonya'da meydana gelen gelişimler ve ilerlemelerle yönetim bilimi bünyesinde ele alınmaya başlayarak zirveye ulaşmıştır (Oğan, 2015:27).

Birinci dünya savaşından sonra üretimin daha ileri ve karmaşık bir seviyeye ulaşması ile kalite kontrolü bu konuda kendini yetiştirmiş uzman kişilerin alanı haline gelmiştir. Bu dönemde özellikle kalite detaylı incelemelerle işleme alınmış, kalite kontrolü üretim bölümünün ilgilendiği bir konu olmaktan çıkmış, bağımsız birim halinde işletmelerde kendine yer bulmuştur. İkinci Dünya savaşı döneminde koşullar üretimin artmasını gerektirmiştir. Büyük miktarlarda ve sabit düzenli kalitelerde hammadde kullanımı gerektiren bu durum, üretimde istatistiki olarak kalite kontrolü yapmanın önünü açmıştır. Kalitenin istatistiksel kontrolü, kalitenin detaylı kontrol ve araştırma aşamasının daha etkin bir şekilde gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Detaylı kontrol işlemleri; örnekleme planları ve kontrol grafikleri gibi tekniklerle yapılmıştır (Oğuz, 2010:40).

Teknolojinin gelişmesiyle üretim sürecinin karmaşık hale gelmesi, detaylı kalite kontrolü ile ilgilenen birimler ile karar alanlar arasında bir koordinasyon ve geri dönüş mekanizmasının geliştirilmesini zaruri hale getirmiştir. Bu durum toplam kalite yönetimi anlayışını hayata geçirmiştir. Böylelikle kalite kontrolü, ürünün tasarım aşamasından başlayarak işlem gördüğü süre ve son ürün aşamasını da dahil

ederek kalite yönetimine evrilmiştir. Modern kalite düşüncesinin duayenleri olarak görülen W.Edward Deming, Joseph Juran ve Philip Crosby temel kalite yönetimi kavramının temellerini oluşturmuşlardır. Armand V. Feigenbaum ve Kaoru Ishikawa ise bu düşünce üzerine ekledikleri düşünceler ile sağladığı katkılar sayesinde toplam kalite yönetimi kavramının benimsenmesini sağlamışlardır (Oğuz, 2010:42).

Türkiye'de yıllarca şirketler üretimi iç pazara yönelik gerçekleştirdikleri ve pazar kaygısı duymadığı için kendini yenileme ihtiyacı duymamış ve kalite kavramına yeterli ilgiyi göstermemişlerdir. Serbest ekonomiye geçiş ve Gümrük Birliği'ne geçiş söz konusu olunca kaliteye duyulan ilgi artmış yerel şirketler uluslararası pazarla tanışmış rekabeti yurtdışına taşıyarak dünya şirketleri ile yarışır hale gelmişlerdir. Bu durumda yerel şirketler de ayakta kalabilmek için kaliteyi ön plana koyarak yaşam tarzı haline getirmiştir. Yerel şirketler kalite kavramını önemseyerek, müşteri ihtiyacını önemseyen, kendini sürekli geliştiren, verimli ve karlılık oranı yüksek ekonomik üretimi gerçekleştiren şirketler haline gelmiştir (Kekeç, 2008:38).

2.15 Kalitenin Özellikleri

Kalite kavramı işletmeler için büyük önem taşımaktadır ve bu sebepten kalitenin farklı yönlerden incelenmesi yapılmaktadır. Garvin (1988) tarafından kalite özelliklerine yönelik yapılan çalışmalara ve incelemelere bakıldığında en kapsamlı çalışmanın Garvin tarafından yapıldığı göze çarpmaktadır. Garvin kalite özelliklerini yaptığı çalışmalarla; uygunluk, algılanan kitle, güvenilirlik, estetik, performans, hizmet görürlülük ve diğer özellikler olarak alt başlıklara ayırmıştır.

Uygunluk, ürünlerin dizaynlarının ve işleyiş özelliklerinin belirlenen standartlara uygunluk durumudur. Uygunluk tüketici ve kullanıcıya kalitenin teknik boyutu hakkında bilgi vermektedir. İstatistiki kalite kontrol işlemlerinde uygunluk, ürün özelliklerinin yazılı kayıtlı değerden sapma oranıdır (Tütüncü, 2009:64).

Tüketici her durumda ilgilendiği ürünlerin özelliklerine dair detaylı bilgiye sahip olamamaktadır. Bu gibi durumlarda tüketici seçeceği ürüne karar verme aşamasında dolaylı bazı ölçütlere başvurur. Bu ölçütlere ürünün ve ya

markanın imaj değeri gibi detaylar örnek verilebilir. Bu tarz detaylar ürün kalitesinin tüketiciler tarafından algılanmasında önemli rol oynamaktadır. Algılanan kalite ise ürünlerin geçmiş performansları ile ilgili bir özelliktir (Tavmergen, 2002:23).

Ürünlerin kullanımı süresince tüm işlevlerini beklenen ve talep edilen şekilde yerine getirebilme ölçütü güvenilirlik özelliği olarak görülmektedir. Buna göre ürünlerin kullanıldığı süre boyunca gösterdiği performans ve tamamlayıcı özelliklerinin sürekliliği güvenilirlik olarak algılanmaktadır (Ertürk, 2011:23).

Estetik özelliği; ürünün tüketiciye ve kullanıcıya duyularına hitap ederek beklenen estetik yapıyı sağlayabilmesidir. Estetik yapı olarak tüketicinin algısında önemi olan ambalaj, renk, şekil gibi özellikler, tüketici beğenilerine hitap eden estetik özellikler olarak değerlendirilebilir. Bu özellik ürünleri performanslarını doğrudan etkiler (Tütüncü, 2009:64).

Performans; ürün veya hizmetin fonksiyonları ya da temel özelliklerini yerine getirebilme özelliğini ifade eder. İşletmelerde performans verilen hizmetin, bu servis olabilir, hızı ve bekleme süresi olarak nitelendirilirken, ürünlerde hız, konfor, görüntü, ses gibi özellikler performans özellikleri olarak görülür. Ürün performans özellikleri ölçülebilen özellikler olduğu için birbirine benzer ürünlerin performansları kendi nesnel bir sınıflandırmaya sokulabilmektedir (Ertürk, 2011:22).

Verilen hizmetin hızı, işletmede gösterilen nezaket, yeterlilik, yetkinlik ve telafi edebilme gibi özellikler kalitenin başka bir özelliği olan hizmet görürlük özelliği olarak nitelendirilmektedir. Tüketiciler kullandıkları ürünlerin bozulma ihtimali ile birlikte, ürünlerinin serviste kaldığı süre, servisten talep edilen randevulara servisin geri dönüş süresi, personelin alakası ve işletmenin ortaya çıkan problemlere doğru çözümler getirebilme yetilerine de önem göstermektedir (Tütüncü, 2009:65).

Ürün veya hizmetin temel işlevlerini tamamlayan ya da tüketici gözündeki cazibesini sağlayan özellikler ise diğer özellikler olarak nitelendirilmektedir (Tavmergen, 2002:22).

2.16 Üretim ve Hizmetler Açısından Kalite

Üretim sektöründe süreç önce malın üretilmesi sonra satılması şeklinde işlemektedir. Dolayısıyla ürünü satın alacak tüketici ile ilişkiler son aşamada yani satış aşamasında etkili olmaktadır. Hizmet sektöründe ise önce hizmet pazarlanır daha sonra üretim ve tüketim birlikte gerçekleşir. Müşteri ile ilişki ilk aşamada hizmet pazarlanırken kurulur. Bu durumda kalite kavramı hizmet sektörü ve üretim sektörü açısından ayrı ele alınmalıdır. Hizmet sektöründe kalite ölçülürken işletmenin müşterinin beklentilerine verdiği yanıt önem kazanırken, üretim sektöründe belirli ürün ile ilgili belirli standartlar önemlidir (Harput, 2014:17).

Üretim açısından kalite kavramı; ürüne dayalı, üretime dayalı, kullanıcı veya müşteriye dayalı ve değere dayalı olarak tanımlanabilir (Yazgan, 2009:13). Ürüne dayalı tanım, ürünlerin içeriğiyle yani neleri ne miktarda içerdikleri ile alakalıdır. Üretime dayalı tanım ise üretilen ürünlerin önceden belirlenen standartlara ne kadar uygun olduğu ile alakalıdır. Bu görüş bize ürünün kalitesini ihtiyaçlara olan uygunluğunun belirlediğini söyler. Ürünün tüketicinin amacına olan uygunluğu kullanıcı veya müşteriye dayalı tanımlama içerisinde değerlendirilir. Son olarak değere dayalı tanımlama, tüketicinin talep ettiği standartlarda olan ürünlere makul bir fiyat ve maliyet ile sahip olabilme mantığına dayanmaktadır ve üretime ve kullanıcıya dayalı tanımlamanın birlikte değerlendirilmesi olarak da bahsedilebilir.

Hizmet açısından kalite ele alındığında; hizmet işletmeleri emeğe dayalı emek bazlı işletmeler olduğundan hizmet veren işletmeler arasında değişkenlik göstermektedir. İşletmeler arasında hizmet kalite ve içerik olarak zamana, işletmede görevli kişilere ve hizmetin verildiği ortama göre farklılıklar gösterir (Yazgan, 2009:14).

Ürünler satın alınırken tüketici kalite konusunda karar vermek için ürünün etiket, ambalaj, şekil gibi fiziksel özelliklerinden yararlanır. Hizmetler satın alınırken müşteri karar verirken, durum hizmetin niteliğine göre değişse bile, ölçüt olarak kullanabileceği fiziksel özellik bulamamakta veya çok az bulmaktadır. Bu durumda müşteri işletmenin hizmet kalitesini belirlerken, karar verme aşamasında işletmenin yapı, araç-gereç, personel gibi sınırlı gözle görülür olanaklarına yönelmektedir.

Kaliteyi değerlendirebilmek için fiziksel kriterlerin olmayışı veya az olması müşteriyi karar vermek için başka kriterlere yönlenmeye zorlamaktadır. İşletmelerin, müşterilerin hizmetleri ve hizmet kalitesini nasıl ve neye göre değerlendirdiğini anlayabilmesi güçtür. Çünkü hizmetler soyuttur, değişkenlik gösterir ve ölçülmesi karmaşıktır. Eğer bir hizmet işletmesi hizmetinin ve hizmet kalitesinin müşteri tarafından nasıl algılandığını ve değerlendirildiğini bilemezse hizmet kalitesini bu değerlendirmelere göre nasıl yönlendirebileceğini de bilemez (Akdoğan, 2011:33).

Hizmet açısından kalite kavramı daha sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak irdelenmiştir.

2.17 Hizmetin Kalitesi

Hizmet sektörü; başta teknoloji olmak üzere dünyada gerçekleşen gelişmeler, tüketim hızının artması ve insanın yaşam kalitesini yüksek tutma çabaları sonucu zaman geçtikçe değişime uğramıştır. Hizmet işletmeleri pazarda tutunabilmek ve diğer işletmelere karşı avantaj sağlamak için hizmet kalitesini arttırmaya daha çok önem vermiş kaliteyi geliştirmek için daha fazla efor sarfetmeye başlamıştır.

Hizmet işletmelerinin pazarda faaliyetini sürdürebilmesi için, belirli bir hizmet kalitesine ulaşmalı ve bu kaliteyi sürdürebilmelidir. İşletmelerin hizmet maliyetlerinin planlanması, maliyetin düşürülmesi ve verimliliklerinin artırılmasında hizmet kalitesi önemli bir unsurdur. Fakat hizmetin kalite kavramındaki tanımı hizmet kavramında görüldüğü gibi diğer sektörlerle göre daha karmaşıktır. Hizmet alanında kalite, tüketici birey veya hizmeti alan müşterinin ihtiyacı ve beklentilerine uygunluğu, sunulan hizmetlerin eksiksiz olması, sürekli başarılı olması, hatasız şekilde sunulması, ölçülebilen ve değerlendirilebilen birey memnuniyeti ile doğru orantılı bir öge olarak kabul edilmektedir (Murat ve Çelik, 2007).

Sunulan hizmet soyut bir kavramdır ve bu durum hizmetin sabit bir standartta sunumunu, hizmete kalite kontrol prensiplerinin uygulanmasını zorlaştırmaktadır. Alınması ve tüketilmesi eş zamanlı gerçekleşen bir öge olan hizmetin kalitesi hizmeti alan müşterinin hizmet algısına göre değişkenlik gösterir. Hizmet kalitesi, tüketici kişinin deneyimleriyle bağlantılı kişisel bir değerlendirme sürecinin bir sonucu

olarak belirlenmektedir (Gürbüz ve Ergülen, 2008). Bu sebepten literatürde hizmet kalitesi yerine algılanan hizmet kalitesi kavramı daha çok görülmektedir (Durukan ve İkiz, 2007).

Odabaşı hizmet kalitesi kavramını tüketicinin taleplerini karşılamak için verilen üstün ve ya sorunsuz hizmet olarak tanımlamış böylelikle hizmet kalitesini daha geniş bir anlam çerçevesinde ifade etmeyi amaçlamıştır (Odabaşı, 2000). Amerikan Pazarlama Derneği ise hizmeti alan müşterinin, tüketicinin ve hizmetin hedef kitlesinin memnuniyetinin nasıl optimize edilebileceği konusunda çalışma alanı; hizmeti alan tüketicinin taleplerini karşılayabilen ve aşan hizmet sunumu olarak tanımlamaktadır (Amerikan Pazarlama Derneği).

Literatürde hizmet kalitesinin hizmeti sağlayan personelin performansı ile doğru orantılı olduğu belirtilmektedir (Parasuraman, 1998).

2.18 Hizmet Kalitesi Boyutları

Araştırmacılar, hizmetlerin soyut niteliğinden kaynaklı hizmet kalitesini kavrayabilmenin zor olduğunu ve hizmet kalitesini kavrayabilmek için somut ve nesnel hale getirmenin gerekliliğini savunmuşlar, literatürde çokça boyut önerileri getirmişlerdir.

Sasser, Olsen ve Wyckoff (1978), çalışan birey düzeyi, kuruluş düzeyi ve araç gereç düzeyini hizmet düzeyini belirleyen boyutlar olarak tanımlamıştır (Aytaç, 2015:37). Lehtinen (1982) ise hizmet düzeyini belirleyen boyutları, üç boyutlu ve iki boyutlu olmak üzere iki farklı şekilde incelemiştir. İki boyutlu düzey ; süreç kalitesi, teknik kalite ve çıktı kalitesi olarak değerlendirilirken, üç boyutlu yaklaşım fiziksel kalite, şirket kalitesi ve etkileşim kalitesi olarak tanımlanmıştır. Diğer yandan Grönroos (1983) ise, ‘teknik’ ve ‘işlevsel’; Berry, Zeithaml ve Parasuraman (1985) ise, ‘çıktı’ ve ‘süreç’ olmak üzere iki kalite boyutundan söz etmektedir. Süreç kalitesinde tüketiciye hizmetin nasıl verildiği üzerinde durulurken, teknik kalite tüketiciye ne sunulduğu ile ilgilidir. Grönroos şirket imajını bir diğer kalite boyutu olarak incelemiştir. Şirket imajı, tüketicinin işletmeyi, firmayı nasıl algıladığı ile

ilgilidir bu da bahsedilen işletmenin teknik ve fonksiyonel kalitesi sonucunda oluşmaktadır (Uyguç, 1998:38).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985) tarafından yapılan çalışmada hizmet kalitesinin on boyutu saptanmıştır.

Güvenilirlik: Verileceği belirtileni, garantilenen hizmetin eksiksiz doğru ve güvenilir bir şekilde sunulmasıdır. İşletmelerin sözünü verdiği fiyat, hizmet koşulları, sunum, problem çözümü gibi vaatlerin yerine getirilmesine dayanmaktadır (Kekeç, 2008, s.50). Müşteriler, söz verdiği hizmeti yerine getiren işletmeleri tercih etmektedirler. Güvenilirlik boyutu, müşterilerin algıladığı hizmet kalitesinin en önemli belirleyicisidir. Hizmetlerin belirlenen zamanda gerçekleştirilmesi, kayıtların eksiksiz ve doğru tutulması, faturalamada yanlışlık yapılmaması gibi durumlar güvenilirlik boyutu kapsamına girmektedir (Bostanoğlu, 2012:9).

Heveslilik: Bir işletmede çalışan bireylerin hizmet vermeye hevesli olması ve hizmetin vaat edilen sürede gerçekleştirilmesini kapsar (Uyguç, 1998:40). Hizmeti alanın talepleri, şikayetleri, sorunları ile alakadar olma konusunda kibarlık ve çabukluğu vurgulayan bu boyut, bir yandan da hizmeti alanın gereksinimlerine göre hizmeti gerçekleştirmek için gerekli esneklik ve kabiliyet ile de ilgilidir. Heveslilik boyutu, ödeme ve duyuruların zamanında iletilmesi, çabuk hizmet, hizmeti alanın taleplerini hızlı yanıtlamak durumlarını içermektedir (Bostanoğlu, 2012:10).

Yetenek: İşletme çalışanının hizmeti vermek için gerekli donanıma ve kabiliyete sahip olmasıdır (Bostanoğlu, 2012, s.10). Yetenek boyutu, işletmenin araştırma sığıası, etkinliklere yardımcı olan işletme çalışanlarının bilgi ve kabiliyeti, hizmeti alan ile iletişim halinde olan çalışanın bilgi ve kabiliyetini kapsar (Bostanoğlu, 2012:10).

Ulaşılabilirlik: Bu boyut talep edilen hizmete erişilebilirliği ve müşteri işletme ilişkisini kolaylaştırmayı ifade etmektedir. Hizmeti alan hizmete rahat ulaşabilmeli ve talep ettiği hizmeti alabilmek için fazla beklememelidir (Aytaç, 2015:38). Örneğin, müşteri hizmete telefonla ulaşmak istediğinde bunu kolayca sağlayabilmesini, hatların sürekli meşgul olmamasını, talep edilen hizmeti alabilmek için fazla beklenmemesini, işletmenin çalışma saatlerinin uygun olmasını ve işletmenin ulaşım elverişli yerde bulunmasını içerir (Öztürk, 2003:142). Etkin

hizmet için uygun saat seçimi, telefonla hizmete kolay erişim, hizmet için elverişli yerin seçimi, hizmet alınana kadar geçen bekleme süresi ulaşılabilirlik boyutunun kapsamına girmektedir (Bostanoğlu, 2012:10).

Nezaket: Hizmeti alan ile temasta olan hizmet personelinin özenini, saygısını, kibarlığını ve içtenliğini içerir (Aytaç, 2015:38). Hizmeti alan bireyin mülkiyetine saygı göstermek, müşteri ile ilişki kuran hizmet çalışanının titiz ve bakımlı görünmesi nezaket boyutunun kapsamına girmektedir (Bostanoğlu, 2012:11).

İletişim: İşletme çalışanının, hizmeti alanı kavrayabileceği aşırılıktan uzak bir şekilde bilgilendirmesi ve müşteriyle alakadar olmasıdır (Uyguç, 1998:40). Aynı zamanda hizmet veren işletmenin örneğin müşterinin eğitim düzeyini gözeterek farklı müşteri profillerine göre dilini farklılaştırabilmesi anlamına da gelmektedir. Hizmeti alana verilen hizmeti, bu hizmetin maliyetini açıklamayı, müşterinin bir sorunu olduğunda bu problemin giderileceğine dair güven sağlamayı kapsar (Öztürk, 2003:142). İletişim boyutu; verilen hizmeti açıklamayı, hizmeti alanın sorunlarının çözümünü sağlamayı, alınan hizmetin maliyetinin ne olacağını açıklamayı içerir (Bostanoğlu, 2012:11).

İnanılrlık: İşletme çalışanının hizmeti sunarken hizmeti alana samimiyet göstermesi ve hizmeti alanı kendine inandırmasıdır. İşletmenin imajı ve işletme çalışanının şahsi özellikleri inanılrlığı arttıran faktörlerdir (Uyguç, 1998:40). İnanılrlık boyutu; işletme şirketini, işletme şirketinin adını, müşteri ile iletişim halinde olan çalışanın şahsi özelliklerini kapsar (Bostanoğlu, 2012:11).

Güvenlik: İşletmede sunulan hizmetlerin tehlike, çekince ve riskten uzak olmasıdır. Bu boyut diğer yandan mahremiyete saygıyı da kapsamaktadır (Uyguç, 1998:40). Personelin bilgi ve zerafeti, işletmenin kabiliyeti ve personelin güven vermesi olarak tanımlanan bu boyut, hizmet kalitesi algısı bakımından risk ve/veya belirsizliği değerlendiren müşteriler için önem taşımaktadır. Güvenlik boyutu; kişisel, fiziksel güvenlik ve finansal güvenliği kapsar (Bostanoğlu, 2012:11).

Müşteriyi tanıma/anlama: Hizmeti sunarken hizmeti alanlarla özel ilgilenmek, isimleri ile hitap etmek ve tanındığı hissini vermek müşteriyi gururlandıran davranışlardır (Oğuz, 2010:72). Hizmet kalitesinin bu boyutu hizmet alan her bir bireyin birbirinden farklı ve özel olduğu esasına dayanır. Hizmet alan bireyler,

hizmeti sunan işletmelerin onları anladığını ve önemsedğini bilmek isterler. Müşterinin özel ihtiyaçlarını öğrenmek, kişiye özel ilgi göstermek, sürekli müşterileri tanımak müşteriye tanıma/anlama boyutunun kapsamına girmektedir (Bostanoğlu,2012:11).

Maddi değerler (hizmet ortamı): Hizmetin sunulduğu ortamın fiziksel özellikleri, işletmede kullanılan malzemeler ve bu malzemelerin teknolojik gelişmişliği, işletme çalışanın dış görünüşünü ifade etmektedir (Oğuz, 2010:72). Hizmeti alan birey bu parametreleri dikkate alarak kaliteyi değerlendirmektedir. Maddi değerler boyutu; fiziksel etkinlikleri, çalışanın görüntüsünü, hizmet üretilirken kullanılan malzemeleri, hizmetin fiziksel tanımını yapan öğeleri, hizmeti alan veya almayı bekleyen müşterileri kapsar (Bostanoğlu, 2012:12).

Normann (1988) hizmet kalitesi boyutlarını, 'değişir özellikler' ve 'değişmez özellikler' olmak üzere iki boyutta incelemektedir. Değişken özellikler, hizmeti sunan hizmet çalışanın hizmeti alan bireye yardımcı olması, ilgili davranması ve samimiyet göstermesi olarak ifade edilirken; bir uçağın kalkış saati, bir otel odasının temizliği, bir kredi kartının yeniden düzenlenebilmesi için gereken zaman gibi özellikler, kalitenin ölçülebilen, açık ve hizmet alan bireyi doğrudan ilgilendiren değişmez özellikleridir. Normann, kalitenin kesin ve değişken boyutlarının birbirleri ile etkileşim halinde olduğunu ileri sürmektedir (Uyguç, 1998:41).

2.19 Hizmetin Kalitesi ile İlgili Yaklaşımlar

Hizmet kalitesinin öneminden dolayı literatürde pek çok araştırmacı ve akademisyen tarafından üzerinde sıklıkla durulan ve incelenen bir konu olarak yer edinmiştir. Fakat, araştırmacılar tarafından hizmet kalitesi üzerine yapılan araştırmalarda, özellikle hizmet kalitesini etkileyen değişkenler incelenirken araştırmacıların bağlı bulundukları alanın etkisinde kaldıkları görülmektedir. Chase ve Bowen (1991), hizmet kalitesini, nitelik yaklaşımı, müşteri doyumu yaklaşımı ve etkileşim yaklaşımı olmak üzere üç yaklaşım kapsamında değerlendirmişlerdir (Uyguç, 1998:53).

Nitelik yaklaşımı: İşletme yönetimi ve ekonomi literatürüne bakıldığında hizmetlerin bir ürün olarak düşünüldüğü görülmektedir. Zemke ve Albrecht (1985)

ise, hizmeti üretim ve tüketimi aynı anda olan, soyut, yığılamayan ve hizmet alanın katılımıyla üretimi gerçekleşen 'özel bir ürün' olarak tanımlamışlardır. Bu tanıma göre hizmet üretimi, üretim sisteminin iktisadi olarak projelendirilmesine bağlıdır, hizmet kalitesi de üretim boyunca yer alan fiziksel ve teknolojik kalitenin toplamıdır. Yönetim, üretim düzeni vasıtasıyla nesnel olarak hizmet kalitesine hakim olabilmektir (Uyguç, 1998:53).

Nitelik yaklaşımını Sesser, Olsen ve Wyckoff (1978) hizmet sunum sistemi, hizmet kavramı ve hizmet seviyesi arasındaki ilişkiyi bir model ile açıklamışlardır. Bu modele göre; gereç nitelikleri, hizmet ortamı ve çalışan tutumunu barındıran hizmet sunum sistemi, fiziksel, duygusal, maddesel ve psikolojik yararlar bakımından hizmet kavramını tayin etmekte ve sonrasında yönetim, hizmet sunum sistemi ve hizmet kavramından faydalanarak, gereç, kuruluş ve işletme çalışanının başarımları seviyeleri gibi üç boyuttan oluşan hizmet düzeyini ortaya çıkarmaktadır (Uyguç, 1998:53).

Kalitenin tanımlanması ve ölçülebilmesi nitelik yaklaşımına göre kolaydır. Bununla birlikte, yönetimin bundan faydalanabilmesi, üretim sürecinde uygulanan teknoloji üzerinde tam bir denetleme sağlamalarına ve hizmetlerinin nitelikleri, hizmeti alanın kalite algısı ile tekrar ürün talep etme, işletmeye bağlılık gibi hizmeti alandan beklenen davranışlar arasında net bir bağlantının olması hipotezlerine bağlı olmaktadır. Aynı zamanda, bu yaklaşıma göre hizmet kalitesi, kurum içi parametrelerle sağlanmakta, kurum dışı parametreler ve hizmet üretiminin vazgeçilmez ögesi olan 'müşteri' etmenini dikkate almamaktadır. Bu nedenle kalite, 'statik' nitelik taşımaktadır (Uyguç, 1998:54).

Müşteri doyumu yaklaşımı : Bu yaklaşıma göre kalite, nitelik yaklaşımının aksine bir açıdan değerlendirilmekte, nitelik yaklaşımında dikkate alınmayan müşteri etkeni bu yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Bu durumun nedeni hizmet kalitesinin, hizmeti alana sunulan hizmeti öznel olarak değerlendirmesine dayanmaktadır (Uyguç, 1998:54).

Pazarlama uzmanları tarafından ortaya konulan ve geliştirilen müşteri doyumu yaklaşımına göre, hizmet nesne değil performanstır ve özellikle emek sektöründe hizmet kalitesi, hizmetin sunumu sırasında yaratılmaktadır. Hizmeti alan ile işletme çalışanının bire bir temas halinde olması ve aralarındaki etkileşim de

hizmete etkin bir süreç niteliği kazandırmaktadır. Müşteri doyumu yaklaşımı, üretim ve tüketim süreçlerinin birlikteliğini ve hizmeti alanın üretime iştirakı gibi hizmetin önemli tipik öğelerini benimseyerek, nitelik yaklaşımının bu yöndeki eksiklerini tamamlamaktadır. Fakat, nitelik yaklaşımına göre ölçülmesi güçtür ve insan olarak hizmeti alanın da esas değişken olarak yer alması kalite yönetimini güçleştirmektedir (Uyguç, 1998:55).

Etkileşim yaklaşımı: Nitelik yaklaşımı kaliteye hizmeti veren, müşteri doyumu yaklaşımı ise kaliteye hizmeti alan yönünden bakarak, kaliteyi farklı açılardan değerlendirmektedir. Klaus (1986), etkileşim yaklaşımını geliştirerek, nitelik ve müşteri doyumu yaklaşımlarını birbirlerini tamamlayıcı bir şekilde ele almış ve eksikleri ortadan kaldırmayı amaçlamıştır. Klaus, hizmet kalitesine hizmeti alan ve verenin birbirleriyle etkileşiminden doğan ortak faydalar olarak bakmıştır (Uyguç, 1998:55).

Bu yaklaşıma göre, hizmeti alanın ve hizmet veren çalışanın hizmet karşılaşmasındaki deneyimleri birbirleri ile ilişkilidir. Hizmette kaliteye ulaşabilmek için gereken, hizmeti alanın ve hizmeti veren çalışanın karşılıklı ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Etkileşim yaklaşımı, hizmet üretimi ve hizmeti alanın kalite algısında önemli etkisi olan ve müşteri doyumu yaklaşımında yok sayılan 'durumsal değişkenleri' de içermektedir (Uyguç, 1998:55).

2.20 Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler

Hizmetlerin karakter özelliklerinden kaynaklı kalite ölçümleri oldukça zordur. Bununla birlikte, hizmet kalitesini etkileyen bir çok öğe bulunmaktadır. Hizmeti alanları etkileyen faktörler, hizmeti verenleri etkileyen faktörler ve hem hizmeti alanı hem de vereni etkileyen faktörler olarak, hizmeti etkileyen unsurlardan bahsedilebilir.

Bahsedilen bu üç unsurun da belirli bir amacı vardır. Hizmeti alan talep ettiği hizmeti isteklerine elverişli ve tatmin edici, hizmet çalışanı ise sunduğu hizmeti yaptığı işin gereklerine uygun bir şekilde sunmak amacındadır. Hizmetin sunulduğu ortam ise bu iki amacın elverişli şekilde tasarlanmalıdır. Hizmet kalitesinin oluşması için bu üç faktörün uyumu oldukça önemlidir. Bu faktörlerden bir tanesinde oluşacak

eksiklik ve uyum sorunu hizmetin tam anlamıyla gerçekleşmesini önleyecektir. Hizmeti alan talep ettiği hizmetten ötürü çalışana, çalışan ve müşteri ise kolay hizmet almak ve vermek için hizmetin sunulduğu ortamın uygunluğuna bağlıdır (Ataberk, 2007:104).

2.20.1 Hizmeti Alanları Etkileyen Faktörler

Hizmetlerin üretim ve tüketimi aynı anda gerçekleşmektedir. Bu sebepten, müşterinin kalite algısı büyük önem taşımaktadır. Hizmet işletmelerinde etkinlikler çoğunlukla iletişim odaklıdır. İletişimi etkileyen unsurlardan ayrı olarak, müşterilerin şahsi özellikleri, aldıkları hizmeti algılayış biçimleri, bahsedilen iletişimi yorumlayış biçimleri gibi etkenler müşterilerin aldıkları hizmeti nasıl tanımlayacaklarını etkileyen etkenlerdendir (Merter, 2006:25).

Hizmet işletmelerindeki iletişim sürecinde, hizmeti alan alıcı ve tüketici durumundadır. Alıcı olarak hizmet aldığı çalışanla olan iletişimi, tüketici olarak hizmet sonunda hizmetin kalitesini algılayışında ve değerlendirmesinde hizmeti alanın şahsi özellikleri etkilidir. Hizmeti alanın şahsi özellikleri, hizmet ilişkisinin nesnelliğini ve çıktısını etkileyen önemli bir etkindir (Ataberk, 2007:112). Hizmet işletmelerinde hizmeti alanın beklentileri, alınan hizmetin kalitesini etkileyen önemli bir etkindir. Hizmeti alanın farklı beklentileri aldıkları hizmetin kalitesine de farklı değerler biçmesine sebep olmaktadır. Söz gelimi, aynı otelden hizmet talep eden bir iş turisti ile tatil turistinin, hizmet işletmesinden talepleri ve beklentileri farklıdır ve işletmenin sunduğu hizmeti kendi beklentilerine göre değerlendirirler. Hizmeti alanın farklı beklentileri hizmet kalitesini nasıl değerlendirdiklerini de önemli ölçüde etkilemektedir (Giritlioğlu, 2012:98).

Hizmetin algılarına ayırt edici nitelikleri de hizmeti alanın beklentilerini etkileyebilmektedir. Var olan bir hizmet bazı müşteriler için önem teşkil ederken bazıları için önemsiz olabilmektedir (Ataberk, 2007:115).

2.20.2 Hizmeti Verenleri Etkileyen Faktörler

Müşteriler hizmet çalışanın sunduğu hizmeti değerlendirirken, hizmeti sunan çalışanın çeşitli durum ve davranışlarını dikkate alarak almış olduğu hizmetin kalitesini algılamaktadır. Bu nedenle hizmeti sunan hizmet çalışanın, hizmetin

sunumu sırasında empati kurabilmesi ve değişik yorumlara açık davranabilmesi gibi özellikleri barındırması büyük önem taşımaktadır. Buradaki önemli husus, hizmeti alan müşterilerin her zaman aynı olmamasından dolayı, işletme çalışanının her hizmet alan için aynı davranamamasıdır. Bu durumda, hizmeti sunan işletme çalışanının, hizmet sunumu sırasında empati kurabilmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında hizmeti sunan işletme çalışanının beklentileri, kurumsal ve yönetsel etkenler de hizmeti veren çalışan dolayısıyla hizmet kalitesini etkilemektedir (Kekeç, 2008:54).

Çalışan bireyin beklentileri, hizmetin veriliş şeklini etkilediğinden, verilen hizmetin kalitesin büyük oranda etkilemektedir. Çalışan beklentileri kişiye göre değişmektedir fakat asıl husus bireyin yapılan iş esnasında önemli bir yer tuttuğudur. İnsanlar yaptıkları iş karşılığında maddi veya manevi bir beklentiye girmektedir, çalışan bu beklentiler karşısında doyuma ulaşırsa işini haz duyarak yapmakta bu durum ise çalışanı verimli olmaya götürmektedir. Hizmet çalışanının işini iyi yapması karşısında hizmeti alan memnun kalmakta bu da hizmet işletmesindeki hizmet kalitesine etki etmektedir (Korkmaz, 2013:46).

Hizmet alan ile doğrudan etkileşim halinde olan hizmet çalışanının müşteri ile arasındaki ilişkilerde gösterdiği faaliyet, işletmenin başarısı ve hizmet alanın işletmenin hizmet kalitesi hakkında olumlu düşünceler geliştirmesi konusunda etkilidir. Hatta bazı durumlarda, hizmet çalışanının bu yetisi teknik bilgi ve kabiliyetlerinden bile daha üstün olabilmektedir. Bu sebeple hizmet çalışanının kişisel özellikleri, işletmelerin hizmet kalitesini etkileyen çalışan odaklı öğelerden biridir (Giritlioğlu, 2012:103).

Bu durumlara ilaveten, çalışanın psikolojisi de hizmet kalitesini etkileyen etmenlerdendir. Psikolojisi hizmet sunumuna elverişli olmayan bir çalışan, hizmet alana aktif bir hizmet sunamamakta bu durum hizmette bazı aksamalara neden olmaktadır. Çalışanın dinamik bir hizmet sunamaması, hizmet alanın sunulan hizmetten tatmin olamaması ve hizmet kalitesini düşük algılamasına sebep olmaktadır (Korkmaz, 2013:46).

2.20.3 Hem Hizmeti Alanları Hem de Hizmeti Verenleri Etkileyen Faktörler

Hizmet üretim ve tüketiminin aynı zamanda olması, üretim ve tüketim sürecine her iki tarafın da dahil olması, hizmeti alanları da hizmeti verenleri de etkileyen bazı etmenlere sebep olmaktadır.

Hizmetlerin üretilme ve tüketilme sıklığı, hizmetin süresi, hizmet sunumu esnasında kullanılan teknoloji, hizmetin içeriği, ortam, her iki tarafın ruh hali, hizmetin verildiği yer, fiziksel imkanlar, hizmetten yararlananların sayısı gibi faktörler hem hizmeti alanlar hem de hizmeti sunanlar açısından hizmetlerin kalitesini etkileyen faktörlerdir (Kekeç, 2008:54).

Hizmeti alanları ve hizmeti verenleri etkileyen faktörler, hizmet işletmelerinde, hizmet üretimi ile ilgili özellikler ve durumsal özellikler şeklinde ayrılarak irdelenmiştir. Hizmet üretimi ile ilgili özellikler, bir hizmetin temelinde bulunan yapısal birimler ile ilgilidir ve kurumları birbirinden ayıran niteliklerini ortaya koymaktadır. Bu faktör hizmetin üretim ve sunum sürecinde hizmet alan ve çalışanın beklentileriyle onlardan gelmesi beklenen davranışları belirlediği için hem çalışanın iş tatmini, hem de hizmet alanının kalite algısını karşılıklı etkilemektedir (Giritlioğlu, 2012:108).

Durumsal faktörler ise, hizmet işletmelerinin bulundukları ortamda bulunan kültürel, sosyal, fiziksel ortamdır ve hizmet alanının davranışlarını bazı durumlarda belirleyici faktör durumuna getirmektedir. Söz gelimi, bir restoran işletmesinin başarısı, devamlılığı ve hizmet kalitesinin algılanmasında, işletmenin bulunduğu yerleşim yeri ve çevresi önemli bir faktör olabilmektedir. Hizmet sunumu esnasında işletmeden hizmet alan sayısının fazla olması çoğu zaman hizmet alan açısından olumsuz bir durum olabilmektedir. Bu durumun devam etmesi hizmet kalitesi algısında olumsuzluğa sebep olmaktadır. Çünkü böyle bir iş yoğunluğu çalışanın iyi ve verimli bir hizmet sunamamasına sebep olmakta, dolayısıyla da hizmet alanının aldığı hizmetin kalitesi düşmektedir (Korkmaz, 2013:47).

2.21 Beklenen Hizmet Kalitesi

Hizmet alan her bir bireyin satın aldığı hizmetten beklentisi farklıdır. İşletmelerde sunulan hizmetin kalitesi ile işletmenin hizmet alanının beklentisini ne kadar karşılayabildiği doğru orantılıdır. Kişilerin fiziksel ve psikolojik

gereksinimleri, kişilerin algısını doğrudan etkileyen reklamlar ve ilanlar, hizmet işletmelerinin yaptıkları kampanyalar, kişilerin geçmiş deneyimleri, kişiler arasındaki hizmetin alındığı işletmeye dair bilgi aktarımı, işletmenin imajı gibi çeşitli unsurlar, hizmet satın alan bireylerin beklentilerini belirleyen unsurlardır. Başka bir ifade ile bu unsurlar kişilerin beklediği hizmet kalitesini etkileyen unsurlardır (Sürmeli, 2002).

2.22 Algılanan Hizmet Kalitesi

Kişinin beklentilerinin karşılanması ile birlikte bireylerde sunulan hizmet sonucu sağlanacak doyum ve tatmin ortaya çıkmaktadır. Ancak kişilerin deneyim ve beklenti farklılığı sonucu ve hizmet kalitesinin soyut bir özelliğe sahip olması sebebiyle literatürde hizmet kalitesi yerine "algılanan hizmet kalitesi" terimi kullanılmaktadır. Hizmeti alan yada hizmetten yararlanan bireylerin bu hizmeti nasıl algıladıklarının belirlenmesi hizmet alanında yapılan araştırmalarda önemli yer tutmaktadır. Algılanan hizmet kalitesi, kişide hizmeti almadan önce oluşan beklenti ve sunulan asıl hizmetin bir karşılaştırmasıdır. Bununla birlikte, beklentiler ve asıl sunumda gerçekleşenler arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak da kabul edilmektedir (Parasuraman ve diğ., 1988).

Algılanan hizmet kalitesi, kişinin subjektif değerlendirmeleri sonucu oluşur. Kişinin algı ve beklentisinin etkileşimi sonucu algılanan hizmet kalitesi oluşur. Bu durumda aynı hizmet kişiler arasında farklı değerlendirmelerden geçebilir (Sürmeli, 2002).

2.23 Hizmet Kalitesinin İyileştirilmesi

Hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi, hizmet işletmelerinde yeni müşteri profillerinin artmasını, mevcut müşteriler ile ise iş hacminin arttırılmasını, hizmet işletmelerinin fiyat yönlü rekabetten sıyrılmasını, oluşan sorunlara çözüm bulmak için gereken emek ve masrafın azaltılmasını sağlamaktadır. Bu durumda hizmet kalitesini geliştirmek, hizmet işletmelerinin temel amaçlarından olmalıdır. Araştırmacılar literatürde hizmet kalitesini arttırmak için işletmelerde uygulanabilecek; dinlemek, güvenilirlik, temel hizmet, hizmet tasarımı, telafi etmek,

müşterilere sürpriz yapmak, adil davranmak, ekip çalışması gibi önerilerde bulunmuşlardır (Öztürk, 2003).

Dinlemek: Dinamik ve efektif olmak isteyen, hizmet sağlayan işletmeler, onlardan hizmet alanları dinlemeli, müşterilere dikkatli ve özenli hizmet vermelidir. Hizmet işletmeleri hizmet kalitesi konusunda müşteri ile empati içinde olmalı ve hedef kitlesini tanımalıdır. Bunların yanı sıra, kurumlar hizmetten önce ve sonra hizmeti alanlardan sürekli geri dönüş alabileceği bir kalite değerlendirme sistemi oluşturmalıdır (Altınel, 2009).

Güvenilirlik: Güvenilirlik kavramı, hizmet işletmelerinin hizmet alana hizmet ulaştırmada, müşterinin karşılaştığı problemlere çözüm sunmada ve kampanyalarda ilan edilen fiyatlarda verilen sözlerin tutulması ile sağlanmaktadır ve hizmet kalitesinin en önemli belirleyicisidir. İşletme hizmeti alan kişilerde güvenilirliği sağlayamadığı sürece diğer etkinlikler bireylerin gözünde değersiz hale gelmektedir. Bu durumda güvenilirlik faktörünün hizmet kalitesinin temel taşlarından olduğu ve kurumlardaki hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için önemli bir konu olduğu anlaşılmaktadır (Öztürk, 2003).

Temel Hizmet: Araştırmalara göre hizmet alan kişiler hizmet aldıkları kurumlardan genellikle ölçülü ve temel beklentiler içinde olmaktadır. Bu sebepten işletmeler sundukları temel hizmetin niteliklerini iyi belirlemeli ve bu özelliklere yoğunlaşarak işletmelerini geliştirmelidirler (Öztürk, 2003).

Hizmet Tasarımı: Hizmet sunan işletmeler kişilere hizmeti sunarken hizmet sistemindeki unsurların işleyiş şekli önem kazanmaktadır. Hizmet sistemindeki bu unsurlar, hizmeti sunan çalışanın performans ve gayretleri, sunulan hizmeti destekleyen ve kimi durumlarda oluşturulan gereçler ile hizmetin gerçekleştiği fiziksel ortamını içermektedir. Yeterli bulunmayan hizmet durumunda aslında hatalar hizmet sisteminin dizaynından kaynaklanırken genelde hata hizmeti sunan çalışanlarda aranmaktadır. Bu duruma örnek olarak bir sinema girişindeki gişelerdeki bilgisayar ve ekipman kapasitesinin yetersiz olması gösterilebilir (Altınel, 2009).

Hizmet tasarlanırken hizmet işletmeleri bir hizmet haritası hazırlamalı ve belirli adımlar izlemelidir. Sunulacak hizmetin açıkça anlaşılması ve nesnel değerlendirilebilmesi için ilk olarak hizmeti meydana getiren unsurlar bir şema haline getirilmelidir. Hizmet şeması meydana getirilirken tüm zayıf durumlar belirlenmelidir. Hizmet uygulamasında veya hizmet kalitesinin devamlılığının sağlanmasında meydana gelebilecek, hataya sebep olabilecek durumlar tespit edilmeli ve analiz edilmelidir. Başka bir önemli husus ise, hizmet uygulamasına dair standartlar tespit edilmeli ve ana kalite hedefleri açıkça belirlenmelidir. Bu standartlar, hizmetin üretiminden sunumuna tüm ölçütleri ve müşterilerin hoşgörü seviyelerini tanımlamakta, hizmetin maliyetine ilişkin bilgiler içermektedir. Hizmetin hizmeti alanlar tarafından algılanmasını daha iyi bir seviyeye taşımak için kişi tarafından algılanabilen hizmete ilişkin tüm argümanlar belirlenmelidir. Kişiler tarafından algılanan her farklı unsur hizmeti alanın hizmeti aldığı süre boyunca deneyimledikleri beklenti algılama karşılaştırmalarında birer nokta olmaktadır (Öztürk, 2003).

Telafi Etmek: Hizmet sunan işletmeler sürekli kendilerini geliştirmeye ve iyileştirmeye kanalize olmaktadır. Ancak hizmetin sunulduğu süre boyunca yine de yanlışlar olabilmekte, meydana gelen bir veya daha fazla yanlış durum kurumlar için büyük sorunlar teşkil edebilmektedir. Bu sebepten müşteriler hizmetten tatmin olmayıp, alternatif hizmetler aramaktadırlar. Bu durumdan dolayı bireyin sorunlarını çözme konusunda hazırlıklı olan kurumlar yanlışları etkin bir şekilde düzeltmekte ve problemleri kolaylıkla çözüme ulaştırabilmektedir (Altınel, 2009). Kurum tarafından sağlanan hizmet kalitesini yüksek seviyede tutabilmesi için bu önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Müşterilere sürpriz yapmak: Hizmet sağlayıcısı işletmelerin araştırmaları sonucu hizmet kalitesini geliştirmek isteyen şirketlerin hizmet alıcısı bireylerin beklediği hizmetten daha üstün bir hizmet sunmaları gerektiği ortaya çıkmıştır. Beklentinin dışında bir hizmet hizmeti alan bireyi şaşırtarak işletmede sürekliliğini sağlamakta ve işletmeye bakış açılarını değiştirmektedir. Hizmeti gerçekleştirenin yaptığı sürprizlerle hizmeti alan kişiler kendilerini özel hissetmektedir. Bu durum kurumun hizmet kalitesinin yüksek olduğunu düşünmelerini sağlamaktadır (Öztürk ve Seyhan, 2005).

Adil Davranmak: Hizmeti alan birey hizmet gerçekleşirken kurumların kendilerine doğru ve adil davranılmasını beklemektedirler. Aksi bir durum gerçekleştiğinde ise işletmeye karşı kuşkulu bir yaklaşım sergilemektedirler. Kişiler hizmet aldıkları işletmelerin vaatlerini yerine getirmesini ve kendileriyle dürüst bir şekilde iletişim kurmalarını beklerler. Kurumun hizmet alan kişilere adil davranması diğer müşteri beklentilerinin önündedir ve tüm hizmet işletmelerinin adil davranma konusunda özel çabaları olmalıdır (Öztürk, 2003). Adil olmayan hizmet işletmelerinde hizmet alanın algıladığı hizmet kalitesinde zayıflık ve verilen hizmette gerileme söz konusu olmaktadır.

Ekip Çalışması: Hizmet sunulurken gerçekleştirilen aksiyon ve gayretlerle doğru orantılı olarak kalite yükselir. Literatür çalışmaları, hizmet kalitesindeki düşüş ile işletmede ekip çalışmasının olmaması arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Hizmetin alıcıya ulaştırılmasında ve sunumunda ekip çalışmasının önemi büyüktür ve hizmetin devamlılığı için çok önemlidir. Kurum çalışanları arasında yüksek düzeyde oluşturulan ekip çalışması, hizmet kalitesinin sağlanması ve artırılması için önem teşkil etmektedir (Öztürk, 2003).

2.24 Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Önemi

Hizmet sektörü içinde bulunan işletmeler yoğun bir rekabet ortamı içerisindeyler ve bu işletmelerde sunulan hizmetin kalitesi bu ortam için şüphesiz çok önemli bir ögedir. Fakat hizmetlerin soyut olma, ayrışık, eş zamanlı olma gibi niteliklerinden dolayı ürünlerle kıyas edildiğinde ayrı bir konumdadırlar. Bu nedenle müşterilerin kaliteyi algılamalarında farklılıklar olduğundan kaliteyi değerlendirmek ve ölçebilmek konusunda güçlüklerle karşılaşlabilmektedir.

Önemi gün geçtikçe artan hizmet işletmeleri, devamlılıklarını sağlayabilmek, kar oranlarını arttırabilmek ve pazardaki rekabet ortamında daha önde olabilmek için hizmeti alanın memnuniyetini sağlayarak hizmet kalitelerini geliştirebilmeleri gerekmektedir. Bu sebepten var olan hizmet kalitelerinin ölçülebilmesi gerekmektedir ve bu ölçümler büyük önem taşımaktadır.

Hizmet sektörlerinin çoğunda olan zorlu çekişme şartları, işletme yöneticilerini rekabet seviyelerini geliştirmek için yeni yollar bulmaya şartlamakta ve

kurumlar hizmet alıcılarına sundukları hizmetleri, rekabet halinde olduğu diğer işletmelerin sunduğu hizmetlerden farklı tutmaya çalışarak hizmet kalitelerini yükseltmeye çabalamaktadırlar. Hizmet kalitesinin değeri hizmet sektörlerinden ayrı bir şekilde artmakta, hizmet kalitesi taşımacılık, telekominikasyon, bankacılık, sağlık, perakendecilik ve konaklama sektörlerinde de ana politikalar arasında yer almaktadır (Eroğlu, 2011:306).

Hizmet işletmelerinde sunulan hizmetlerin ayrışık, soyut ve eş zamanlı nitelikte olmasından ötürü, somut ürün elde eden işletmelere göre kalitenin değerlendirilmesi daha zor olmaktadır. Bu nedenle hizmet sektöründe bulunan hizmet işletmeleri, verdikleri hizmetlerin kalitesini ölçebilmek için bazı ölçeklere gereksinim duymaktadır. Hizmet kalitesinin düzeyini arttırmak isteyen bir işletme ilk olarak var olan kalite düzeyini belirlemelidir. Daha sonra, hizmet kalitesini daha iyi bir düzeye getirmek için yapılması gerekenler ve ne tarz önlemlerin alınacağı kararlaştırılır. Alınan kararlar faaliyete geçirildikten bir süre sonra erişilen kalite düzeyi tekrar ölçülür. Geçerliliği olan ve güven veren bir ölçüm kurum için hayati önem teşkil etmektedir (Keskin, 2013:47).

Yücel (2013), hizmet kalitesini ölçmenin, sunulan hizmetin kalitesinin iyileştirilmesi sürecinin ilk adımı olduğunu savunur. Aynı zamanda, var olan kalite düzeyi ile ilgili doğru ve tam bilgi edinebilen bir kurumun, sunulan hizmetler için neler yapılması gerektiğine dair daha etkin ve doğru hamleler yapabileceğini belirtmektedir.

Hizmet kalitesinin değişken bir yapıya sahip olması, belirli bir kalite standardı oluşturulmasını güç hale getirmekte, işletmelerin kalite geliştirme gayretlerini sınırlamaktadır. Ancak bu duruma rağmen ticari pazarda rekabetin artması ve birey ihtiyaçlarını üst seviye doyuma ulaştırma gayretleri, hizmet kalitesinin geliştirilmesini zaruri kılmıştır. Bu zaruret araştırmacıların çıkış noktası olmuş, az sayıda da olsa hizmet kalitesinin geliştirilmesi hakkında çalışmalar yapılmasını sağlamıştır (Doğan, 2011:40).

Türk (2009), kurumların hizmet alana sundukları hizmeti, hizmet alan bireylerin nasıl algıladığı, nasıl değerlendirdiği ve bu hizmetin kalitesinin nasıl algılandığını kavrayıp ölçülmesi, hizmetlerin kendine özgü nitelikleri ile nesnel ölçüsünün eksik olmasından dolayı gayet zor olup, kurumların müşteriye sundukları

hizmetin kalitesini değerlendirmeleri için en geçerli yaklaşımın hizmet alan bireyin algılarını ölçmek olduğunu belirtmiştir. Özellikle 1980 yılı sonrasında hizmet işletmeleri kalitenin önemini kavramaya başlamış ve hizmet kalitesini geliştirebilmek için var olan kalitenin ölçülmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Hizmet kalitesinin doğru ve güvenilir ölçümü, kalitenin yönetimi için hayati önem arz etmekte, kurumların kalite yönetiminde faydalanabilecekleri hususi verilerin edinilmesini ve kullanılmasını sağlamaktadır (Doğan, 2011:41). "lemezsen, geliştiremezsin" prensibi, hizmet kalitesini ölçmenin gerekli olduğunu ve önem teşkil ettiğini tüm zorluk ve kompleksliğe karşın ortaya koymaktadır (Akbaba, 2007:317).

Hizmet işletmelerinde verilen hizmetin kalitesinin ölçülmesinin önemine karşılık pek çok araştırmacı tarafından literatürde hizmet kalitesinin ölçümü üzerine araştırmalar ve çalışmalar yapılmıştır. Bunun sonucunda bir çok görüş ortaya atılmış ve çeşitli ölçekler geliştirilmiştir. Hizmet veren kurumlar bu ölçekler vasıtasıyla sunulan hizmetlerin, hizmet alanın algısında nasıl değerlendirildiğini ölçebilmektedir.

2.24 Hizmet Kalitesi lm Modelleri

Hizmet kalitesinin ölçümünün çok güç olması ve öneminden dolayı bir çok araştırmacı hizmet kalitesini ölçebilmek adına ölçüm modelleri geliştirmişlerdir. Grönroos' un Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli, Sasser, Olsen ve Wyckoff' un Hizmet Kalitesi Modeli, Lehtinen & Lehtinen' in Hizmet Kalitesi Modeli, Normann' ın Hizmet Kalitesi Modeli, Cronin ve Taylor' ın Servoerf Modeli, Parasuraman, Zeithaml & Berry' in Servqual Modeli bu modeller içerisinde başlıcalarıdır.

2.24.1 Grönroos' un Teknik ve Fonksiyonel Kalite Modeli

Hizmet kalitesi ölçümü için geliştirilmiş ilk model olan bu model Christian Grönroos tarafından ortaya atılmıştır. Bu modelde hizmet kalitesi kavramı teknik ve fonksiyonel olarak iki yolla incelenmiştir. Model, temelde hizmeti alanın hizmet algısı, deneyimleri ve hizmetten beklentileri arasındaki pozitif ilişkileri savunur ve "müşterilerin kaliteyi algılayış biçimine göre kalitenin değerlendirilmesi" olarak açıklanmaktadır (Harput, 2014).

Grönroos bu modelde, hizmet kalitesinin teknik, fonksiyonel ve imaj olmak üzere üç boyutunu önermektedir. Hizmet sunum sürecinin teknik sonuçları, hizmeti alanın hizmet işletmesi ile birbirini karşılıklı etkilemesi sonucu aldıkları hizmet olup, hizmetlerin teknik kalite boyutunu oluşturmaktadır. Fakat müşteriler sadece aldıkları hizmetlerin ne olduğu ile ilgilenmemektedir. Müşteriler hizmetin sunum süreci ile de alakadar olmaktadır ve teknik kaliteyi nasıl aldıkları ile ilgili olan işlevsel kaliteyi de değerlendirmektedirler. Burada teknik kalite, müşterinin aldığı hizmeti, fonksiyonel kalite ise bu hizmeti nasıl aldıklarını belirtmektedir (Gürbüz ve Ergülen, 2006).

Grönroos' un önerdiği diğer boyut olan imaj ise, tüketicinin hizmet aldığı kurumu nasıl algıladığı ile ilgili olup, temelde teknik ve fonksiyonel kaliteden oluşmaktadır (Keskin,2013).

2.24.2 Sasser, Olsen ve Wyckoff' un Hizmet Kalitesi Modeli

1978 yılında Sasser, Olsen ve Wyckoff , hizmet kavramı, hizmet sunu sistemi ve hizmet düzeyi arasındaki ilişkileri açıklamak için bir model geliştirmişlerdir. Bu modele göre, gereçlerin nitelikleri, hizmet ortamı ve çalışanın tutumunu içeren hizmet sunu sistemi, fiziksel, maddesel, duygusal ve psikolojik yararları kapsayan hizmet kavramını belirler. Sonrasında işletme yönetimi hizmet kavramı ve hizmet sunu sisteminden faydalanarak, materyal, tesisler ve personelin performans düzeyleri gibi üç değişik boyuttan oluşan hizmet düzeyini meydana getirmektedir (Uyguç, 1998).

2.24.3 Lehtinen & Lehtinen' in Hizmet Kalitesi Modeli

Lehtinen ve Lehtinen' in geliştirdiği hizmet kalitesi ölçüm modelinde, hizmet organizasyonundaki tüketiciler ile var olan unsurlar arasındaki etkileşim sonucu kalite ölçüsünün ortaya çıktığı önerilmektedir. Bu modelde önce hizmetin araç-gereç, bina gibi fiziksel öğelerinden oluşan fiziksel kalite, kurum imajı ve profilini kapsayan firma kalitesi ile hizmet alan ve hizmeti sunan işletme çalışanı arasında ve bunun dışında hizmeti alanların kendi aralarındaki etkileşim sonucu oluşan etkileşim kalitesi olarak kalitenin üç boyutu kullanılmaktadır. Daha ileri çalışmalarda ise,

hizmetin sonucu ve hizmetin veriliş süreci ile kalite ilişkisi arasındaki fark önemsenmektedir (Lehtinen, 1982).

2.24.4 Normann' ın Hizmet Kalitesi Modeli

Normann bu modeli 1984 yılında geliştirmiştir. Model, aralarında uyum olan kalite yaklaşımlarını, hizmet paketini, hizmeti sunan çalışan ile hizmeti alan birey arasındaki etkileşimi, hizmet sunum sürecini ve hizmetin yönetim sistemlerinin değişir ve değişmez kısımlarını kapsamaktadır. Bir hizmet işletmesinde sektörüne göre hangi hizmetin ne zaman verileceği bellidir. Yani kalitenin kesin, açık, ölçülebilir ve hizmeti alanı doğrudan etkileyen "değişmez" özellikleri vardır. Hizmeti veren personelin hizmeti alan ile oluşan iletişimleri de "değişmez" özelliklerden biridir. Normann "değişir ve değişmez özellikleri olan kalitenin birbiri ile etkileşimde olduğunu ve hizmet kalitesinin bundan etkilendiğini" ifade etmektedir (Harput, 2014).

2.24.5 Cronin ve Taylor' ın Servperf Modeli

Cronin ve Taylor tarafından geliştirilen Servperf modeli, hizmet kalitesini hizmeti alanın algılamaları ile ölçen bir modeldir. Cronin ve Taylor (1992) geliştirdikleri bu modelde Servqual modelinden farklı olarak hizmet alanın beklentilerini değerlendirmemişler, sadece tek unsur olarak performanslara odaklanmışlardır.

Cronin ve Taylor yaptıkları çalışmalarda Servqual ölçeğini tartışmış, geliştirdikleri modellerinin Servqual' den daha büyük doyum gücü olduğunu savunmuşlardır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse; Servperf' in daha doğru hizmet kalitesi puanları temin etme kabiliyetinin olduğunu ve ekonomik performansların, hizmeti alanların algıladığı hizmet kalitesini en iyi şekilde yansıttığını savunmuşlardır.

Bu durumda beklentiler bu ölçeğin bir parçası olamamaktadır. Modele göre yüksek algılanan performans, yüksek hizmet kalitesi demektir (Türk, 2009).

2.24.6 Parasuraman, Zeithaml & Berry' in Servqual Modeli

Bu model; Parasuraman, Zeithaml, ve Berry tarafından ilk olarak ABD' de 1985 yılında geliştirilmiştir. Servqual modeli, boşluk modelini temel alan bir ölçüm yöntemidir. Servqual hizmeti alanın hizmet algıları ve beklentileri arasındaki farkı esas alır. Kaliteli bir hizmetin gerçekleştirilebilmesi için hizmeti alanın hizmetten beklentilerinin eksiksiz karşılanması veya bu beklentilerin de üstünde bir hizmet ortaya konması düşüncesine dayanmaktadır. Servqual' i geliştiren araştırmacılar, bu modelin bütün sektörlerde hizmet kalitesinin boyutları ile tatbik edilebilir olduğunu yaptıkları çalışmalarla ortaya koymuşlardır (Arı ve Yılmaz, 2015).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1985 yılında yaptıkları ilk çalışmalarında, hizmet kalitesinin on boyutu olduğunu belirtmişlerdir. Fakat daha sonra yaptıkları çalışmalarda bu boyutlardan bazılarının birbirleriyle bağlantılı olduğunu göstermiş ve hizmet kalitesini beş boyutta inceleyerek, ölçeklerinin son halini oluşturmuşlardır. Bu beş boyut; fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati boyutlarıdır (Arı ve Yılmaz, 2015).

3. BÖLÜM

3. ÇALIŞMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1 Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtlılıkları

Bu araştırmanın kapsamını İstanbul Büyükşehir Belediyesine bağlı, Fatih ilçesinde bulunan Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde hayvan sahiplerine sunulan hizmetin kalitesinin ölçülmesi ve algılanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesi oluşturmaktadır.

Araştırmadan elde edilen bulgular 6 Haziran 2018 ile 6 Ağustos 2018 tarihleri arasında İstanbul Büyükşehir Belediyesi Fatih ilçesinde bulunan Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde gelen ve sahip oldukları hayvanlar için muayene, tedavi ve aşılama hizmeti alan hayvan sahiplerinden araştırmaya katılmayı kabul edip, araştırma kapsamındaki anketleri doldurmayı kabul eden hayvan sahipleri ile sınırlıdır. Araştırmadan elde edilen bulgular diğer hayvan sahipleri ile genellemez.

3.2 Araştırmanın Yapıldığı Yer ve Özellikleri

Bu araştırma İstanbul Büyükşehir Belediyesine bağlı olarak hizmet veren İstanbul ili Fatih ilçesinde bulunan Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde gerçekleştirilmiştir. Uluslararası standartlara uygun olarak her türlü modern donanıma sahip olan bu Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde hayvanlara yönelik muayene, tedavi, aşılama, mikroçip uygulaması, kısırlaştırma, röntgen, ameliyathane ve laboratuvar hizmetleri gerçekleştirilmektedir.

1923 yılında at sahiplerine hizmet verilmesi ve atların gerekli sağlık ile bakım kontrollerinin yapılması amacıyla At Hastanesi olarak açılmıştır. Günümüzde ise her türlü sahipli ve sahihsiz hayvanların müdahale ve tedavisi için hayvan aşılama ve tedavi ünitesi olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Ünite bünyesinde iki tedavi ünitesi, bir ameliyathane, bir laboratuvar odası ve hasta bekleme salonu bulunmaktadır. Tesis 200 m² açık ve 300 m² kapalı alana sahiptir. 12 kafes-24 hayvanlık bir kapasitesi bulunmaktadır.

2017 yılında hastaneye 30.561 kişi başvurmuş olup, toplam 40.227 hayvana sağlık uygulamaları yapılmıştır. 2017 yılı içerisinde 2669 hayvana aşılama yapılmış olup, 15830 muayene ve 2146 kısırlaştırma işlemi yapılmıştır. 2018 yılının ilk 6 ayı içerisinde ise hayvan aşılama ve tedavi ünitesine 13.708 kişi başvurmuş olup, toplam 17.127 hayvana sağlık hizmeti verilmiştir.

3.3 Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evrenini; İstanbul ili çevresinde hayvanlar için sağlık hizmet alan kişiler oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini; 6 Haziran 2018 ile 6 Ağustos 2018 tarihleri arasında İstanbul Büyükşehir Belediyesine bağlı Fatih Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesine başvuran kişilerden oluşmaktadır.

3.4 Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi

Araştırma kapsamında kullanılmak üzere veri toplama aracı olarak Sosyodemografik Bilgi Formu (EK 1) ve SERVQUAL Ölçeği kullanılmıştır.

Hizmet alan hayvan sahiplerinin sosyodemografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla yapılan Sosyodemografik bilgi formu 4 sorudan oluşmaktadır. Araştırma katılımcılarının cinsiyet, yaş, eğitim düzeyleri ve çalışma durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Parasuraman, Zeithaml ve Berryn tarafından geliştirilen, 2001 yılında Devedakan tarafından Türkçe'ye çevrilmiş olan SERVQUAL ölçeği hizmet kalitesinin belirlenmesi amacıyla kullanılmış olup, standart SERVQUAL ölçeği göz

önünde bulundurularak uyarlanarak hayvan sahiplerinin beklenti ve algılarını tespit etmeyi amaçlanmıştır. SERVQUAL ölçeği 5’li likert tipinde bir ölçektir. Hayvan sahiplerinin bekledikleri ve algıladıkları hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik her biri 22 maddeden oluşan iki bölüm içeren bir anket düzenlenmesi amaçlanmış olup, anket soruları araştırmaya yönelik olarak değiştirilmiştir. Anket soruları, “Metin Gelmez in Sağlıkta Hizmet Kalitesinin Değerlendirmesi; Bir Eğitim Araştırma Hastanesi Uygulaması” yüksek lisans tezinden alınmıştır.

Ve anket soruları araştırmaya yönelik olarak uyarlanmıştır.

SERVQUAL ölçeğinin beş alt boyutu bulunmaktadır. Hizmet kalitesinin beş boyutu olan “Fiziksel Özellikler”, “Güvenilirlik”, “Heveslilik”, “Güven” ve “Empati” ile algılanan hizmet kalitesi boşlukları değerlendirmesi yapılarak bireylerin aldıkları hizmet kalitesi değerlendirilmektedir. “Fiziksel Özellikler” alt boyutu 4 maddeden oluşurken, “Güvenilirlik” alt boyutu 5, “Heveslilik” alt boyutu 4, “Güven” alt boyutu 4 ve “Empati” alt boyutu 5 maddeden oluşmaktadır. 5’li likert tipinde olan bu ölçekte ifadeler “Tamamen Katılmıyorum” (1) ile “Tamamen Katılıyorum” (5) arasında değişmektedir.

3.5 Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmada kullanılan değişkenler, çalışma başlamadan önce araştırmanın amacına ve araştırmaya dahil olabilecek bireylerin sosyodemografik özelliklerine uygun olacak şekilde belirlenmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkenleri olarak hayvan sahiplerinin cinsiyeti, bulundukları yaş grubu, eğitim düzeyleri ve çalışma durumları belirlenmiş olup, bağımlı değişkenler SERVQUAL ölçeğinin algılanan ve beklenen hizmet kalitesini ölçmeye yönelik maddeleridir. Hayvan sahiplerinin beklenen hizmet kalitesini ölçmek amacıyla orijinal SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. Beklentiyi ölçen maddeler orijinal ölçekte “mükemmel x firmaları....” şeklinde ilerlerken, çalışmada bu maddeler “mükemmel hayvan aşılama ve tedavi üniteleri...” söz ifadeleri olarak değiştirilmiştir. Tablo 3.5’te SERVQUAL ölçeğinin algılanan hizmet kalitesini ölçen 22 maddelik anket gösterilmiştir.

Tablo 3.5 Algılanan Hizmet Kalitesi Maddeleri

AHK1	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi modern araç-gereç donanımına sahiptir.
AHK2	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi fiziksel imkanları (dekor, aydınlatma, mobilya vb.) görsel açıdan çekicidir.
AHK3	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli temiz ve düzgün görünüşlüdür.
AHK4	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde kullanılan malzemeler modern ve kullanışlıdır.
AHK5	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi bir hizmet yerine getirmeye söz verildiğinde bunu yerine getirir.
AHK6	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hastaların problemi

	olduğunda bunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir.
AHK7	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hastalara uygulanan işlemler ilk seferinde ve doğru olarak yapılmaktadır.
AHK8	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hizmetini söz verdiği zamanda gerçekleştirir.
AHK9	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde hastalara ait kayıtlar düzenli ve eksiksiz olarak tutulmaktadır.
AHK10	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hasta sahiplerine hizmetin tam olarak ne zaman yerine getireleceğini söylemektedir.
AHK11	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli hizmetleri mümkün olan en kısa sürede vermektedir.
AHK12	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli her zaman hastaya yardım etmekte isteklidir.
AHK13	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli meşgul dahi olsalar hasta sahiplerinin isteklerine cevap vermektedir.
AHK14	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli davranışlarıyla hastalar ve hasta sahiplerine güven vermektedir.
AHK15	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde hasta sahiplerinin personel ile olan ilişkilerinde kendini güvende hissetmektedirler.
AHK16	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli hastalara karşı kibardır.
AHK17	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli hasta sorularına cevap verebilecek yeterli bilgiye sahiptir.
AHK18	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesinde hastaların ihtiyacı doğrultusunda bireysel ilgi gösterilmektedir.
AHK19	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli hastalara kendini özel hissettirmektedir.
AHK20	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi personeli hastaların mafaatlerini herşeyin üstünde tutmaktadır.
AHK21	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hastaları için elinden gelenin en iyisini yapmaktadır.
AHK22	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışma saatleri hastalar için uygun zaman dilimindedir.

3.6 Araştırma Bulgularının Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen bulguların analiz edilmesi amacıyla SPSS 21,0 paket programı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında uygulanan anketlerin güvenilirlik analizleri yapılmış olup, sosyodemografik bulgular için frekans analizi yapılmıştır. SERVQUAL ölçeğinden elde edilen bulgular içinse ilk olarak örneklem yeterliliğini ölçmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği ve Bartlett testi kullanılmıştır. Ayrıca hizmet kalitesi algısının katılımcılarının sosyodemografik özelliklerinden etkilenip etkilenmediğini belirlemek amacıyla bağımsız gruplarda t-testi ve ANOVA varyans analizi yapılmıştır. Veriler değerlendirilirken yüzde, standart sapma ve ortalamalar gibi tanımlayıcı istatistiksel methodlar kullanılmıştır.

3.6.1 Araştırmaya Katılan Hayvan Sahiplerinin Demografik Özellikleri

Araştırmada hayvan sahiplerinin sosyodemografik özelliklerinden olan cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve çalışma durumu bilgilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler aşağıdaki Tablo 3.6.1’de detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 3.6.1 Araştırmaya Katılan Hayvan Sahiplerinin Demografik Özellikleri

Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	203	66,8
Erkek	101	33,2
Yaş		
18 Yaş ve Altı	36	11,8
18-25 Yaş Arası	26	8,6
26-33 Yaş Arası	98	32,2
34-41 Yaş Arası	105	34,5
42 ve Üzeri Yaş	39	12,8
Eğitim Düzeyi		
İlk ve Orta Öğretim	90	29,6
Lise	104	34,2
Lisans	82	27,0
Lisansüstü	28	9,2
Çalışma Durumu		
Çalışıyor	176	57,9
Çalışmıyor	128	42,1

Araştırmaya katılan hayvan sahiplerinin cinsiyet değişkenlerine göre Tablo 3.6.1 incelendiğinde, çalışmaya katılan hayvan sahiplerinin % 66,8’inin kadın, % 33,2’sinin erkek olduğu belirlenmiştir. Hayvan sahiplerinin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde ise % 11,8’inin 18 yaş ve altında bulunduğu, % 34,5’inin 34-41 yaş arasında olduğu ve araştırma katılımcıları arasındaki en kalabalık grubu oluşturdukları, % 32,2’sinin 26-33 yaş aralığında olup en kalabalık ikinci grubu oluşturdukları tespit edilmiştir. % 8,6’lık kısım ise araştırmaya katılan en küçük grup olup 18-25 yaş aralığını temsil etmektedir. 42 yaş ve üzerinde bulunan katılımcılar ise araştırmanın %12,8’lik kısmını oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan hayvan sahiplerinin eğitim düzeyleri incelendiğinde ise en kalabalık grubun % 34,2 ile lise mezunları tarafından olduğu, bu grubu % 29,6’lık bir oranla ilk ve ortaöğretim düzeyine sahip katılımcıların ve % 27,0 oranıyla lisans düzeyinde eğitime sahip olan hayvan sahiplerinin takip ettiği tespit edilmiştir. Lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların en küçük grup olarak belirlendiği araştırmanın % 9,2’lik bir kısmını temsil ettikleri görülmüştür. Son olarak araştırmaya katılan hayvan sahiplerinin çalışma durumu incelendiğinde % 57,9’luk kısmının çalıştığı ve % 42,1’inin çalışmadığı tespit edilmiştir.

3.6.2 SERVQUAL Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Araştırma kapsamında uygulanan ölçeğin genel boyutu ve altboyutlarının güvenilirliğini tespit etmek amacıyla Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Bu yöntem araştırmalarda kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığını tespit etmek ve ölçeklerle yapılan ölçümlerinin güvenilirliğini doğrulamak amacıyla yapılmaktadır.

Tablo 3.6.2 SERVQUAL Ölçeği Güvenilirlik Analizi

SERVQUAL Ölçeği Alt Boyutları	Madde Sayısı	Güvenirlilik Katsayısı (Cronbach's Alpha)
Fiziksel Özellikler	4	0,833
Güvenilirlik	5	0,914
Heveslilik	4	0,910
Güven	4	0,925
Empati	5	0,886
Genel Boyut	22	0,966

Yapılan değerlendirme sonuçları Tablo 3.6.2'de verilmektedir. Ölçeğin genel güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha katsayısı 0,966 bulunmuş olup, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Ölçek altboyutları incelendiğinde ise "Güvenilirlik", "Heveslilik", "Güven" ve "Empati" boyutlarının yüksek düzeyde güvenilir olduğu bulunmuş olup, "Fiziksel Özellikler" alt boyutunun orta düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

3.6.3 Faktör Analizi İçin Örneklem Yeterliliği Analizi

Faktör Analizi örneklem yeterliliğinin tespit edilmesi amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda örneklem yeterliliği 0,96 bulunmuş olup, örneklem yeterliliğinin mükemmel olduğu belirlenmiştir.

3.6.4 Faktör Analizi

Araştırma kapsamında ilk olarak faktör analizi uygulanabilirliğini tespit etmek amacıyla Bartlett Testi uygulanmış olup, faktör analizinin uygulanabilir olduğu görülmüştür ($p=0,000$). Toplam açıklanan varyans oranının % 78,512 olduğu tespit edilmiştir. Bartlett Testinden sonra yapılan faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yükleri ve ilgili alt boyutlar Tablo 3.6.4'te verilmektedir.

Tablo 3.6.4 Ölçek Maddeleri Faktör Yükleri

Alt Boyut	Maddeler	Faktör Yükleri
Fiziksel Özellikler	AHK4	0,826
	AHK3	0,791
	AHK2	0,698
	AHK1	0,663
Güvenilirlik	AHK8	0,861
	AHK5	0,828
	AHK6	0,818
	AHK7	0,816
	AHK9	0,808
Heveslilik	AHK13	0,883
	AHK12	0,862
	AHK11	0,835
	AHK10	0,807
Güven	AHK17	0,881
	AHK14	0,874
	AHK16	0,865
	AHK15	0,855
Empati	AHK21	0,873
	AHK19	0,849
	AHK18	0,831
	AHK20	0,827
	AHK22	0,616

3.6.5 Algılanan Hizmet Kalitesi ile Hayvan Sahiplerinin Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Araştırmaya katılan hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesi ile sosyodemografik özelliklerinin herhangi bir bağlantı gösterip göstermediğini incelemek amacıyla bağımsız gruplarda t testi ve ANOVA varyans analizleri yapılmış olup, elde edilen sonuçlar Tablo 3.6.5’te verilmiştir.

Tablo 3.6.5 Hayvan Sahiplerinin Algıladıkları Hizmet Kalitesi ile Sosyodemografik Özellikleri Arasındaki İlişki

Sosyodemografik Özellikler	P Değeri
Cinsiyet	0,892
Yaş	0,268
Eğitim Düzeyi	0,429
Çalışma Durumu	0,585

Analiz uygulamaları kapsamında ilgili değişkenlerin katogoriler arasında değişip değişmediğini, farklı olup olmadığını, tespit etmek için ANOVA analizinden

yararlanılmıştır. Bu varsayım varyanslarının eşitliği için LEVENE testi uygulanmıştır. Teste göre ilgili guruplardaki dağılımların varyansının eşit olduğu tespit edilmiştir. ($p>0,05$).

Cinsiyet değişkenine göre algılanan hizmet kalitesinin değişiklik gösterip göstermediği incelemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar testi sonucunda p değeri 0,841 bulunmuştur. Daha sonra iki uçlu test sonuçlarına bakılmış olup p değerinin 0,892 olduğu görülmüştür. Algılanan hizmet kalitesinin hayvan sahiplerinin cinsiyet farklılıklarına göre değişiklik göstermediği tespit edilmiş olup, iki uçlu test sonucu bu sonucu doğrulayıcı bir çıktı olarak karşımıza çıkmaktadır ($p>0,05$).

Yaş değişkenine göre algılanan hizmet kalitesinin değişiklik gösterip göstermediğini incelemek amacıyla ANOVA analizi yapılmış olup, p değeri 0,268 bulunmuştur. Bu durumdan anlaşılabileceği üzere, hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesi yaş gruplarına göre farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p>0,05$).

Hayvan sahiplerinin eğitim düzeyleri değişkeni ile hizmet kalitesi algılarının değişiklik gösterip göstermediğini incelemek amacıyla ANOVA analizi yapılmış olup, p değeri 0,429 bulunmuştur. Hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesinin yaş gruplarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p>0,05$).

Hayvan sahiplerinin çalışma durumu ile algıladıkları hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla bağımsız gruplar testi yapılmış olup, test sonucunda p değeri 0,547 bulunmuştur. İki uçlu analiz sonucunda p değerinin 0,585 olduğu belirlenmiş olup, hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesinin çalışma durumlarından etkilenmediği, hizmet kalitesinin çalışma durumuna göre farklılık göstermediği belirlenmiştir.

3.6.6 SERVQUAL Skorunun Hesaplanması

Çalışma kapsamında SERVQUAL modelinin kullanılabilmesi için hayvan sahiplerinin beklenen hizmet kalitesi ve algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin belirlenmesi ve aralarındaki farkın hesaplanması gerekmektedir. Bu doğrultuda hayvan sahiplerinin beklenti ve algı düzeyleri tespit edilmiş olup, elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir. Hayvan sahiplerinin SERVQUAL ölçeğinin beklenen ve algılanan hizmet kalitesi bölümlerinden aldıkları puan ortalamaları Tablo 3.6.6'da verilmiştir.

Tablo 3.6.6 Hayvan Sahiplerinin Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesi Puan Ortalamaları ve SERVQUAL Skorları

Bağımlı Değişken	Beklenen Hizmet Kalitesi Puan Ortalaması (BHK)	Algılanan Hizmet Kalitesi Puan Ortalaması (AHK)	SERVQUAL Skoru (BHK-AHK)
SQ1	4,96	4,30	-0,653
SQ2	4,64	4,39	-0,245
SQ3	4,79	4,59	-0,195
SQ4	4,85	4,45	-0,396
SQ5	4,73	4,51	-0,220
SQ6	4,80	4,60	-0,199
SQ7	4,84	4,58	-0,258
SQ8	4,77	4,58	-0,195
SQ9	4,71	4,58	-0,135
SQ10	4,85	4,57	-0,278
SQ11	4,82	4,57	-0,251
SQ12	4,83	4,58	-0,245
SQ13	4,69	4,60	-0,088
SQ14	4,82	4,58	-0,235
SQ15	4,77	4,58	-0,188
SQ16	4,83	4,64	-0,189
SQ17	4,72	4,58	-0,135
SQ18	4,86	4,61	-0,252
Q19	4,83	4,51	-0,323
Q20	4,78	4,55	-0,231
Q21	4,76	4,62	-0,136
Q22	4,84	4,39	-0,445

Yukarıda verilen SERVQUAL puanları toplam hizmet kalitesinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. SERVQUAL puanlarının pozitif çıkması hayvan sahiplerinin beklentilerinin hayvanlarının tedavi ve aşılanma sürecinde aşıldığı, negatif çıkması ise beklentilerinin hizmet aldıkları süre içerisinde karşılanamadığı anlamına gelemektedir. SERVQUAL puanının sıfıra eşit olduğu durumlarda da ise hayvan sahiplerinin beklentilerinin karşılandığı ve tatmin edici bir hizmet alındığı söylenebilir.

Hayvan sahiplerinin SERVQUAL ölçeğinden aldıkları skorlara bakıldığında, tüm skorların sıfırın altında, negatif olduğu Tablo 3.6.6’da görülmektedir. Bu durum, hayvan sahiplerinin beklentilerinin hizmet sürecinde karşılanamadığını ifade etmektedir. Tabloya daha detaylı bakıldığında bazı skorların sıfıra çok yakın değerler aldığı görülmekte, bazı skorlar ise sıfıra oldukça uzaktadır. Sıfır değerine yakın olan önermeler hizmet kalitesi düzeyinin en yüksek olduğu kısımları göstermektedir.

3.6.7 SERVQUAL Ölçeği Alt Boyut Skorları

SERVQUAL ölçeğinin altboyutlarının skorlarının da hesaplanması, modelin kullanımı için gereklidir. Hesaplama, her bir altboyuta giren ifadelerin veya maddelerin SERVQUAL skorlarının toplanarak alt boyut içersindeki ifade sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Ölçeğin altboyutlarının ortalama SERVQUAL skorları Tablo 3.6.7’de verilmiştir.

Tablo 3.6.7 SERVQUAL Ölçeği Alt Boyutları Skorları

Alt Boyut	SERVQUAL Skoru
Fiziksel Özellikler	-0,372
Güvenilirlik	-0,201
Heveslilik	-0,216
Güven	-0,187
Empati	-0,277

Ölçeğin alt boyutları baz alınarak elde edilen sonuçlar incelendiğinde; en yüksek skorun -0,187 ile Güven boyutuna ait olduğu, bu boyutu -0,201 puanı ile Güvenilirlik ve -0,216 puanı ile Heveslilik boyutunun takip ettiği tespit edilmiştir. -0,277 puanı ile Empati ve -0,372 puanı ile Fiziksel Özellikler boyutunun en düşük puanları aldığı görülmüştür.

3.7 SERVQUAL Ölçeğinden Elde Edilen Sonuçların Değerlendirilmesi

Hayvan sahiplerinin SERVQUAL ölçeğine verdikleri cevapların incelenmiş ve ilgili SERVQUAL skorlarının çıkartılmıştır. İlk olarak ölçeğin boyutları baz alınarak SERVQUAL skorları incelendiğinde, en düşük puana fiziksel özellikler altboyutunda rastlanmış olup, -0,372 puanı elde edilmiştir. Bu durum sonucunda, araştırmaya katılan hayvan sahiplerinin araştırmanın yapıldığı yerdeki fiziksel şartları veya ortamı ve kullanılan teçhizatların görünümün yetersiz veya eksik buldukları söylenebilir.

Empati boyutu incelendiğinde ise, en düşük ikinci boyut olduğu görülmüş ve -0,277 puanı elde edilmiştir. Boyuttan alınan bu skor, araştırmanın yapıldığı yer olan hayvan tedavi ve aşılama ünitesindeki yönetimin ve çalışanların hayvan sahiplerine gösterdikleri ilgi ve duyarlılığın yetersiz bulunduğunu ifade etmektedir.

Güvenilirlik ve Heveslilik boyutlarından alınan SERVQUAL skorları incelendiğinde, skorların birbirine yakın olduğu görülmüş olup, sırasıyla -0,201 ve -0,216 olduğu belirlenmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen skorlar ortalama bulunmuş olup, bu sonuçlara göre hayvan tedavi ve aşılama ünitesi ile personelinin hizmet sırasında hızlı, hevesli ve istekli oldukları düşünülmektedir. Çalışmaya

katılan hayvan sahipleri, tedavi ve aşılama hizmetinin sunulduğu her seferde, eksiksiz ve güvenilir olarak yerine getirildiğini belirtmişlerdir.

Son olarak Güven boyutuna bakıldığında, en yüksek SERVQUAL skorunun - 0,187 olarak bu boyutta sağlandığını görmekteyiz. Bu sonuçlara göre, hayvan tedavi ve aşılama ünitesinin çalışmaya katılan hayvan sahiplerinde güven uyandırdığı, sağlanan hizmetler hakkında bilgili olunduğu ve personelin hizmetin sağlanması sırasında nazik davranışlar gösterdiği belirlenmiştir.

Tablo 3.6.6'da verilmiş olan, algılanan hizmet kalitesi ölçeğinden alınan skorlara bakıldığında ise çalışma kapsamında elde edilen puanların ortalama düzeyde olduğu görülmektedir. SERVQUAL skorları incelendiğinde ise en çok farkın 1., 4. ve 22. maddelerde olduğu belirlenmiştir. İlk olarak birinci madde incelendiğinde, hayvan tedavi ve aşılama ünitesinin modern araç ve gereç donanımlarına sahip olması konusunda hayvan sahiplerinin beklentilerini karşılayamadıkları görülmüştür. İkinci olarak dördüncü madde incelendiğinde ise hayvan tedavi ve aşılama ünitesinde kullanılan malzemeler, modern ve kullanışlı olmaları konusunda hayvan sahiplerinin beklentilerini karşılayamamış oldukları saptanmıştır. Son olarak yirmi ikinci madde incelendiğinde ise hayvan sahiplerinin hayvan tedavi ve aşılama ünitesinin çalışma saatlerini yetersiz buldukları görülmüş olup, bu durumun beklentilerinin altında olduğu belirlenmiştir.

4. BÖLÜM

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, farklı sektörlerde ve endüstrilerde hizmet kalitesi ölçümünde oldukça yaygın bir şekilde kullanılan SERVQUAL ölçeğini İstanbul ilindeki bir hayvan aşılama ve tedavi ünitesine uygulayarak, hayvan sahiplerine verilen sağlık hizmetinin kalitesini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma, iki aylık bir süre içerisinde sahip oldukları hayvanlar ile hayvan tedavi ve aşılama ünitesine başvuran hayvan sahiplerinin gönüllü katılımı ile yürülmüş olup, araştırma örneklemini anketleri eksiksiz dolduran 304 hayvan sahibi oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında veri toplama amacıyla hayvan sahiplerine Sosyodemografik Bilgi Formu ile Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından gerçekleştirilen SERVQUAL ölçeği uygulanmıştır. SERVQUAL ölçeği işletmelerde verilen hizmet kalitesini fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, empati ve güven olmak üzere beş farklı alt boyuta ayırarak ölçmekte olup, her biri 22'şer madde bulunduran iki kısımdan oluşmaktadır. Ölçeğin hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesini ölçme amacıyla kullanılan kısmı, asıl SERVQUAL ölçeğine sadık kalınarak değiştirilmiş olup, maddeler hayvan aşılama ve tedavi merkezinin hizmet kalitesini tutarlılıkla ölçmesi amacıyla yeniden düzenlenmiştir. Ölçekteki beklenen ve algılanan hizmet kalitesini değerlendiren maddeler 5'li likert ölçeği üzerinden değerlendirilmiştir. Hizmet kalitesinin değerlendirilmesi çoğunlukla hizmeti alan bireylerin hizmeti algılamalarına dayalı yapıldığı için çalışmada algılanan ve beklenen hizmet kalitesi söz öbekleri kullanılmıştır.

İstanbul Büyükşehir Belediyesine bağlı hayvan aşılama ve tedavi ünitesinde yürütülen bu çalışma, 304 hayvan sahibi ile gerçekleştirilmiş olup, hayvan sahiplerinin ortalama beklenti puanları 4,78 bulunurken, algılama puanları 4,54 olarak bulunmuştur. Puanlamalar hem SERVQUAL ölçeğinin maddeleri bazında hem de alt boyutları baz alınarak yapılmış olup, elde edilen sonuçlar neticesinde SERVQUAL skorlarının hepsinin negatif olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, hayvan sahiplerinin beklentilerinin hayvan aşılama ve tedavi ünitesindeki hizmet alım sürecinde tam anlamıyla karşılanamadığını belirtmektedir. Beklenen hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi arasındaki farkın çok küçük olmasından dolayı hayvan aşılama ve tedavi ünitesinin hayvan sahiplerinin beklentilerini neredeyse tamı tamına karşıladığı söylenebilir.

SERVQUAL ölçeğinin boyutları baz alınarak yapılan analizlerde, en yüksek değeri güven alt boyutu alırken, güven boyutunu sırasıyla güvenilirlik, heveslilik, empati ve fiziksel özellikler alt boyutları takip etmektedir.

Çalışma kapsamında ayrıca hayvan sahiplerinin algıladıkları hizmet kalitesinin sosyodemografik özelliklerine göre değişip, değişmediği araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda hayvan sahiplerinin demografik özelliklerinden olan çalışma durumu, yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyi bağımsız değişkenlerinin algılanan

hizmet kalitesine etki etmediği tespit edilmiş olup, istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Yapılan çalışma sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmış ve çalışmanın gerçekleştiği kurum olan hayvan aşılama ve tedavi ünitesinin hizmet kalitesinin arttırılması ve verilen sağlık hizmetinin geliştirilmesi için öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler aşağıda sunulmuştur:

- Hayvan aşılama ve tedavi ünitesindeki ekipmanlar yenilenmeli, veterinerlik hizmetlerine kolaylık sağlayan ve canlı dostlarımıza verilen sağlık hizmetini geliştiren modern araç ve gereçlerle donatılmalıdır.
- Kurum içerisinde çalışan personele hizmet öncesi ve hizmet içi eğitim programları düzenlenmelidir. Düzenlenecek eğitimlerle hizmet veren personel kurum içerisinde daha etkili çalışacak ve iletişim kuracaktır.
- Ünite çalışan personelin iş doyumunu ve motivasyonunu arttıracak etkinlikler düzenlenmelidir. Etkinliklerle beraber çalışanların hayvan sahiplerine yardım etme ve hizmet verme konusunda hevesliliğinin arttırılması konusunda çalışılmalıdır.
- Ünitenin koşulları ve ortamı iyileştirilerek hayvan sahiplerine hizmet alım sırasında bekleyebilecekleri daha uygun ortamlar yaratılmalıdır

KAYNAKÇA

- Akbaba. A. (2007). Hizmet İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Yaklaşımlar. Editörler: Şevkinaz Gümüşoğlu ve diğerleri, Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdoğan. C. (2011). Hizmet Pazarlamasında Kalite Anlayışı: Servqual ve Servperf Kalite Modellerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Albrecht, K., & Zemke, R. (1985). Service America. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.

Altınel. G. (2009). Hizmet Kalitesi, Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Amerikan Pazarlama Birliği.(2006). Service Definitions. <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. (04.08.2018)

Arı E. . Yılmaz V. (2015). Banka Hizmet Kalitesi Boyutları İle Banka Sadakati Arasındaki İlişkilerin Servqual ve Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi: İ.İ.B.F.Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi No: 20 (3).

Ataberk. E. (2007). Tur Operatörlerinin Paket Tur Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkileri Belirleyen Faktörler: İzmir İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aspinall, V., & O'Reilly, M. (2004). Introduction to veterinary anatomy and physiology. Edinburgh: Butterworth-Heinemann.

Assael, H. (1993). Marketing principles & strategy. Fort Worth, TX: Dryden Press.

Aytaç. A. İ. (2015). Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Eğitim Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Baumol, W. J. (1984). On My Attitudes: Sociopolitical and Methodological. The American Economist, 28(1), 5–9.

Baydaş, A. Çatı, K. (2008). Hizmetin Özellikleri ve Sınıflandırılması. K. Çatı, K ve A. Baydaş. (Editörler). Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi. Ankara:Kalkan Matbaası, ss. 31-53.

Bostanoğlu. E. (2012). Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemiyle Ölçülmesi ve Samsun İl Özel İdaresi'nde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Byrd, Briannan K., "Human-Canine Relationships: Dog Behavior and Owner Perceptions" (2012). *Senior Honors Theses*. 306. 4-5

Can. P. (2016). Hizmet Kalitesinin ServQual Ölçeği İle Ölçülmesi: Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma. Karabük: Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi No: 6 (1).

Canöz. N. (2015). Hizmet Sektöründe Kurumsal İmaj Algısı: Türk Hava Yolları Örneği. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Chase, R. and Bowen, D. (1991) "Service Quality in the Service Delivery System – a Diagnostic Framework," in S. Brown, E. Gummensson, B. Edvardsson, and B

Gustavsson (Eds.) Service Quality – Multidisciplinary and Multinational Perspectives, Lexington Books, Lexington

Cronin J. J. . Taylor S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Chicago: Journal of Marketing (56).

Doğan. Z. (2011). Hizmet Kalitesinin Ölçümlemesi ve Türkiye’deki GSM Operatörlerinin Hizmet Kalitelerinin Karşılaştırmalı Analizi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dov F. Sax, Steven D. Gaines Proceedings of the National Academy of Sciences Aug 2008, 105 (Supplement 1) 11490-11497

Driscoll, J. (2007). Practicing clinical supervision. A reflective approach for healthcare professionals.

Duman, S. (2015), “Hizmet Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi, Müşteri Memnuniyeti: Tarsus’ ta Bir Elektrik Perakende Dağıtım Şirketinde İnceleme”, Yüksek Lisans Tezi, Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Durukan B. . İkiz A. K. (2007). Denetim Kalitesi, Kalite ve Hizmet Kalitesine İlişkin Modeller: Kavramsal Çerçeve. İstanbul: Mali Çözüm (82).

Eroğlu. K. (2011). Otel İşletmelerinde Örgütsel İletişimin Çalışanların Hizmet Kalitesine Etkisi ve Mardin’de Bir Uygulama. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 14 (26).

Dyce, K., Sack, W., & Wensing, C. (1987). *Textbook of veterinary anatomy*. Philadelphia: Saunders.

Ehlert, L. (1997). *Color zoo: Board book*. Place of publication not identified: HarperFestival.

Erdem, Ş. (2007), “Sağlık Hizmetleri Pazarlaması: Hastaların Sunulan Hizmetlerin Kalitesini Algılamaları Üzerine Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Ersungur. Ş. M. (1993). Hizmetler Sektörü: Erzurum İlinin Yeri, Önemi ve Gelişme İmkanları. Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ertürk. M. (2011). Türkiye’deki Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Garvin. D. (1998). The Processes of Organization and Management. Massachusetts: MIT Sloan Management Review (39).

- Giritlioğlu. İ. (2012). Yiyecek İçecek Bölümlerinde İşgörenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma. Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Goldstein, Susan & Johnston, Robert & Duffy, Jo Ann & Rao, Jay. (2002). The Service Concept: The Missing Link in Service Design Research?. Journal of Operations Management. 20.
- Grönroos. C. (1983). Strategic Management and Marketing in the Service Sector. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration 82 (104).
- Grönroos. C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. Bingley: European Journal of Marketing 18 (4).
- Gülmez M. . Kitapçı O. (2008). Hastane Hizmet Kalitesi ve Bir Uygulama. Ankara: Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 26 (1).
- Günaydın, Y. (2014), “Konaklama İşletmelerinde İç ve Dış Müşteri Açısından Hizmet Kalitesinin ve Sadakatın Analizi”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbüz E. . Ergülen A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi 35.
- Gürbüz E. . Ergülen A. (2008). Yüksek Öğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesi Ölçü ve Modelleri. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Harput. S. (2014). Yeditepe Üniversitesi Hastanesinde Yatan Hastalarda Beklenen Ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Hastane Ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı
- Hayvan Hastaneleri Yönetmeliği, 2010
- İçöz, O. (2005). Hizmet Pazarlaması. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Karahan, K. (2006). Hizmet Pazarlaması. (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 28, 31-32.
- Karesh, W. B., Cook, R. A., Bennett, E. L., & Newcomb, J. (2005). Wildlife trade and global disease emergence. *Emerging infectious diseases*, 11(7), 1000-2.
- Kekeç. D. (2008). Hizmet Kalitesi Ölçümünde Servqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Keele, B. F., Van Heuverswyn, F., Li, Y., Bailes, E., Takehisa, J., Santiago, M. L., Bibollet-Ruche, F., Chen, Y., Wain, L. V., Liegeois, F., Loul, S., Ngole, E. M., Bienvenue, Y., Delaporte, E., Brookfield, J. F., Sharp, P. M., Shaw, G. M., Peeters, M., ... Hahn, B. H. (2006). Chimpanzee reservoirs of pandemic and nonpandemic HIV-1. *Science (New York, N.Y.)*, 313(5786), 523-6.
- Keskin. M. (2013). Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- King LJ, Anderson LR, Blackmore CG, et al. Executive summary of the AVMA one health initiative task force report. *J Am Vet Med Assoc*. 2008;233:259–261.
- Klaus, G. B. (1986) *Nature* 324, 17-18
- Korkmaz. H. (2013). Müşteri Memnuniyetinde Kano Modeli: Türkiye’deki Havayolu Yolcuları Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kotler, P. (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Prentice Hall International Inc, New Jersey.
- Gelmez. M. (20116). Sağlıkta Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi Bir Eğitim Araştırma Hastanesi Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü.
- Lane, D.R., Cooper, B. (2003). *Veterinary Nursing*. Elsevier Health Sciences
- Lay-Hwa Bowden, J. (2009). The Process of Customer Engagement: A Conceptual Framework. *The Journal of Marketing Theory and Practice*. 17. 63-74.
- Lawson, S. (2011), Is the Future a Foreign Country? . *Australian Journal of Politics & History*, 57: 420-433.
- Lehtinen J. R. . Lehtinen O. (1982). *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*. Unpublished Working Paper. Helsinki: Service Management Institute.
- McIntyre, S. (2015, May 19). Animals are now recognised as 'sentient' beings, like humans. Retrieved from <https://www.independent.co.uk/news/world/australasia/animals-are-now-legally-recognised-as-sentient-beings-in-new-zealand-10256006.html>
- Merter, M. E. (2006). *Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Atlas Yayın Dağıtım
- Murat G. . Çelik N. (2007). Analitik Hiyerarşi Süreci Yönetimi ve Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği. *Zonguldak: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 3(6) 2.

- Norman, D. A. (1988). The psychology of everyday things. New York, NY, US: Basic Books.
- Odabaşı. Y. (2000). Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Oğan. Y. (2015). Konaklama İşletmelerinde Kalite Maliyet Sistemi ve Doğu Karadeniz Bölgesindeki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Niğde: Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oğuz. D. (2010). Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemiyle Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oxford Learner's Pocket Dictionary, 2011:328
- Özer, P., Özdemir S. (2007), Hizmet Kalitesi: Kavramlar Yaklaşımlar ve Uygulamalar”, Ed: Gümüşoğlu, Şevkinaz, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özgüven, N., (2008), “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, Ege Akademik Bakış Dergisi, s.654.
- Özsağır A. . Akın A. (2012). Hizmetler Sektörü İçinde Hizmet Ticaretinin Yeri ve Karşılaştırmalı Bir Analizi. Düzce: Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (41).
- Öztürk. A. S. (1996). Hizmet İşletmelerinde Kalite Boyutları ve Kalitenin Arttırılması. Ankara: Verimlilik Dergisi, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları (2).
- Öztürk. A. S. (2003). Hizmet Pazarlaması. 4. Baskı. İstanbul: Ekin Kitabevi.
- Öztürk Y. . Seyhan K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi İle Ölçülmesi. Ankara: Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi 16 (2).
- Parasuraman A. P. . Valarie A. Z. . Leonard L. B. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Chicago: Journal of Marketing, 49 (4).
- Parasuraman A. P. . Valarie A. Z. . Leonard L. B. (1988). ServQual; A Multiple Item Scale For Measuring Customer Perceptions Qf Service Quality. Birleşik Krallık: Journal of Retailing 64 (1).
- Parasuraman A. P. . Zeithaml A. V. . Berry L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and It's Implications for Future Research. Chicago: Journal of Marketing (49).
- Patel, A. , Whitbread, T. J. and Mcneil, P. E. (1996), A case of metabolic epidermal necrosis in a cat. Veterinary Dermatology, 7: 221-225.

- Pırnar. İ. (2007). Kalite Kavramı ve Önemi. Editörler: Şevkinaz Gümüsoğlu ve diğerleri, Hizmet Kalitesi: Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Padberseck, A.L., Paul E.S. and Serpell J.A. (2000). Companion animals and us: Exploring the relationship between people and pets, Cambrigde.
- Sasser W. E. . Olsen R. P. . Wyckoff D. D. (1978). Management of Service Operations–Text, Cases and Readings. Boston: Allyn and Bacon Publications.
- Sax, D. F., & Gaines, S. D. (2008). Species invasions and extinction: The future of native biodiversity on islands. Proceedings of the National Academy of Sciences, 105(Supplement 1), 11490-11497
- Seyran, C. Deniz (2004), Hizmet Kalitesi: Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı, İstanbul: Kalder Yayınları.
- Sürmeli. H. (2002). Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Rekabet Stratejisi İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Takan, Mehmet (2000), Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayını.(12)
- Tavmergen. İ. P. (2002). Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Troxell, M. D., & Stone, E. (1981). *Fashion merchandising*. New York: McGraw-Hill.
- Türk. Z. (2009). Denetim Firmalarının Sunduğu Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini ve Sadakati: Servperf Ölçeği. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18 (1).
- Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. Hazine Başkanlığı (2007). Küreselleşme Sürecinde Dünya ve Türkiye Ekonomisinde Sektörel Yapıdaki Dönüşüm Üzerine Bir İnceleme. İstanbul: Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü, Sektör Araştırmaları.
- Türkiye’de Veteriner Hekimliğinin Dünyü ve Bugünü. (n.d.). Retrieved from <http://www.hazimgokcen.net/mesleki-tarih/turkiyede-veteriner-hekimliginin-dunu-ve-bugunu/>
- Tütüncü. Ö. (2009). Ağırlama Hizmetlerinde Kalite Sistemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Boyer V., Kenneth K. (2000), Service Classifications and Management Challenges, Journal of Business Strategies, 17 (1), 5-24.
- Uyguç. N. (1998). Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi: Stratejik Bir Yaklaşım. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

- Üner, Mithat (1994), “Hizmet Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanları Değişiklik Gösterir mi?”, Pazarlama Dünyası Dergisi, 8(43), 3-11.
- Wirth, T. (2015), Small Organoselenium Compounds: More than just Glutathione Peroxidase Mimics. *Angew. Chem. Int. Ed.*, 54: 10074-10076.
- Wolfe, J. M., Horowitz, T. S., & Michod, K. O. (2007). Is visual attention required for robust picture memory?. *Vision research*, 47(7), 955-64.
- World Health Statistics 2010. (2010, December 02). Retrieved from <https://www.who.int/whosis/whostat/2010/en/>
- Yazgan. M. (2009). Sağlık İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Sağlık Hizmeti Sunan ve Sağlık Hizmeti Alan Taraflarca Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Yücel. M. (2013). Toplam Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi ile Ölçümü: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Düzce: Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 44 (12).
- Yumuşak. N. U. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Veterinerlik Fakültesi Tarihçesi (t.y.). <http://www.veterinary.ankara.edu.tr/tarihce/> (4 Ağustos 2018).

EKLER

	İFADELER	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
P1	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi modern araç-gereç donanımına sahiptir.	1	2	3	4	5
P2	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi fiziksel imkanları (dekor ,aydınlatma, mobilya vb.)	1	2	3	4	5

	görsel açıdan çekicidir.					
P3	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar temiz ve düzgün görünüşlüdür.	1	2	3	4	5
P4	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi kullanılan malzemeler modern ve kullanışlıdır.	1	2	3	4	5
P5	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi bir hizmeti yerine getirmeye söz verdiğinde bunu yerine getirir.	1	2	3	4	5
P6	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, hastaların problem olduğunda bunu çözmek için samimi bir ilgi gösterir.	1	2	3	4	5
P7	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hastalara uygulanan işlemler ilk seferinde ve doğru olarak yapılmaktadır.	1	2	3	4	5
P8	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hizmetini söz verdiği zamanda gerçekleştirir.	1	2	3	4	5
P9	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hastalara ait kayıtlar düzenli ve eksiksiz olarak tutulmaktadır.	1	2	3	4	5
P10	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi , hasta sahiplerine hizmetin tam olarak ne zaman yerine getirileceği söylenmektedir.	1	2	3	4	5
P11	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, hizmetleri mümkün olan en kısa sürede vermektedir.	1	2	3	4	5
P12	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, her zaman hastaya yardım etmekte isteklidir.	1	2	3	4	5
P13	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, meşgul dahi olsalar hasta sahiplerinin isteklerine cevap vermektedir.	1	2	3	4	5
P14	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, davranışlarıyla hastalar ve hasta sahiplerine güven vermektedirler.	1	2	3	4	5
P15	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hasta sahipleri hastane personeli ile olan ilişkilerinde kendini güvende hissetmektedirler	1	2	3	4	5
P16	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, hastalara karşı kibardır.	1	2	3	4	5
P17	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, hastaların sorularına cevap verebilecek yeterli bilgiye sahiptir.	1	2	3	4	5
P18	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi ihtiyaçları doğrultusunda hastalara bireysel ilgi gösterilmektedir.	1	2	3	4	5
P19	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, hastalara kendini özel hissettirmektedir.	1	2	3	4	5
P20	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışanlar, hastaların menfaatlerini her şeyin üstünde tutmaktadır.	1	2	3	4	5
P21	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi hastaları için elinden gelenin en iyisini yapmaktadır.	1	2	3	4	5
P22	İBB Büyükşehir Hayvan Aşılama ve Tedavi Ünitesi çalışma saatleri hastalar için uygun zaman dilimindedir.	1	2	3	4	5

ÖZGEÇMİŞ

Nazile AKBAŞ 1980 de doğdu. İlk ve Orta eğitimini Tokat Turhal’da tamamladı. 2001 yılında Cumhuriyet Üniversitesi Yıldızeli MYO Hayvan Sağlığı ve Yetiştiriciliği bölümünde tatmamlayarak teknikerlik ünvanı aldı. 2014 yılında Anadolu Ünivertesi Açık Öğretim Fakültesi Sosyoloji Bölümünü bitirdi. 2006’dan bu yana İstanbul Büyükşehir Veteriner Hizmetleri Müdürlüğü Bünyesinde Veteriner Sağlık Teknikeri olarak çalışmaktadır.

sevilnn@gmail.com

05068368940

