



**YÜKSEKÖĞRENİM YURTLARINDAKİ HİZMET
KALİTESİNİN ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİNE
İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA:
KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

Aygül ÖZTÜRK

Kütahya - 2018

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

Yüksek Lisans Tezi

**YÜKSEKÖĞRENİM YURTLARINDAKİ HİZMET
KALİTESİNİN ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİNE
İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA:
KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ**

Danışman:
Doç. Dr. Ceren KARAVELİOĞLU

Hazırlayan:
Aygül ÖZTÜRK

Kütahya – 2018

Kabul ve Onay

Aygül ÖZTÜRK'ün hazırladığı “Yükseköğrenim Yurtlarındaki Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyetine Etkisine İlişkin Bir Araştırma: Kütahya İli Örneği” başlıklı Yüksek Lisans tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip oybirliği / oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

...../...../2018

Tez Jürisi	İmza	
	Kabul	Red
Doç. Dr. Ceren KARAVELİOĞLU (Danışman)		
Doç. Dr. Aydın KAYABAŞI		
Doç. Dr. Özlem OKTAL		

Doç. Dr. Ayhan KAHRAMAN

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yemin Metni

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Yükseköğrenim Yurtlarındaki Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyetine Etkisine İlişkin Bir Araştırma: Kütahya İli Örneği” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Aygül ÖZTÜRK

...../...../2018

Özgeçmiş

1987 yılında Sivas'ta doğdu. İlköğrenimini, ortaöğrenimini ve lise öğrenimini (muhasabe) Sivas'ta tamamladı. 2007 yılında Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Meslek Yüksekokulu Muhasebe bölümünden mezun oldu. 2009 yılında dikey geçiş yaparak Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme bölümünden lisans mezunu oldu. 2011 yılında Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalında Yüksek Lisans öğrenimine başladı. 2012-2017 tarihler arasında üniversite kız öğrenci yurduna yönelik işletmecilik yaptı.



ÖZET

YÜKSEKÖĞRENİM YURTLARINDAKİ HİZMET KALİTESİNİN ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA: KÜTAHYA İLİ ÖRNEĞİ

ÖZTÜRK, Aygöl

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ceren KARAVELİOĞLU

Aralık, 2018, 126 sayfa

Yükseköğretimde eğitim gören öğrencilerin, yaşadıkları şehirler dışındaki üniversiteleri kazanmaları beraberinde barınma sorunlarını da getirmektedir. Öğrencilerin istek ve beklentileri, asıl amacı kaliteli ve verimli hizmet sunmak olan yurtların verdikleri hizmetlerden duydukları memnuniyet düzeyleri oldukça önemlidir.

Öğrenciler, kaldıkları yerlerin kalabalık olması, fiziki imkanlardaki sorunlar, beslenme hizmetleri, yurt kuralları, idareci öğrenci ilişkileri, arkadaş ilişkileri ve ekonomik zorluklardan kaynaklanan problemler yaşamaktadırlar. Bu problemler, öğrencilerin yurt hizmetlerinden memnuniyetlerini de etkilemektedir.

Çalışmamız; Kütahya Hüsnü Özyeğin Kız Yurdu İle Kütahya Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdundaki öğrencilerin beklentisi ve memnuniyet derecelerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında 267 öğrencinin memnuniyet düzeyleri SPSS 18.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Analiz bulgularında, öğrenci memnuniyetinin hizmet kalitesiyle doğru orantılı olduğu ve öğrencilerin genel anlamda kaldıkları yurttan memnun olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapılan araştırmada öğrenci memnuniyetinin arttırılabilmesi için, yurtların yapabilecekleri düzenlemeler hakkında öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yüksek Öğrenim Yurtları, Memnuniyet, Öğrenci Memnuniyeti, Hizmet, Hizmet Kalitesi

ABSTRACT

A RESEARCH FOR RELEATING SATISFACTION EFFECT ON HIGH LEVEL EDUCATION STUDENTS DORMITORY SERVICE QUALTY

ÖZTÜRK, Aygöl

Master's Thesis, Department of Business Administration

Supervisor: Assist. Assoc. Dr. Ceren KARAVELİOĞLU

December, 2018, 126 pages

The sheltering problems, when achieving university training has great roles on their social, educational and culturel progress on high level educated students who have to survive apart from their hometowns. Students request and expectation is relatively significant for their satisfaction level that get services from the dormitories where their main purpose is to present quality and fruitful services.

It has already been known as sources of problems for students due to, crowded room, physical structure of buildings, feeding services, dormitory rules, management-student relations, friendship contacts and economical difficulties. These all troubles effects students satisfaction from dormitory services.

This study is aimed fort o define students expectation and satisfaction degree in Kütahya Hüsnü Özyeğin Schoolgirl Dormitory and Kütahya Güzelyurt Schoolboy Dormitory. In this inquiry contents, it has been analysed for satisfaction degrees from the expectations provided by students services, using SPSS 18.0 program applied on 267 students data.

In analysee determination, it has been occured that; students satisfaction meets with service quality and in general meanning, students are satisfied from dormitory. Beside these researches, it has been presented suggestions for what dormitories must do, to increase student satisfaction.

Keywords: Highlevel Education, Dormitories, Satisfaction, Student Satisfaction, Service, Service Quality.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM YÜKSEKÖĞRENİM YURTLARI HİZMET KALİTESİ VE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ

1.1. DEVLET YURTLARI (YÜKSEKÖĞRENİM KREDİ VE YURTLAR KURUMU)	4
1.1.1. Kurumun Kuruluş Amacı ve Tarihçesi	4
1.1.2. Kurumun Kuruluşu ve Yönetim Yapısı	5
1.1.3. Kurumun Hizmetleri	8
1.1.3.1. Barınma Hizmetleri	9
1.1.3.2. Beslenme Hizmetleri	10
1.1.3.3. Kuruma Bağlı Küçük İşletmeler	11
1.1.3.4. Sağlık Hizmetleri	11
1.1.3.5. Psikolojik ve Sosyal Hizmetler	12
1.1.3.6. Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	12
1.1.3.7. Kütüphane Hizmetleri	13
1.1.3.8. Oryantasyon (Uyum) Programı	13
1.1.3.9. Kredi Hizmetleri	14
1.2. ÖZEL YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİ YURTLARI.....	15
1.2.1. MEB’e Bağlı Yurtlar	16
1.2.2. Şahıs Yurtları	17
1.3. ÜNİVERSİTE YURTLARI.....	18
1.4. VAKIF YURTLARI.....	19
1.4.1. Vakıfların Anlam ve Önemi, Amacı ve Çalışma Alanları.....	19
1.4.2. Vakıfların Amaçlarına Göre Çeşitleri.....	20
1.4.2.1. Mazbut Vakıflar	21
1.4.2.2. Mülhak Vakıflar	21
1.4.2.3. Esnafa Mahsus Vakıflar	21
1.5. HİZMET VE KALİTE KAVRAMI	21

1.5.1. Hizmetin Sınıflandırılması.....	23
1.5.2. Hizmetin Özellikleri	24
1.5.2.1. Soyutluluk	25
1.5.2.2. Ayrılmazlık	26
1.5.2.3. Heterojenlik.....	26
1.5.2.4. Dayanıksızlık	27
1.5.3. Kalite Kavramı.....	28
1.5.3.1. Kalitenin Özellikleri.....	30
1.6. HİZMET KALİTESİ	31
1.6.1. Hizmet Kalitesi Tanımı.....	31
1.6.2. Hizmet Kalitesi Ölçümü	32
1.6.3. Hizmet Kalitesi Boyutları	34
1.6.4. Hizmet Kalitesinin Özellikleri.....	36
1.6.5. Hizmet Kalitesine İlişkin Kavramsal Modeller	37
1.6.5.1. Hizmet Kalitesi Modeli 1: Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli	37
1.6.5.2. Hizmet Kalitesi Modeli 2: Fark Modeli.....	39
1.6.5.3. Hizmet Kalitesi Modeli 3: Kurumsal Hizmet Kalitesi İyileştirme Modeli.....	42
1.6.5.4. Hizmet Kalitesi Modeli 4: Niteliksel Hizmet Kalitesi Modeli	43
1.6.5.5. Hizmet Kalitesi Modeli 5: Performans Bazlı Hizmet Kalitesi Modeli	43
1.6.6. Hizmet Kalitesini Etkileyen Değişkenler	43
1.6.6.1. Hizmet Veren Çalışanı Etkileyen Değişkenler	44
1.6.6.1.1. Çalışanın Karakteristik Özellikleri.....	44
1.6.6.1.2. Çalışanın İstekleri.....	46
1.6.6.1.3. Örgütsel ve Yönetimsel Faktörler	46
1.6.6.2. Tüketiciyi Etkileyen Değişkenler	47
1.6.6.2.1. Tüketicinin Kişilik Özellikleri	47
1.6.6.2.2. Tüketicinin Beklentileri	47
1.6.6.2.3. Hizmetin Algılanan Karakteri	48
1.6.6.3. Hizmet Ortamı	48
1.6.6.3.1. Hizmet Üretimi ile İlgili Özellikler.....	48
1.6.6.3.2. Fiziksel Destek.....	49
1.6.6.3.3. Durumsal Etkiler	49
1.7. ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ.....	51
1.7.1. Memnuniyet Tanımı	51
1.7.2. Öğrenci Memnuniyeti ve Önemi	52
1.7.3. Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Faktörler.....	54
1.7.3.1 Kurumsal Etkiler	56
1.7.3.2. Sosyal Etkiler	56
1.7.3.3. Beklentiler.....	57
1.7.3.4. Kişisel Etkiler.....	58
1.7.3.5. Sadakat.....	59
1.7.3.6. Tavsiye.....	59
1.7.3.7. Kurumsal İmaj	59

1.8. YURTLARIN HİZMET KALİTESİ VE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ	59
---	-----------

İKİNCİ BÖLÜM

ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİNE İLİŞKİN KÜTAHYA HÜSNÜ ÖZYEĞİN KIZ YURDU İLE KÜTAHYA GÜZELYURT ÖĞRENCİ KÖYÜ ERKEK YURDUNDA BİR UYGULAMA

2.1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ	68
--	-----------

2.1.1. Araştırma ile İlgili Genel Bilgiler	68
2.1.1.1. Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu.....	68
2.1.1.2. Güzelyurt Öğrenci Köyü Erkek Yurdu	68
2.1.2. Araştırmanın Amacı.....	69
2.1.3. Araştırmanın Varsayımları	69
2.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	70
2.1.5. Araştırmanın Hipotezleri	70
2.1.6. Yöntem.....	71
2.1.6.1. Araştırma.....	71
2.1.6.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi.....	72
2.1.6.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları	73
2.1.6.4. Verilerin Analizi	74

2.2. BULGULAR VE YORUM	76
-------------------------------------	-----------

2.2.1. Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis).....	77
2.2.2. Araştırma Örnekleminde Demografik Özellikleriyle Alakalı Bulgular	77
2.2.3. Öğrencilerin Görüşlerinin Değerlendirilmesi	81
2.2.3.1. Öğrencilerin Kurum Hakkındaki Görüşleri	81
2.2.3.2. Öğrencilerin Kayıt Kabul İşlemleri Hakkındaki Görüşleri.....	81
2.2.3.3. Öğrencilerin Yurdun Fiziki Koşulları Hakkındaki Görüşleri	82
2.2.3.4. Öğrencilerin Yurt Kuralları Hakkındaki Görüşleri.....	83
2.2.3.5. Öğrencilerin Yurttaki Sağlık, Rehberlik ve Destek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri	84
2.2.3.6. Öğrencilerin Yurtlarda Beslenme Yiyecek-İçecek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri	85
2.2.3.7. Öğrencilerin İş görenler Hakkındaki Görüşleri	86
2.2.3.8. Öğrencilerin İnsan İlişkileri Hakkındaki Görüşleri	87
2.2.3.9. Öğrencilerin Genel Anlamda Görüşleri	88
2.2.4. Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Arasındaki İlişkilerin Korelasyon Analizi Bulguları.....	89
2.2.5. Hipotezlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları	91
2.2.6. Hipotezlere İlişkin “T Testi” Analizi Sonuçları	92
2.2.7. Hipotezlere İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları	93

2.3. ARAŞTIRMA BULGULARINA İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME..	95
---	-----------

SONUÇ.....	101
EKLER.....	104
KAYNAKÇA	108
DİZİN	126



TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1.1: Yurtkur İçinde Yer Alan Küçük İşletmeler	11
Tablo 1.2: Hizmetin Tarihsel Tanımları.....	22
Tablo 1.3: Hizmetlerin Sınıflandırma Çalışması	23
Tablo 1.4: Kalite Tanımları.....	29
Tablo 1.5: Literatürde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri ve Boyutları.....	34
Tablo 2.1: Güvenilirlik Analiz Neticeleri	77
Tablo 2.2: Öğrencilerin Demografik Dağılımı.....	78
Tablo 2.3: Öğrencilerin Kurum Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	81
Tablo 2.4: Öğrencilerin Kayıt Kabul İşlemleri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	82
Tablo 2.5: Öğrencilerin Yurdun Fiziki Koşulları Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	83
Tablo 2.6: Öğrencilerin Yurt Kuralları Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	84
Tablo 2.7: Öğrencilerin Yurttaki Sağlık, Rehberlik ve Destek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	85
Tablo 2.8: Öğrencilerin Yurtlarda Beslenme Yiyecek-İçecek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	86
Tablo 2.9: Öğrencilerin İş görenler Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	87
Tablo 2.10: Öğrencilerin İnsan İlişkileri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	88
Tablo 2.11: Öğrencilerin Genel Anlamda Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri.....	89
Tablo 2.12: Pearson Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular	90
Tablo 2.13: Öğrencilerin Hizmet Kalite Algılarının Memnuniyet Üzerindeki Etkisi ...	91
Tablo 2.14: Araştırmanın Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları	92
Tablo 2.15: H9 – H10 Hipotezlerine İlişkin t Testi Analizi Sonuçları	93
Tablo 2.16: H11 – H13 Hipotezlerine İlişkin Anova Analizi Sonuçları.....	94

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1: Organizasyon Şekli	8
Şekil 1.2: Hizmetin Özellikleri	25
Şekil 1.3: Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli	38
Şekil 1.4: Hizmet Beklentileri	39
Şekil 1.5: Hizmet Kalitesi Modeli	40
Şekil 1.6: Tüketici Farkı	41
Şekil 1.7: Kurumsal Hizmet Kalitesi Modeli	42
Şekil 1.8: Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Faktörler	56
Şekil 2.1: Araştırma Modeli	72



TEZ METNİ

GİRİŞ

Yükseköğrenime yaşadıkları şehirden başka bir şehirde okumaya başlayan öğrenciler, farklı bir akademik ve sosyal çevrede yaşamaya başlamaktadır. Bu açıdan barınma yerleri, barınma ihtiyacının yanında öğrencilerin rahat ders çalışmaları, arkadaşları ve çevresiyle etkileşimde bulunarak sosyalleşmeleri, serbest zamanlarında sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlere katılmaları gibi bireysel ihtiyaçlarını gidermelerini de kapsamakta ve öğrencilerin önemli ölçüde ruhsal, bedensel, akademik ve sosyal hayatlarını etkilemektedir.

Öğrenciler, yükseköğrenim döneminde devlet yurtlarında, özel yurtlarda, özel pansiyonlarda, apart dairelerde, kiralık dairelerde veya akrabalarında barınmaktadırlar. Barınma tercihlerinde, konut ve/veya binaların kapasite durumu, kendilerini güvende hissetme, arkadaş ilişkileri, ailesinin sosyal-ekonomik durumu, rahat ders çalışma, üniversiteye olan konumu, ulaşım kolaylığı gibi birçok etmen etkili olmaktadır.

Öğrenci memnuniyeti, barındıkları yurtların sunmuş olduğu hizmetlerden bekledikleri ile algıladıkları arasındaki farkı ifade etmektedir. Hizmet sektörü olan yurtların devamlılığının sağlanması, öğrenci memnuniyetine bağlı olmaktadır. Öğrencilerin beklenti ve ihtiyaçlarını bilen yurtlar, hem öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılamaları hem de öğrencilerin memnuniyetlerini sağlamaları açısından avantajlı durumda olacaktır.

Hizmet sektöründeki hızlı gelişmeler ve ilerlemeler sayesinde hizmetin önemi artmış, hizmet kalitesi ve öğrenci memnuniyet araştırmaları önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla yurtlarda sunulan imkânların öğrenciler açısından ne şekilde algılandığı, öğrenci memnuniyeti ölçümleri, mevcut hizmette yeniliklerin yapılması, öğrenciye yönelik hizmetin sağlanması bakımından oldukça önemlidir. Öğrenci memnuniyeti ölçümlerinin yapılması ve bu ölçümlerin kısmi sürelerde tekrarlanması hizmetin gelişmesini hızlandırmaktadır.

Yurtlarda olan hizmet kalitesini artırmak için öğrenci odaklı olmak, hedeflenen kaliteyi doğru tanımlamak, motivasyonu yüksek ve kalifiye iş görenlere sahip olmak gerekmektedir. Öğrenci odaklı olmak, hizmette kalite açısından vazgeçilemez bir

parçadır. Yurtlar, öğrencilerin isteklerini gidermeli, görüşlerini dinlemeli ve öğrencilerin problemlerini gidermelidir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde; yükseköğrenim yurtları olan devlet yurtları (Yükseköğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu), özel yükseköğrenim yurtları, üniversite yurtları ve vakıf yurtları ile bu yurtların hizmetleri incelenmiştir. İkinci bölümde; hizmet, kalite, hizmet kalitesi, öğrenci memnuniyeti ve hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti ilişkisi kavramları açıklanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise; Kütahya Hüsnü Özyeğin Kız Yurdu İle Kütahya Güzelyurt Öğrenci Köyü Erkek Yurdunda kalan öğrencilere yönelik sunulan hizmet kalitesinin memnuniyet düzeyleri üzerine yapılmış olan alan araştırmaları irdelenmiştir. Öğrencilerin sunulan hizmetlere göre memnuniyet seviyelerinin saptanması, yurtlarda verilen hizmet gruplarının değişkenlere göre anlamlı olup olmadığının irdelenmesi, duyulan memnuniyet düzeyleriyle ilişkili fikirler, veriler ve bulgular incelenerek sonuç ve öneriler geliştirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

YÜKSEKÖĞRENİM YURTLARI HİZMET KALİTESİ VE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ

1.1. DEVLET YURTLARI (YÜKSEKÖĞRENİM KREDİ VE YURTLAR KURUMU)

Devlet yurtları, Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'nun bünyesi altında bir araya getirilmiştir ve kısaca Yurtkur şeklinde ifade edilmektedir. Yurtkur üniversite öğrencilerine kredi imkânı yaratan, yurtlar yapıp işleten, öğrencilerin sosyo- kültürel gelişmelerine katkı sağlayan bir kurumdur (Güldiken ve Özekicioğlu, 2004:163).

1.1.1. Kurumun Kuruluş Amacı ve Tarihçesi

Öğrencilerin yükseköğrenim faaliyetlerine yardımcı olmak, barınma, beslenme ve kredi burs sağlamak amacıyla maddi gereksinimlerini gidererek onları desteklemek, sosyo-kültürel ve sportif faaliyetlerle de öğrencilerin bedensel, sosyal ve ruhsal gelişmelerine katkı sağlamak işlevini üstlenen Yükseköğretim ve Kredi Yurtlar Kurumu (Yurtkur), yükseköğrenim sisteminde oldukça önemli bir kurumsal yapı özelliği taşımaktadır (Karataş, 2012:186).

Türk Milleti 1071 yılında Anadolu'ya gelerek yerleşik düzene geçmiş ve elde edilen şehirlere Ulu Camiler inşa etmiş ve etrafına sosyo-kültürel tesisler kurmuştur. Eğitim ve barınma için Sübyan Mektepleri ve Medreseler; okumak, görgü ve bilgiyi artırmak için kütüphane, bedesten, darüşşifa gibi tesisler inşa etmişlerdir. Osmanlı döneminde ise, büyük merkezler dışında oturan halkın çocuklarına öğrenim, barınma, yeme-içme, ulaşım, kitap gibi imkanlar sağlayan medreseler ve medreseler içerisinde bilim merkezleri amacıyla kurulan külliyeler bulunmaktadır. Medreselerde öğrencilerin ve halkın din ve dünya bilimleri bakımından ilim sahibi ve becerili olması sağlanmakta ve medreselerde eğitim gören öğrencilerin yemek, yatak vb. ihtiyaçları karşılanmaktadır. Ayrıca zengin içerikli kütüphaneler öğrencilere ve halka eğitim-öğretim sağlayan, dini, kültürel, ilmi, mesleki beklentilerini gideren birer eğitim merkezi haline gelmiştir. Böylelikle öğrencilerin medreselerde öğretim, barınma, yemek ve dokümantasyon ihtiyaçları giderilmiştir (Yurtkur, 1998: 27).

Yurtlar konaklamak için kullanılan ve bu işlevi sağlayan bir takım birimlerin bir araya gelmesiyle oluşan ve hizmet sundukları kuruma göre farklılaşan, kullanım gereksinimi açısından ise temelinde değişmeyen yapı tipleridir (Sak, 2015:10).

Öğrencilerin beslenme ve barınma gibi ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla, 1 Haziran 1927 yılında ‘Mektep Pansiyonlarının İdaresine Dair Kanun’ kabul edilerek yatılı orta ve lise okulların ilk ve orta kısımlarında okuyan öğrencilerin barınma ihtiyaçları giderilmeye çalışılmıştır. Ankara ve İstanbul’da yükseköğrenim kurumlarına devam eden öğrencilerin beslenme ve barınma ihtiyaçlarının karşılanmasında oluşan sıkıntılar karşısında ise, İl Özel İdareleri, Dernekler, Belediyeler ve özel kişiler tarafından yurtlar açılmaya başlanmıştır (Yurtkur, 1998: 27). Bu gelişmeler sonucunda kamusal nitelikte olan yurt işletmeciliğini denetim altına almak amacıyla yeni düzenlemelere gidilmiştir (İkiz, 2008:12).

3 Mart 1949’da yürürlüğe giren 5375 sayılı Yüksek Öğrenim Öğrenci Yurtları ve Aşevleri Kanunu ile ‘Yurt ve Aşevleri’ konusu Milli Eğitim Bakanlığının yönetim ve sorumluluğuna verilerek bu kanuna ek çıkarılan 01.04.1950 tarihli ve 5661 sayılı Kanun ile tüzel ve özel kişilere ait yurtların açılmasına izin verilmesi ve denetlenmesi de bu Bakanlığın görevleri arasında yer almaktadır (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2017). 1952’de ise 5375 Sayılı Kanunun uygulanabilmesi için ‘Yükseköğretim Yurtları ve Yurtlar Aşevleri Yönetmeliği’ ve yurtlar ile aşevleri 1957’de ‘Yüksek Öğretim Genel Müdürlüğüne’ bağlanmıştır (Yurtkur, 1998: 33).

1.1.2. Kurumun Kuruluşu ve Yönetim Yapısı

Yurtkur kamu hizmeti sunan ve yükseköğrenim süreci içerisinde öğrencilere barınma hizmeti sağlamayı amaç edinmiş bir kurumdur (Güllü ve Kuşderci, 2011:186). Anayasa ve devletin asli görevi olarak belirlenen bu hizmet gereği, 16 Ağustos 1961 yılında kabul olmuş, 22 Ağustos 1961 yılında yürürlüğe girmiş, 351 Sayılı Kanun ile Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu kurulmuştur. Bu tarihten itibaren devlet yurtları artık Yurtkur olarak ifade edilmektedir (Özbay ve Öztürk 1992: 74).

Yurtkur’un kuruluş aşamaları 4 Ekim 1961’de tamamlanarak hizmete girmiştir. 1982 Anayasasının 42.Maddesi de ‘Eğitim ve öğrenim hakkı ve ödevi’ başlığı altında aynı görevi Devlete vermektedir. Kurum; tüzel kişiliği olan, özel hukuk kurallarına bağlı sosyal amaç güden bir devlet kurumudur. Kurum ilk önce, MEB denetimi altındayken, bu denetim 6 Şubat 1970 gün ve 3/707 Sayılı Cumhurbaşkanlık Tezkeresi gereğince 4951

Sayıli Kanuna göre 3 Kasım 1969 yılında kurulan Gençlik ve Spor Bakanlığına devredilmiştir (Yurtkur, 1998: 33).

Yurtkur halen Milli Eğitim Bakanlığına bağlı bir kuruluş olarak görevini sürdürmeye devam etmektedir (Pasinlioğlu, 2002:6). Kurum tarafından; 351 sayılı Yüksek  ğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Kanunu gereği 1962'den itibaren öğrenim kredisi, 2547 sayılı Yükseköğrenim kanunu gereği 1985'ten itibaren katkı kredisi, 5102 sayılı Yüksek  ğrenim  ğrencilerine Burs, Kredi Verilmesine İlişkin Kanun gereği, 2004'ten itibaren burs verme işlemleri gerçekleşmektedir (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2017):

Bir  rg t ya da kuruluşun misyonu, var oluşu şeklinde ifade edilirken, kuruluşun uzun sürede erişmek istediği yer ve durumu ise vizyonunu ifade etmektedir ( kiz, 2008: 9). Yurtkur'un misyonu; insana odaklanan yaklaşımlarla ve sosyal devlet olma anlayışıyla yükseköğrenim  ğrencilerinin öğrenimlerini desteklemek, kişisel gelişimlerine katkı sağlamak için, kredi, burs, barınma, beslenme hizmetleri ile sosyal, kültürel ve sportif etkinlikler sunmaktır. Yurtkur'un vizyonu; sunduğu hizmetleri yeni ve güncel uygulamalar ile en üst seviyeye çıkaran bir kuruluş olmaktadır. Yurtkur'un stratejik amaç ve hedefleri aşağıda belirtilmektedir (www.yurtkur. gsb.gov.tr, 2017) :

- Yurtlarda Kalan  ğrencilerin Yaşam Kalite Seviyesini Yükseltmek
- Barınmadan faydalanan kişilerin memnuniyet düzeylerini her sene %2 oranında artırmaktır,
- Her sene yurttan barınan öğrencilerin en az %60'ının sosyal, kültürel ve sportif etkinliklere aktif katılımını sağlamaktır,
- Model 1 yurtları artırmaya devam ederek, mevcut yurtlarda da düzeltmeler ve daha iyisini yapma çalışmalarına devam etmektedir.
- Kurumun Hizmet Kalite Standartlarını oluşturmak ve uygulamaktır,
- Kurumda yenilikçiliği destekleyen kurumsal yapıyı oluşturma, artırma,
- Kurumda enerji verimliliğini artırmaktır,
- Kurumda  alışan psikolog ve sosyal çalışmacıların bir önceki seneye göre sayılarını artırmaktır.

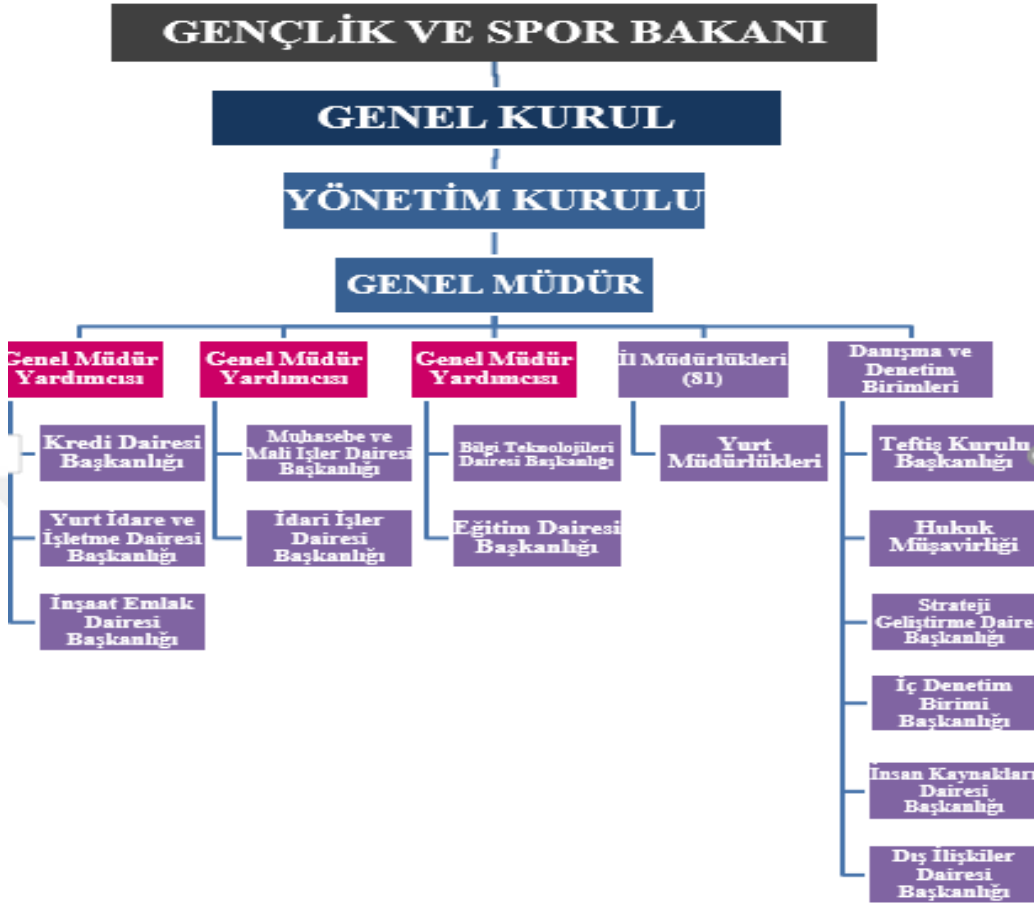
Yurtkur'un belli başlı görevleri ise (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2017) ; Yüksek öğrenim gören öğrencilere öğrenim kredisi sağlamak ve yüksek öğrenim öğrencilerine kalabilecek ortam yaratmaktadır.

Kurumun organ yapısı; Genel Kurul, Yönetim Kurulu ve Genel Müdürlük şeklindedir ve bu yapı (İkiz, 2008:15-16);

- Genel Kurul; Üst kararların alındığı organıdır ve Gençlik ve Spor Bakanı Kurulun tabii başkanıdır.
- Yönetim Kurulu; Genel Müdürlüğe karşı karar, Genel Kurula karşı ise icra, organı niteliğindedir.
- Genel Müdürlük; Kurumun yürütme görevi olan organıdır. Kurum merkez teşkilatıyla 20 bölge müdürlüğü ve biri yurt dışında olmak üzere toplam 349 yurt müdürlüğünden meydana gelmektedir.

Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu'nun teşkilat yapısı Şekil 1'de gösterildiği gibidir.

Şekil 1.1: Organizasyon Şekli



Kaynak: www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2017.

1.1.3. Kurumun Hizmetleri

Kurumun temel görevleri, öğrencilere nakit destek ile konaklama hizmetlerinden oluşmaktadır. Kurumda Türk vatandaşı olan öğrencilerin yanı sıra, 1992’den beri Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ve Akraba Topluluklarından gelen öğrencilerle kültür anlaşması bulunan diğer devletlerden gelen öğrencilere de konaklama ve beslenme yardımı verilmektedir (İkiz, 2008: 17). Öğrencilerin barındıkları yurtlarda önem verdiği temel unsurlar, uygun fiyat, güvenlik, sosyal ve kültürel etkinlikler olarak ifade edilebilir (Öztürk, 2010: 7).

Yurtta barınan şehit ve gazi çocukları, baba/annesi vefat etmiş öğrenciler ve devlet tarafından koruma altında olan öğrencilerden yurt ücreti alınmamaktadır. Bu imkândan faydalanan öğrenci sayısı; 2015-2016 öğretim dönemi Ağustos ayı itibariyle

2595 öğrencidir. Yurtta kalan öğrencilerin, boş vakitlerini iyi bir şekilde geçirmeleri zihinsel, bedensel ve kültürel yönden geliştirmeleri, kendi içlerinde arkadaşlık, kardeşlik duygularını geliştirmek amacıyla kültürel, sportif etkinlikler yapılmakta ve turnuva, yarışmalar düzenlenmektedir. Kurum yurtları, yükseköğretim kurumunun bulunduğu her il ve ilçede yurt açmaya ve öğrencilerin sıcak bir aile yuvası ortamında barınma imkânı sağlamaya gayret göstermektedir. Yurtlara yeni kayıt yaptıran öğrenciler oryantasyon sürecinden geçmektedir. Uluslararası öğrenciler Türkiye'ye; Başbakanlık Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığınca 'Türkiye Burslusu' adı altında davet edilerek gelmektedirler. Gelen öğrenciler, burslulukları bitimine kadar, kendilerine ayrılan kontenjanları dâhilinde Kurum yurtlarında yurt ücreti ve depozito ödemedi barınmaktadırlar (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2017).

1.1.3.1. Barınma Hizmetleri

Barınma; insan hayatının her döneminde vazgeçilmesi mümkün olmayan temel ihtiyaçlardan birisidir. Yaşanılan mekânların nicelikleri yanı sıra niteliklerinin de psikolojik yönden oldukça önemlidir (Çağatay ve Yıldırım, 2014:53). Yurt kelimesi bir yaşam şeklini vurgulamaktadır. Öğrenci yurtları da bir yaşam şeklinin sonucunda oluşan bir konaklama yöntemidir (Mısırlıoğlu, 2014: 23).

Yurtta barınma sürecinin, yurtta kalan yükseköğrenim öğrencilerine sağladığı başlıca kazanımları bilgi paylaşımı, bireysel olgunlaşma, çevreyi ve insanları tanıma ve öğrenme, iyiyi ve kötüyü ayırt edebilme kabiliyeti, itimat etmeyi ve kolay güvenmemeyi öğrenme, tutarlı harcama yapabilme ve geniş arkadaş çevresi edinmedir (Öztürk, 2010: 8). Yükseköğrenim öğrencilerinin ortalama 4-5 yıllık yurtta kalma süresi boyunca, parçası oldukları bu fiziki dünyadan etkilenmemeleri imkansızdır (Ağaç vd., 2015:189-197).

Kurum yurtlarına kayıt kabulü, barınma usul ve esasları, 26 Ekim 1963 yılında yapılan Genel Kurulda kabul edilerek 1 Kasım 1963 yılında yürürlüğe giren 'Yurt İdare ve İşletme Yönetmeliği' ile belirlenmiştir. Bu hükme göre yurtta barınacak olan öğrencilerin kayıt kabul şartları; ailesinin, yurdun yer aldığı yerel yönetim sınırları içerisinde ikame etmemesi şartıyla (Yurtkur, 1998:103);

- Yüksek öğrenim kuruluşlarından herhangi birine kayıtlı olanlar,
- Sağlık durumu toplu alanlarda yaşamaya elverişli olanlar,
- Evlenmemiş olanlar ve yurttan iken evlenmiş bulunmayanlar,
- Yabancı uyruklu olan ve yukarıdaki nitelikleri taşıyan öğrencilerden ikametgah belgelerini yurt yönetimine verenler,
- Sabıkası bulunmayanlar yurtlara kabul edilebilmektedirler.

Öğrenim gören öğrencilerin Yurtkur yurtlarını özel yurtlara oranla fazlaca istemeleri bilinmektedir (Özgür vd., 2010). Bunun nedeni olarak; devlet yurtlarının fiyat bakımından daha uygun olması, üniversiteye yakınlığı, ailelerin bu kurumlara daha çok güvenmeleri ve güvenliğinin daha iyi olması gibi etmenler gösterilebilir (Gündoğdu, 2014) .

Yurtta kalan öğrenciler, idare tarafından belirtilen kurallara uymak zorundadır. Kurallara uyulmadığı zaman, gösterdikleri uyumsuzluk derecesine göre; uyarılma, kınama, yurttan geçici uzaklaştırma ve yurttan tekrar alınmamak üzere süresiz çıkarma cezası uygulanmaktadır (Yurtkur, 1998:107).

1.1.3.2. Beslenme Hizmetleri

Yurtların sunduğu imkanlar sadece barınmayla sınırlı değildir. Yurtkur tarafından yükseköğrenim gören öğrencilerin yemek ihtiyaçlarının giderilmesi için karşılıksız katkılar sağlanmaktadır (İkiz, 2008: 23).

Yurtlarda kalan öğrencilere piyasadan daha ucuz, kaliteli ve hijyenik şartlarda yemek ihtiyacının sağlanması için, yurtlara bağlı lokanta, kantin, kafeterya vb. işletmeler açılarak hizmet verilmektedir (Yurtkur, 1998:109).

Yemeklerin fiyatı, piyasadaki fiyatların ortalamasına göre en az %35 iskontolu halidir. Ayrıca mutfakta, depoda kullanılan araç ve gereçlerin kalitesi, sağlıklı şartlara uyumluluğu diyetisyenler veya yurt idaresi tarafından sürekli kontrol edilerek, öğrencilere yemekler tabldot veya alakart ile sunulmaktadır (www.yurtkur. gsb.gov.tr, 2017).

1.1.3.3. Kuruma Bağlı Küçük İşletmeler

Yurt bünyesinde kalan öğrencilere uygun fiyata, kaliteli, hijyen şartlarına uyumlu yiyecek hizmeti sunulması, başka ihtiyaçların daha uygun fiyata temin edilmesi için yurtlara bağlı lokanta, kafeterya, kantin, ayakkabı tamircisi, çamaşırhane, kırtasiye, terzi, kuaför, berber, internet vb. işletmeler açılıp, işletilmektedir. Küçük işletmeler, Kurumun kuruluşundan itibaren Yurtkur Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan ‘Küçük İşletmeler Statüsü’ kurallarına göre ve bu kurallar çerçevesinde belirlenen işleticiler tarafınca işletilmektedir (Yurtkur, 1998:109).

Lokanta işletmelerinde öğrencilere, 3.sınıf yemekhane tutarlarından %35, diğer işletmelerde, piyasa tutarlarından %25 oranda indirimli hizmet sunulmaktadır ve kantin işletmeleri fatura tutarından en çok %15 kar oranıyla satış yapılabilinmektedir (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2018). Kurum yurtları bünyesinde bulunan küçük işletmeler aşağıda Tablo 1.1’de gösterildiği gibidir.

Tablo 1.1: Yurtkur İçinde Yer Alan Küçük İşletmeler

Restorant-Kantin	752
İnternet cafe	7
Çamaşırhane	45
Kuaför	67
Berber	18
Fotokopi & Kırtasiye	39
Bilardo	1
Terzi	14
Spor Salonu	6
Otobüs Bilet Satışı	2
Ayakkabı Tamiri	1
Sinema&Tiyatro Salonu	1
Halı Saha	1
GENEL TOLAM	954

Kaynak: www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2017

1.1.3.4. Sağlık Hizmetleri

Kurum yurtlarında rahatsızlanan öğrenciler için her yurttan revir bulunmaktadır. Yurttan barınma süresi boyunca öğrenciler rahatsızlandıkları zaman tedavi için yurt idaresine başvururlardır (Yurtkur, 1998:108). Oluşabilecek acil sağlık sorunlarının tedavi edilebilmesi için yurtlara, İl Sağlık Müdürlükleri tarafından doktor, hemşire ve sağlık memuru görevlendirilmektedir. Ayrıca yurtların tamamında oluşabilecek basit

sağlık sorunlarının tedavisi için ilaç ve sağlık malzemelerinin bulunduğu ecza dolapları yer almaktadır (Kara, 2009; 41).

1.1.3.5. Psikolojik ve Sosyal Hizmetler

Psiko-sosyal servisler, yurttan barınan kişilerin ve gereksinimlerinin belirlenmesine, çözüm getirilmesine, üniversite, yurt ve çevresiyle olan karşılıklı uyumlarına; hayat şartlarının iyileştirilmesine destek veren birim olarak tanımlanmaktadır (İkiz, 2008:25).

Öğrencilerin sıkıntılarını ve Kurumdan beklentilerini belirlemek, kaldıkları yurtlara ve çevrelerine alışmalarını kolaylaştırmak amacıyla öğrencilere Rehberlik Hizmetleri verilmektedir. Bu hizmet, Bölge ve Yurt Müdürlükleri tarafından Üniversiteler ve Sosyal Hizmet Müdürlükleri ile işbirliği çerçevesinde sunulmaktadır. Yükseköğretime yeni başlayıp, yurtlarda barınan öğrencilerin memleketlerinden uzak olmaları ve yeni bir ortama girmeleri arkadaşlarına, bulundukları ortama, çevrelerine ve okullarına uyum sağlamalarını güçleştirmekte ve bu sorun Yurtkur tarafından düzenlenen Uyum(Oryantasyon) Programları ile giderilmektedir. Yurtlarda bu birimlerde çalışan Psikolog ve Sosyal Çalışmacılar; kişisel, sosyal, psikolojik, toplumsal, ekonomik konularda öğrencilerin her türlü sıkıntılarının giderilmesine katkı sağlamaktadırlar (Yurtkur, 1998:112-113).

1.1.3.6. Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Yurtlardaki sosyal ve kültürel faaliyetler, tiyatro, müzik, halk oyunları, el becerileri, geziler, satranç, fotoğrafçılık, konferans, bilgi yarışmaları, çeşitli kurslar, gençlik kampları, gençlik şenlikleri gibi faaliyetlerdir. Ayrıca yurtlarda futbol, hentbol, voleybol, boks, basketbol, masa tenisi, judo, yüzme, karate, atletizm, güreş vb. gibi sportif faaliyetler de düzenlenmektedir. Yurtlarda kalan öğrencilerin bu faaliyetlere katılımlarını sağlamak, özendirmek, teşvik etmek ve daha cazip hale getirmek amacıyla planlanan zamanlarda turnuva ve müsabakalar gerçekleştirilmektedir. Bölgelerarası ve yurtlararası düzenlenen yarışmaları kazanıp dereceye giren kişi ve takımlara çeşitli ödüller verilmektedir (Yurtkur, 1998:112). Bu hizmetler, yurdun fiziki durumunu göz önünde bulundurularak öğrencilerin istek ve kabiliyetlerine göre gerçekleştirilmektedir (Bozkurt, 2011:93).

Yıl içerisinde sporla ilgili faaliyetlere ait çalışmalara devam edilerek, yurtlar arasında yarışmalar düzenlenmekte, öğrencilerin diğer illerde düzenlenen yarışmalara katılımları da sağlanmaktadır. Bu müsabakalar Genel Müdürlük tarafından planlanmaktadır ve Bölge müdürlükleri tarafından her yıl birçok farklı branşta düzenlenmektedir (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2018).

1.1.3.7. Kütüphane Hizmetleri

Yurtlarda yaşayan öğrencilerin kültürlerini arttırmak adına kütüphane hizmetlerine oldukça önem gösterilmektedir. Öğrencilerin okuma alışkanlıklarını ilerletmek ve derslerine katkı sağlamak için, yurtlara kitaplık kurularak, kütüphaneler sürekli doküman, belge ve kitapla zenginleştirilmektedir. Satın almalar dışında Genel Müdürlükçe Üniversiteler, Belediyeler, Bakanlıklar, Valilikler ve Kaymakamlıklar tarafından bağış yolu ile elde edilen kitaplar, kütüphanesi veya kitaplığı olan yurtlara verilerek öğrencilerin hizmetine sunulmaktadır (Yurtkur, 1998:113).

1.1.3.8. Oryantasyon (Uyum) Programı

Yurtkur'a ilk kez kayıt yaptıran Türk vatandaşı ve yabancı ülkelere gelen öğrencilerin yurt ortamını tanımalarını ve yurt yaşantısına uyumlu olmalarını hızlandırmak amacıyla oryantasyon sürecinden geçmeleri sağlanmaktadır. Kayıt oldukları andan itibaren bu öğrencilere (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 20018);

- Yurdun fiziksel şekli,
- Yemek yardımı,
- Depozito ve yurt ücreti,
- Yurtların kuralları,
- Kültürel, sosyal ve sportif faaliyetler ile ilgili bilgiler paylaşılmaktadır.

Ayrıca öğrencilerin problemlerini söylemelerini teşvik etmek ve tespit edilen problemleri giderebilmek amacıyla uyum programı kapsamında ikinci ayda yurt müdürü veya müdürün görevlendirdiği müdür yardımcıları tarafından toplantı yapılmaktadır (www.yurtkur.gsb.gov.tr, 2018)

1.1.3.9. Kredi Hizmetleri

Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumunun kuruluş amaçlarından biri de devlet adına Yükseköğrenim gören öğrencilere maddi açıdan yardımcı olmak için öğrenimlerine destek vermektir. Bu destekler öğrenim kredisi, katkı kredisi ve öğrenci bursudur (Yurtkur, 1998: 87).

Öğrenim Kredisi: Önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerine öğrenim süresi boyunca verilen borç paradır. 1995 Mali Yılı Bütçe Kanunu ile 351 Sayılı Kanun kapsamında, değişiklik getirilerek kredi borçlarına DİE Toptan Eşya Fiyat Endeksindeki artışlara göre hesaplanacak miktarı getirilmiştir. 4160 Sayılı Kanunla tekrar değiştirilen 351 sayılı Kanuna dayanarak ilk defa 1997’de kredi alan öğrencilerle, sonraki yıllarda kredi alacakların borçlarına da DİE Toptan Eşya Fiyat Endeksindeki artışlar eklenmesi esası getirilmiştir. Kurumun 26.12.1993 gün ve 60. Olağan Genel Kurul Toplantısında Kredi Yönetmeliğinin 13. Maddesinin d fıkrasıyla sağlık nedeni dışında, sebep ne olursa olsun yüksek lisans ve doktora öğrencilerine öğrenim kredisi tahsis edilmesi öngörülmüştür. Öğrenim kredisi ödeme işlemleri 351 Sayılı Kurum Kuruluş Kanunu Kredi Yönetmeliği, Genel Kurul ve Yönetim Kurulu kararları kapsamında uygulanmaktadır. Her yıl öğrenim kredisi başvuruları, Yurtkur tarafından belirlenen zamanlarda yapılarak, basın-yayın yoluyla ve öğretim kurumları ile Yurtkur’un merkez ve taşra teşkilatı kanalı ile kamuoyuna duyurulmaktadır (Yurtkur’un Tarihçesi, 1998: 87). Öğrenim kredisi, ülke içerisinde yükseköğrenim gören öğrencilere maddi açıdan destek vermek, sosyal ve kültürel gelişimlerinde kolaylık sağlamak amacıyla devam ettikleri yükseköğrenim kurumlarının normal öğretimleri süresi boyunca mecburi hizmet yükümlülüğüne tabi olmayan borç paradır (İkiz, 2008:18). Vakıflar Genel Müdürlüğüne işletilen yurtlarda kalarak öğretimlerini tamamlayan öğrenciler, anne ve babası vefat etmiş olanlar, Yurtkur’un merkez, bölge ve yurt müdürlüklerinde anne ve/veya babası görev yapan veya Yurtkur’dan emekli olan personel ile Yurtkur’da görevlendirilmiş Yönetim Kurulu Üyelerinin çocukları ve şehit çocukları krediden öncelikli olarak faydalanmaktadır (Yurtkur’un tarihçesi, 1998: 88). Öğrenciler öğrenim süresi içerisinde veya öğrenim süresinden sonra öldükleri veya ikinci veya üçüncü derece sakat olduklarında tam teşekküllü bir hastanenin bu durumu tespit etmesi durumunda öğrencilerin var olan bütün borçları silinmektedir (www.mevzuat.meb.gov.tr, 2018).

Katkı Kredisi: Yükseköğrenim kurumları, öğrencilere için kültürel, sosyal ve sportif faaliyetler için katkıda bulunmak adına her sene Bakanlar Kurulu tarafından belirlenen miktarlarda katkı payı ödemesi yapmaktadır. Bu payı almak için öğrenci adına borç kayıt edilip, yükseköğrenim kurumlarına verilen para katkı kredisidir (İkiz, 2008: 19). Katkı Kredisi; öğrencilere 1985 yılından itibaren verilmeye başlanmıştır ve kurum tarafından ülke içerisinde yükseköğrenim gören T.C. uyruklu bütün öğrencilere verilen borç paradır. Öğrenciler, öğrencilik durumu devam ettiği sürece ve katkı kredisi almaya herhangi bir engeli bulunmadığı sürece, okuduğu üniversitenin normal öğretim süresi boyunca katkı kredisinden yararlanmaktadırlar. Katkı kredisi ödemeleri; öğrenci adına borç olarak kaydedilmek üzere (hazırlık, yabancı dil destek birimi vb.) öğrencinin öğrenim gördüğü üniversitenin hesaplarına ödenmektedir (Yurtkur, 1998: 92- 94).

Öğrenci Bursu: Yükseköğrenim hizmeti alan Türk vatandaşı öğrencilerinin, sosyal ve kültürel gelişmelerine kolaylık sağlamak amacıyla öğrenim gördükleri yükseköğretim kurumlarının normal öğretimleri süresi boyunca ihtiyacı olan kişilere ve eğitim hayatı boyunca başarılı olan kişilere karşılıksız verilmektedir (İkiz, 2008: 20). Öğrenciye herhangi bir problem olmaması durumunda okula devam ettiği süre boyunca burs verilmektedir. Öğrenciler burs alımı için başvurduklarında, öğrencilerin yükseköğretim kurumuna girdiklerindeki puana, okuldaki başarı puanlarına, her eğitim dönemi sonundaki başarılarına bakılarak verilmeye devam etmektedir. Kurum tarafından her yıl Eylül ayı sonuna kadar başarı durumları eğitim aldıkları kurumlardan istenerek, başarısız olanları ise her yıl Ekim ayının sonuna kadar kuruma söylenmektedir. Burs verilmeyecek öğrenciler; kurum tarafından daha önce öğrenim kredisi veya burs almış olan öğrencilere, yabancı uyruklu olanlara, ek süre öğrenim alan kişilere, burs alımı için başvuru zamanında, okula giriş tarihi itibarıyla bir öğretim yılı kaybı bulunan öğrencilere, askeri okul öğrencilerine, polis akademisi öğrencilerine, yüksek lisans öğrencileri içerisinde hazırlık sınıfında öğrenim gören öğrencilere burs verilmemektedir (www.mevzuat.basbakanlik.gov.tr, 2018).

1.2. ÖZEL YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİ YURTLARI

Özel yüksek öğrenim öğrenci yurtları genellikle şahıslar tarafından kar amacıyla şahıslar tarafından hizmete açılan kurumlardır (Kavuncu, 2010: 50). Yükseköğrenim

öğrencileri farklı yerlerde barınmaktadır. Barınma tarzının seçiminde birçok faktör ön plandadır (Filiz ve Çemrek, 2007).

Yükseköğrenim öğrencileri bir toplumun sosyolojik yapısının en aktif ve etkili kesimini oluşturmakla birlikte o toplumun geleceğinin de güvencesidirler. Yükseköğrenim öğrencilerinin büyük bir kısmı ailelerinden uzakta öğrenim görmek durumunda kaldığı için, son birkaç yılda üniversite sayısının artmasıyla öğrenci kontenjanlarının artırılması, öğrencilerin barınma ihtiyacını oldukça önemli bir noktaya taşımıştır (Ersoy ve Arpacı, 2003:21). Yurtlar, önemli oranda yatırım yapılan işletmeler olduğu için, pazarını oluşturan yükseköğrenim öğrencilerinin ihtiyaç ve beklentilerini tam karşılamalıdır, bu yüzden işletme biliminin ilke ve kurallarına uygun işletilmelidirler (Met ve Özdemir,2016:79-80).

Özel yurtlar, özel bireyler tarafından kar amacı ile oluşturulmuş yurtlardır. Bu yurtlar üniversitelerde öğrenimlerini sürdüren öğrencilerinin, barınma, sosyalleşme, yemek, düzenli ders çalışabilme gibi gereksinimlerini karşılamak amacıyla hizmet sağlamaktadır. Özel yurtlar ile üniversite yurtları ekonomik olarak karşılaştırıldığında daha dezavantajlı durumdadır. Diğer yandan, devlet yurtları ile özel yurtlar barınma olanakları açısından karşılaştırıldığında öğrencilere daha kısıtlı bir ortam sağlamaktadırlar. Bu nedenle devlet yurtlarının fiyatları, özel yurtlara göre daha uygun düzeydedir. Devlet yurtlarının fiyatları, ülke genelinde daha az farklılık göstermesine rağmen özel öğrenci yurtlarının fiyatları birçok etkene bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Güldiken ve Özekicioglu, 2005: 163).

Özel yükseköğrenim öğrenci yurtları; MEB'e bağlı yurtlar ve şahıs yurtları şeklindedir. Şahıs yurtları ise, apart daire tipi yurtlar ve otel tipi yurtlar şeklindedir.

1.2.1. MEB'e Bağlı Yurtlar

Özel yurtlar kar amacı taşıyan şahıslar tarafından açılıp, işletilen yurtlardır. Özel yurtlar, devlet yurtlarında sıkıntı yaşayan öğrenciler daha konforlu bir konaklama imkânı sunmak için açılmaktadır. Özel bireylere ait yurtların açılması, denetlenmesi ve kapatılması 5661 sayılı kanun (Resmi Gazete 7472: 1 Nisan 1950) hükümlerince Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yapılmaktadır (Tunç, 1995).Bu kanunun uygulanmasına

ilişkin Bakanlık görevleri valiliklere devredilerek yönetmeliklerle düzenleme yapılmıştır (Resmi Gazete 14381: 4 Aralık 1972, Resmi Gazete 20211: 17 Mart 1989).

T.C. uyruklu gerçek kişilerle özel hukuk tüzel kişilerine ait yükseköğretim yurtlarının açılması, işletme yönetimi, deviri, denetimi, nakli, kapatılması ile öğrenci disiplin işlerine ilişkin kuralları (Değişik:15/12/2009 - 2009/15692 B.K.K.) Yönetmeliği ile uygulanır. Bu Yönetmelik hükümleri, kamu kurumlarına ait yurtlar için uygulanmamaktadır. Yurt yönetimi: yurt müdürü, müdür yardımcısı ve yönetim memurundan oluşmaktadır. Ders yılının başladığı tarihten itibaren, ertesi ders yılının başladığı tarihe kadar geçen süre, öğretim yılını ifade etmektedir. Derslerin başladığı tarihten, derslerin kesildiği tarihe kadar geçen ve iki dönemi kapsayan süre ise ders yılını ifade etmektedir (Resmi Gazete 25659: 3 Aralık 2004).

Yurt ücretleri yılda bir kere belirlenmelidir. Her yurdun işletmecisi ya da sahibi, sunacağı hizmetleri ve hizmetin niteliklerini ilçe/il milli eğitim müdürlüğüne ve yurttaki barınan öğrencilere bildirmek zorundadır. Yurt işletmecisi; temmuz ayından geriye dönük olarak Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan Tüketici Fiyatları Endeksindeki (TÜFE) bir yıllık ortalama değişim oranı ilave edilerek belirlenen ücretin en fazla %10'u oranında ücret artışı yapabilmektedir (Resmi Gazete 25659: 3 Aralık 2004).

Özel yurtlara, kişisel bütçesi düşük olup Yurtkur'a başvurmasına rağmen yerleşemeyen veya kişisel kriterlerine göre özellikle tercih eden öğrenciler yerleşmektedir. Öğrenciler, yurdun öğrenci kapasitesi, hizmet şartlarına göre fiyatların uygunluğu, yurdun kalitesi, eşyaların konforu, yaşam alanı, internet olanağı, çalışma alanı genişliği, yatma alanı büyüklüğü, çamaşır yıkama kolaylığı, giriş-çıkış saatleri uyumu, izin alma durumu, oda arkadaşları tercihi, yurt güvenliği, idarecilerin başarı ve tecrübesi, yurdun genel imajı, yurttaki rahat etme ve yurttan memnun olma oranı yurdun üniversite ve şehir merkezine mesafesi vb. durumlarına göre özel yurda yerleşmektedirler. Özel yurt fiyatları Yurtkur'a göre daha yüksektir, kuralları ise daha esnektir. Bu açıdan bütçesi iyi olan öğrenciler daha rahat etme düşüncesiyle genellikle özel yurdu tercih etmektedir.

1.2.2. Şahıs Yurtları

Şahıslar tarafından kâr amacı ile açılan yurtlardır. Yurt yönetimi, tamamen yurdun işletmecisi idaresindedir. Yurt fiyatları yurdun bulunduğu bölgeye göre farklılık

göstermektedir. Kuralları özel yönetmelik kurallarına bağlı olarak istedikleri gibi belirleyebilirler. Öğrencilerin huzuru, rahatlığı, güveni, başarıları, kişisel ve sosyal gelişimi önem arz ederek, karlılık oranlarında yurtlar oluşturulmaktadır. Şahıs yurtları apart daire tipi yurtlar ve otel tipi yurtlar şeklindedir:

Apart Daire Tipi Yurtlar: Kendi şehirleri dışında yatılı okuyan öğrencilerin en büyük sorunu kalacak yer bulmaktır. Özel veya devlet yurtları konaklama konusunda tercih edilen yerlerdir. Bu yerlerde kendilerini güvende hissetme, rahat ders çalışma gibi faktörlere dikkat edilecek yerler seçilmelidir. Öğrencinin barındığı yerde sorunla karşılaşmaması, öğrencinin akademik başarısını olumlu yönde etkilediği ifade edilmektedir (Filiz ve Çemrek, 2007:207-223).

Otel Tipi Yurtlar: Otel tipi yurtlardaki odalar bir, iki, üç, dört kişilik şeklindedir. Bazı odalarda banyo ortak kullanım alanı iken, bazı odalarda banyo oda içerisinde. Odalarda ranza, yatak, masa, sandalye, koltuk, dolap, buzdolabı ve televizyon bulunmaktadır. Otel tipi yurtların ısıtma sistemi merkezi sistem şeklindedir. Sıcak su 7/24 saat bulunmaktadır. Dairelerde mutfak olmadığı için öğrencilerin yemek yapma imkanı bulunmamaktadır (Kara, 2009:70). Yemek ihtiyacı idare tarafından karşılanmaktadır. Yemek masrafı, elektrik, su, ısınma, doğalgaz, internet vb. fatura giderleri yurt ücretine dahildir. Öğrenciler kayıt sırasında yemekli paket programı tercih etmektedirler. Yurt ile öğrenci bir eğitim-öğretim yılı için sözleşme imzalanmaktadır. Öğrenci memnun kaldığında diğer yıl için sözleşmesini yenileyerek yurttan kalmaya devam etmektedir (Özgüven, 1992:6).

1.3. ÜNİVERSİTE YURTLARI

Üniversite yurtları, üniversitelerin kurulmasıyla beraber, üniversitelerin kampüslerine kurulan ve öğrencilerin beslenme, barınma, güvenlik vb. ihtiyaçlarına kendi bütçeleri ile ve öğrenciler tarafından alınan aidatlarla çözüm bulmaya uğraşan üniversitelere ait yurtlardır. Türkiye’de ilk kurulan üniversite yurtları ise Hacettepe, ODTÜ ve Boğaziçi Üniversitelerine aittir (Yurtkur 2001: 5).

Yurt ücretleri üniversitelere göre değişmektedir. Özel yurtlar, üniversite yurtları ile kıyaslandığında ekonomik açıdan daha dezavantajlı konumdadır. Devlet yurtları ise, özel yurtlarla karşılaştırıldığında imkânları daha kısıtlı konumdadır. Bu sebeple ücretleri,

özel yurtlar ile karşılaştırıldığında daha uygundur. Devlet yurtları, ülke genelinde fazla değişkenlik göstermemesine karşılık özel öğrenci yurtlarının ücretleri birçok etmene bağlı olarak farklılık göstermektedir (Güldiken ve Özekicioglu, 2005: 163). Yurtta barınan öğrenciler kaldıkları odalarını ve ortak alanları diğer öğrenciler ile paylaşmakta ve bu durum öğrenciler arasında arkadaşlık ilişkilerinin kurulmasını sağlamaktadır (Demirbilek, 2012: 3).

Üniversite yurtlarının organ yapısı Yurtkur'a benzer şekildedir. Bunlar; Yurtlar Yönetim Kurulu, Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Başkanlığı, Yürütme Kurulu ve Yurt Müdürleridir. Öğrencilerin genel ihtiyaçları kampüs içinde giderilmektedir. 1987 yılında Bilkent ve Hacettepe Üniversitelerinde özel olarak öğrenci misafirhaneleri açılmıştır (Tunç, 1995: 14).

Barınma yerleri, barınma ihtiyacı dışında öğrencilerin ders çalışmaları, etkileşimde ve iletişimde bulunarak sosyalleşmeleri, serbest zamanlarında aktivitelere katılma gibi bireysel ihtiyaçlarını gidermeleri açısından önem arz etmektedir (Karabacak ve Sayılı, 2016:197). Üniversitelerle ilgili ön araştırmalarını yapan öğrencilerin ve ailelerinin dikkate aldıkları bir çok kriter bulunmaktadır. Ancak en önde geleni okulun uygun konaklama olanaklarının olup olmamasıdır (Turan ve Ünsel, 2014:92).

1.4. VAKIF YURTLARI

Bu başlık altında vakıf yurtlarının anlamı, vakıfların çeşitleri, vakıfların doğuşundan bugüne gelişi, vakıfların gelişimi aşağıda detaylı bir şekilde incelenmektedir (Özkan ve Yılmaz, 2010: 155).

1.4.1. Vakıfların Anlam ve Önemi, Amacı ve Çalışma Alanları

Vakıf; toplumdaki yardımlaşma ve kültürel değerlerin tamamını içine alan, bunu uygulamaya koyan ve gönüllülük esasına dayandıran kuruluştur. Vakıf kurumları özünde fakire ve muhtaçlara yardımı amaçlayan, toplum içerisindeki sosyal ve kültürel nitelikteki faaliyetleri yürüten ve destekleyen Gönüllü bir Sosyal Güvenlik Kurumudur (Yurtkur, 1986:16).

Vakıf kurumları ilkeleri; başta fedakarlık olarak, yardımlaşma, dayanışma, uzlaşma, kaynaşma, paylaşımcı olma, mutlu olma, üretme, koruma vb.dir. Vakıflar; Türk

kültürünün ve inancının yansımasıyla belki de dünyada ilk olarak sosyal devlet kavramını oluşturmuştur. Kendi inancı dışında, birlikte olduğu tüm topluluklarda adaletli bir yönetimin ve toplumun sosyo-ekonomik ihtiyaçlarının giderilmesinde, etkili ve dengeli gelişmeyi sağlamak için insanlığa örnek olan bir kurumsal yapılaşmaya önderlik etmiştir. Bu yaklaşım yönü ile vakıf; varlığı bulunan şahısların, hür iradeleriyle, herhangi bir karşılık beklemeden, mal varlıklarının bir kısmını veya tamamını, muhtaçlar ile toplumun genel yararına olan ihtiyaçların giderilmesine tahsis etmeyi, fedakarlıkta sürekliliği sağlamayı kabullenen ve vakfiye adı verilen bir ölümsüz belge ile yapılması gerekeni öngören bir hizmetler sistemidir. Vakfiyeler yalnız vakıf hizmetlerinin nasıl yapılmasını değil, aynı zamanda hukuki, tarihi, toplumsal, coğrafi, iktisadi, manevi açılardan da kültürümüzü yansıtan bilgiler yönünden çok önemli bir hazine olmuştur (Yurtkur, 1986: 16).

Çeşitli amaçlarla oluşturulan vakıfların hizmet götürdüğü alanlara dikkat edildiğinde vakıfların amacının; ülke ve insanlara, maddi durumu elverdiği ölçüde her türlü maddi ve manevi açıdan destekleyerek, ‘Eğitim, özürllülerin, gençlerin ve kadınların sorunları, sosyal güvenlik ve dayanışma, istihdam, ekonomik yapının gelişimi, tarihsel ve kültürel değerlerin korunması, turizm ve imar, depremle mücadele gibi konularda yardımlarda bulunmak’ olduğu görülmektedir. Vakıfların amaçlarının gerçekleşmesi için çalışma yapılan alanlardan başlıcaları şu şekildedir; ‘Eğitim-ilim ve iletişim, çocuk-gençlik-kadın, ekonomi, hukuk, sosyal güvenlik-sosyal dayanışma-sosyal yardım, okul-öğrenci, mesleki dayanışma, personel-istihdam, özürllü-güçsüz, tarih-turizm-kültür-sanat-spor, sağlık-gıda, tarım-hayvancılık-orman, konut-imarıdır’ (Yurtkur, 1986.16).

Vakıf yurtları genellikle, polis yurtları, TSK’ya bağlı yurtlar gibi kamu kuruluşlarının kendi çocukları için oluşturdukları yerlerdir (Tunç, 1992: 17).

1.4.2. Vakıfların Amaçlarına Göre Çeşitleri

Vakıflar amaçlarına göre iki şekilde sınıflandırılmaktadır (Yurtkur, 1986:16):

- **Dar Amaçlı Vakıflar:** Bir veya birden fazla amaç için oluşturulmuş, kurucu sayısı beş kişiyi aşmayan ve maddi açıdan fazla bir mal varlığına gerek olmayan vakıflardır.

- Geniş Amaçlı Vakıflar: Birden fazla amacı gerçekleştirmek için kurulmuş, maddi açıdan hatırı sayılır bir malvarlığı gerektiren vakıflardır.

1.4.2.1. Mazbut Vakıflar

Direkt olarak Devlet (Vakıflar Genel Müdürlüğü) tarafından yönetilen ve bir bütün olarak tüzel kişiliğe sahip vakıflar Mazbut Vakıflardır (Yurtkur, 1986:16).

1.4.2.2. Mülhak Vakıflar

Her biri ayrı tüzel kişiliğe sahip olan Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün denetiminde, vakfiyelerin de yönetimleri kurucularının soyundan gelen kişilere şart edilmiş vakıflardır. Mülhak vakıflar, Hayri ve Zurri vakıflar olarak iki kısma ayrılmaktadır. Birinci kısım Hayri vakıflar; vakfin gelirinden öncelikle hayır şartının uygulanıp, gelirden artan olursa, artan kısmın genellikle vakfi oluşturanın çocuklarına bırakıldığı vakıflardır. İkinci kısım ise Zurri vakıflar; hayır şartı bulunmayıp, sırf vakfi kuranın çocuklarının yararlanması için kurulmuş vakıflardır (Yurtkur, 1986:17).

1.4.2.3. Esnafa Mahsus Vakıflar

Belirli meslek gruplarına hitap eden vakıflar esnafa mahsus vakıflardır. Esnafa mahsus vakıfların her biri ayrı tüzel kişiliğe sahiptir. Ülkemiz sınırları içerisinde 5348 Mazbut, 327 Mülhak, 161 Azınlık ve halen faaliyette olan 4391 yeni vakıf olmak üzere toplam 10.227 adet vakıf bulunmaktadır (Yurtkur, 1986:17).

1.5. HİZMET VE KALİTE KAVRAMI

Hizmetle ilgili literatürde ortak bir tanımlama bulunmamaktadır ve böyle bir tanımın geliştirilebilmesi de hizmet sektörünün doğası gereği oldukça zor olmaktadır. Hizmet kavramı sosyolojik ve ekonomik değişikliklere göre çok farklı biçimlerde ele alındığı için farklı tanımlamalara imkân açmaktadır. Adam Smith hizmeti 'maddi çıktısı olmayan faaliyetler' şeklinde ifade ederken, Marshall ise 'üretildiği anda tüketilen işlemler' olarak tanımlanmaktadır (Doğan ve Tütüncü 2003: 1). Hizmetlerin tanımlanması ile ilgili hızla gelişen teknoloji de diğer önemli bir engel teşkil etmektedir (Özer ve Özdemir 2007: 10-12).

Hizmet kavramının anlamı açısından mal kavramı ile aynı anlamda kullanıldığı yerler bulunmaktadır. Fakat hizmet ve mal kavramlarının tanımlanmasında bu iki kavram genelde birbirine karıştırılmaktadır. Mal kavramı hizmet kavramına kıyasla daha somut bir kavram şeklinde nitelendirilmektedir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde hizmet kavramının tanımı mal kavramına kıyasla daha soyut ve zor olmaktadır (Karataş, 2012:187). S. J. Skinner’e göre hizmet, birey ve makinelerin insan ve araç çabasıyla tüketicilere doğrudan fayda sağlayan, fiziksel varlığı bulunmayan uğraşlardır (Okumuş ve Asil, 2007:8).

Oxford Dictionary’de ‘mal üretmeyen, hizmet üreten’ endüstri hizmet endüstrisi olarak tanımlanmaktadır. Mal ise, ticari eşya, taşınır mal şeklinde tanımlanmaktadır. Bu açıdan, endüstriyel üretimin sunduğu malları ‘somut’ nitelikte, hizmet endüstrisi ise ‘soyut’ niteliktedir. Somutluk kavramı ise, dokunarak algılanan, kesin olan, anlaşılır ve düşsel olmayandır (Hope ve Mühlemann 1997: 3). Vargo ve Lusch çalışmalarında, özellikle somut mallarla, soyut hizmetin karşıtlıklarına dayanan tanımlamaları, bu kavramı aydınlatmaktan ziyade, daha çok sınırlandırdığını belirtmişlerdir. Bu türden tanımlamalara aşağıdaki gibi birkaç örnek gösterilebilmektedir (Vargo ve Lusch 2004: 325).

Edvardsson hizmetin tanımları ile ilgili yapmış olduğu taramada, hizmet kavramının farklı şekillerde tanımlanmış olduğu; faaliyetler, eylemler, süreçler ve etkileşimlerin de tanımlarda çoğunlukla kullanılan kavramlar olduğunu belirtmektedir (Edvardsson 2005: 128).

Tablo1.2.’de hizmet kavramına ilişkin farklı tanımlar yer almaktadır.

Tablo 1.2: Hizmetin Tarihsel Tanımları

Fizyokratlar (- 1750)	~~Topraksal~~ üretim <u>dışındaki tüm</u> faaliyetler
Adam Smith (1723- 90)	Somut bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetler
J.B. Say (1767- 1832)	Fayda, imalat dışı faaliyetler
~~Alfred~~ Marshall (1842- 1924)	Yaratıldığı anda varlık bulunan mallar
Batı Ülkeleri (1925-60)	Bir malın biçiminde değişikliği yol açmayan hizmetler
Çağdaş Tanım	Bir malın biçiminde değişikliği yol açmayan bir faaliyet

Kaynak: Öztürk, 2011:3

Quin ve çalışma arkadaşlarının belirttiği gibi hizmetler “çıktıları fiziksel olmayan, genellikle üretildiği anda tüketilen, tüketicisine rahatlık, eğlence, uygunluk, konfor ya da sağlık gibi aslında soyut değerler katan tüm ekonomik faaliyetleri içermektedir” şeklinde açıklanmaktadır. Hizmetlere yolcu taşımacılığı, sağlık hizmetleri, gıda hizmetleri, konaklama hizmetleri gibi kişilerle ilgili hizmetler, eşya onarım, araç bakım, temizlik gibi eşya ile ilgili hizmetler, eğitim, muhasebecilik, danışma, hukuki işler gibi enformasyona (bilgiye) dayalı hizmet gibi örnekler gösterilmektedir (Gümüsoğlu vd., 2007:11-14).

1.5.1. Hizmetin Sınıflandırılması

Hizmet çok farklı ve çeşitli çalışma alanlarında yer aldığından hizmetin sınıflandırılması oldukça önemlidir. Literatür kapsamındaki çalışmalara göre çeşitli kriterler baz alınarak hizmetin sınıflandırması için yapılan farklı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar Tablo 1.3’de verilmektedir.

Tablo 1.3: Hizmetlerin Sınıflandırma Çalışması

Yazar	Önerilen Sınıflandırma
Judd (1964)	1. Kiralama Hizmeti 2. Kişinin sahip olduğu mallar ile ilgili hizmet 3. Kişisel deneyimler
Rathmell (1974)	1. Satıcıya göre hizmet 2. Alıcıya göre hizmet 3. Satın alma motivasyonuna göre hizmet 4. Satın alma tarzına göre hizmet 5. Sunulan ürünün özelliklerine göre hizmet 6. Kanunlar tarafından düzenleme seviyelerine göre hizmet
Shostack (1977)	1. Herhangi bir ürün paketinde fiziksel malın ve dokunulmaz hizmetin oranı
Sasser vd. (1978)	1. Soyut 2. Somut
Hill (1977)	1. Kişileri veya malları etkileyen hizmet 2. Hizmetin birey ya da mallar üzerinde yarattığı geçici/kalıcı etkiye göre hizmet 3. Etkinin tersine çevrilebilmesine göre hizmet 4. Etkinin niteliğine göre; fiziksel/ beyinsel 5. Bireysel/kolektif hizmet
Thomas (1978)	1. Temel olarak ekipmana dayalı hizmet • Otomatik makinelerle sunulan hizmet • Niteliksiz/ Nitelikli iş gücünün kullanıldığı makinelerle sunulan hizmet 2. Temel olarak insana dayalı hizmet • Niteliksiz iş gücüne dayanan hizmet • Nitelikli iş gücüne dayanan hizmet • Profesyonel iş gücü gerektiren hizmet
Chase (1978, 1981)	1. Yüksek etkileşimli 2. Düşük etkileşimli

Tablo 1.3: (devam) Hizmetlerin Sınıflandırma Çalışması

Yazar	Önerilen Sınıflandırma
Grönross (1979)	1. Hizmetin türü -Profesyonel hizmetler - Diğer hizmetler 2. Müşteri cinsi -Bireyler -Örgütler
Armistead (1987)	Müşteriye ulaştırma biçimine göre hizmet; 1. Hizmet işletmesinde sunulan hizmet 2. Tüketicinin çevresinde sunulan hizmet
Mills ve Margulies (1980)	1. Etkileşimde güven sağlamanın esas olduğu hizmet 2. Etkileşimde görev yapmanın esas olduğu hizmet 3.Etkileşimde kişinin içsel mutluluğunu ve huzurunu sağlamanın esas olduğu hizmet
Kotler (1980)	1. İnsana ya da ekipmana dayanarak sunulan hizmet 2. Tüketicinin olduğu yerde bulunmasının önem derecesi 3. Bireysel ihtiyaçları 4. Özel ya da kamu hizmeti
Lovelock (1980)	1. Hizmete karşı talebin özellikleri 2. Hizmetin içeriği ve faydaları 3.Hizmet ulaştırma prosedürleri
Troxell (1981)	1. Hizmetin kullanım sıklığı 2. Hizmetin kullanım süresi
Chase ve Aquilano (1981)	1. Saf 2. Karışık 3. İmalat benzeri hizmet
Lovelock (1983)	1. Hizmetin özelliği 2. Hizmet işletmesi ile tüketicileri arasındaki ilişki tarzı 3. Hizmet veren elemanların esneklik ve inisiyatif derecesi 4.Hizmetin arz ve talep bakımından önemi 5. Hizmetin tüketiciye ulaştırılma şekli
Baumoll (1984)	1. Direk bireysel hizmet 2. İkame edilebilir bireysel hizmet 3. Geniş alanlı hizmet 4. Yaygın direk hizmet
Schmenner (1986)	1. Etkileşim ve hizmetin kişiye özel olma derecesi 2. Emek yoğun derecesi
Wandermerve ve Chandwick (1989)	1. Tüketici etkileşiminin derecesi 2. Malların görelî olarak bulunma derecesi • Pur hizmet • Mallara sarılı hizmet • Mallar aracılığıyla ulaştırılan hizmet
S. Chemenner (1990)	1. Hizmet fabrikaları 2. Hizmet mağazaları 3. Yığın hizmet 4. Profesyonel hizmet
Halis (2001)	1.Kişilerle ilgili hizmet 2.Eşya ile ilgili hizmet 3.Enformasyona(bilgiye) dayalı hizmet

Kaynak: İçöz, 2005:13-14; Seyran, 2008: 28; Öztürk 2011:34-35; Özer ve Özdemir 2007:13-14.

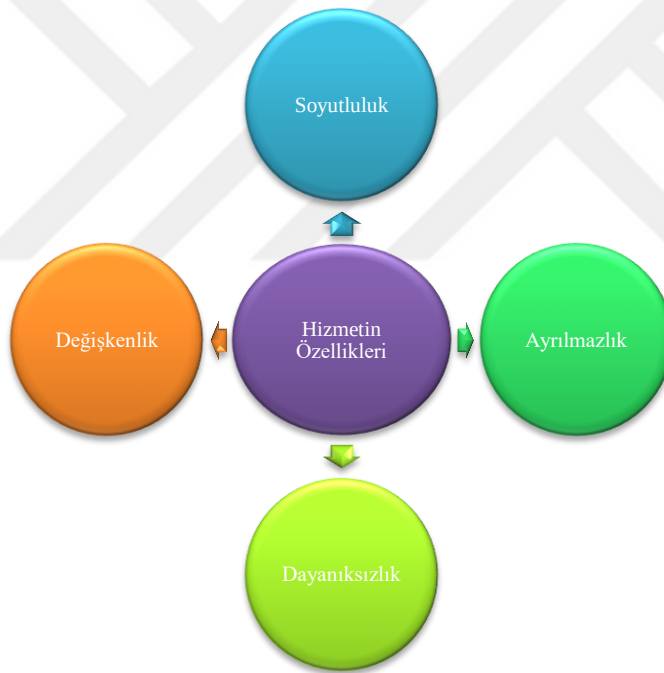
1.5.2. Hizmetin Özellikleri

Hizmet kavramının diğer kavramlardan farklı nitelikleri bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Küçükaltan, 2007: 29-37):

- Üretilen ürün soyuttur.
- Hizmeti meydana getiren elemanlarda sahiplik bulunmamaktadır.
- Hizmet üretimi ve tüketimi aynı anda olmaktadır.
- Hizmet tüketimi hizmetin üretildiği ortamda olmaktadır.
- Emek yoğun üretime sahiptir.
- Standartlık yoktur.

Mal ve hizmet arasında 4 adet ortak nokta vardır. Bunlar; soyutluluk, ayrılmazlık, heterojenlik, dayanıksızlıktır (Özer ve Özdemir, 2007:16). Bunlar Şekil 1.2.'de gösterilmektedir.

Şekil 1.2: Hizmetin Özellikleri



Kaynak: Özer ve Özdemir 2007: 16-22.

1.5.2.1. Soyutluluk

1997 yılında Kotler, ürün ve hizmetin farklı olduğunu ve bu farklılığı temelinde ise hizmetin soyut olmasına bağlamıştır. Hizmet, önceden satın alınmaz, tadına bakılamaz ve hissedilemez. Tüketici satıcıdan almadan önce, hizmetin kendisine sunacağı faydayı bilememektedir (Keskin, 2013: 36).

Hizmet fiziksel bir ürün değildir. Hizmet hakkında ipuçlarına bakılmaktadır. Bu amaçla, tüketiciler hizmetin verileceği ortamın fiziksel koşulları, hizmeti verecek çalışanın dış görünümü, araç ve gereçlere, mevcut tüketicilerden yararlanmaktadır (Yılmaz, 2007:12). Hizmette, ürünleri birbirinden ayıran birinci ölçüt soyut olmasıdır. Bu kavramı ilk kez kullanan J.B.Say'dir (Lovelock ve Gummesson 2004: 24).

Bateson (1979)'un da belirttiği gibi soyutluk, hizmeti maldan ayıran en temel özelliktir ve tüm diğer ayırıcı özellikler de (ayrılmazlık, heterojenlik, dayanıksızlık) soyutluktan kaynaklanmaktadır. Hizmeti fiziksel olarak elde etmek imkânsızdır. Hizmetten elde edilen fayda deneyime dayanmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007: 16).

1.5.2.2. Ayrılmazlık

Ayrılmazlık özelliği, hizmetin üretildiği ve tüketildiği zamanın ayrılmaz olması ile tüketicinin de hizmet üretim aşamasından ayrılamaz olması yönlerini açıklamaktadır. Hizmet sunucusu, hizmeti genellikle hizmetin tam veya kısmi kullanılmasıyla aynı anda meydana getirmekte veya sağlamaktadır. Hizmetin üretim süreci yüksek oranda görünür nitelikte olduğu için de hatalar ve kalite noksanlıklarının depolanması imkansızdır. Tüketicinin üretim sürecine dahil olması, üretimin kontrolü ile alakalı problemleri de yükseltmektedir (Ghobadian vd. 1994:45). Hizmet sunucusu hizmet ürününü gerektiği şekilde sunması için ikinci bir ihtimali bulunmamaktadır. Çünkü sunulan hizmet ürünlerinin; somut ürünlerin tersine, çeşitli sebeplerle (tüketici memnuniyetsizliği, beğenilmeme vb. gibi) iade edilmesi veya değiştirilmesi mümkün olamamaktadır (İçöz, 2005: 48). Hizmetin, ürünlerin ulaştırıldığı biçimde dağıtım kanallarıyla tüketiciye ulaştırılması mümkün olamamaktadır. Tüketiciler ya hizmeti alacağı yere ya da hizmet verecekler tüketiciye ulaşmaktadır. Bu da hizmetin dağılımının ürünlerde olduğu gibi değil, bunun aksi yönünde işlemesine sebep olmaktadır (Özer ve Özdemir, 2007: 19).

1.5.2.3. Heterojenlik

Hizmet, tüketiciyle hizmet sunanı yüz yüze getirmektedir. Tüketicinin değişik karakteristik özelliklere sahip olmasından dolayı hizmetin standartlaşması söz konusu değildir. O yüzden hizmetin kişisellik özelliği kaliteyi olumlu etkilemektedir (Akbayrak, 2005:16). Heterojenlik veya homojen olmama özelliği, hizmetin

standartlaştırılamamasını belirten önemli bir durumdur (Lovelock ve Gummesson 2004:27; Zeithaml ve Bitner 2003:21).

İnsanın üretime dâhil olma düzeyi, hizmet üretiminin standardizasyonu ile direkt alakalıdır. İnsanın üretime dâhil olma düzeyi arttıkça, hizmetin sunumundaki değişkenliği arttırmaktadır (Doğan ve Tütüncü 2003:5).

Nicoulaud'un belirttiği gibi hizmette homojenliğin noksanlığı, tasarım, üretim ve teslim süreçlerinde tüm ürün geliştirme aşaması boyunca çeşitli güçlükler oluşturmaktadır. Bu durum hizmet işletmelerinin çıktılarının, üretim işletmelerinin çıktılarından çok daha güçlükle kontrol edilmesine sebep olmaktadır. Hizmet herkese göre farklılık taşımaktadır. Hizmet bir performans olarak nitelendirilmektedir (Keskin,2013: 37-38).

Tüketiciler, genellikle hizmeti veren çalışanla verilen hizmetin kendisini eş değerde tutmaktadır. Çalışanın performansı da her an değişim göstermektedir. Sunulan hizmetin değişkenlik göstermesinin diğer bir sebebi de, her tüketicinin farklı isteklerinin ve tecrübelerinin bulunmasıdır. Bu sebeple verilen hizmet değişken olmaktadır (Oral ve Yüksel 2006:11).

1.5.2.4. Dayanıksızlık

Dayanıksızlık kavramı, soyutluk özelliğinin sonuçlarından biri olarak da nitelendirilmektedir. Hizmet stoklanamamaktadır. Üretildikleri anda tüketilmelidir. Ertelenen hizmet fayda sağlayamamaktadır. Örneğin, insan acıktığı anda yemek yemek istemektedir. Bu hizmet ertelenebilmekte veya bekletilebilmektedir; fakat geçen zaman süresi sonunda hizmetin önemliliği ve sağlayacağı fayda azalır veya tamamen yok olmaktadır (Özer ve Özdemir 2007: 22).

Hizmet dayanıksız olduğu için depolanamamaktadır. Hizmette kalite kontrolünü gerçekleştirmenin imkânsız olduğu görülmektedir ve hizmet sunucusunun her zaman ilk seferinde doğru hizmeti sunmasını zorlaştırmaktadır. Başka bir açıdan bakıldığında ise, dayanıksızlık özelliğinin sonucunda, hizmetin ürünlerdeki gibi son kalite kontrolünün yapılması mümkün olmamaktadır (Ghobadian vd. 1994: 45).

1.5.3. Kalite Kavramı

Kalite kavramı, boyutları farklı olmasına rağmen üretim ilişkileri ile birlikte doğmuş ve tarih boyunca oldukça ilgi duyulan bir konu olarak süregelmiştir (Karaca, 2008:62).

Kalite terimi insanların ve sistemlerin ‘hata yapmaması’ ve ‘mükemmeli sağlama gerçeğinden” oluşturulmaktadır (Pınar, 2007: 39).

Kalite denilince akla ilk gelen; belli standartlara uygun, güzel, gelişmiş gibi sıfatların ötesi olmasıdır. İşletmelerin sürdürülebilir bir rekabet ortamı yaratabilmesi için kalite kavramı ön planda tutulmaktadır. Kalite kişilere sorulduğunda, birine göre dayanıklılık, birine göre garanti, bir diğerine göre ise pahalı gibi anlamlar taşıyabilmektedir (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 39-44).

Kalite, mutlak anlamda en iyi demek anlamına gelmemektedir. Bunun yerine Optimum (En uygun) kalite kavramı esas alınmalıdır. Kalite kadar üretkenlik de oldukça önemlidir, Üretkenlik, her bir girdi için daha çok çıktı sağlamak yerine, her girdi için daha iyi kalitede ürün ve hizmet çıktısı gerçekleştirmektir (Sav, 2008: 6).

Kalite belirli standartları ifade etmektedir ve bu standartları gerçekleştirmek için belirli yöntemleri kapsamaktadır. Kalite tam olarak bir değer yargısı olup, göreceli olarak değiştiğinden üniversitelerin, diğer kuruluşların, toplumun beklentilerini karşılayacak nitelikte olmalıdır (Kalaycı, 2008: 166).

Kalitenin ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Farklı biçimlerde algılanması, kalite konusunda çok fazla tanım yapılmasının ve ortak bir tanım üzerinde durulamamasının nedenidir. Farklı kalite tanımlarına örnek pek çok tanım gösterilebilir. Bunlardan çok yaygın olarak kullanılan literatürdeki bazı tanımlar Tablo 1.4’de belirtilmektedir.

Tablo 1.4: Kalite Tanımları

Yazar, Ulusal ve <u>Uluslar</u> arası Kuruluşlar	Kalite Tanımı
<u>Deming</u>	Kalite, gereksinimleri tatmin edebilme kapasitesidir.
<u>Gilmore</u>	Kalite, özel bir ürünün, özel bir tüketicinin gereksinimlerini karşılama derecesidir.
<u>Crosby</u>	Kalite koşullara uygunluktur.
<u>Feigenbaum</u>	Kalite kullanılmak olan bir ürünün veya hizmetin tüketicinin beklentilerine yanıt verebilmesini sağlayan pazarlanabilir, üretim ve bakım karakteristiklerinin toplamıdır.
<u>Price</u>	<u>ilk</u> defada doğruyu yapmaktır.
<u>Parasuraman</u> <u>Zeithaml ve Berry</u>	Kalite, tüketicilerin hizmeti almadan önceki beklentileri ve hizmetten yararlanmalarından sonraki aşamalarında oluşan beklentiler ve algılanan performans farklılığının yönü ve derecesi olarak tanımlanmıştır.
<u>Deming</u>	Kalite, mevcut ve gelecekteki tüketici gereksinimlerini karşılama için gayret etmektir.
<u>Juran</u>	Kalite amaca ve kullanıma uygunluktur.
<u>Barutçugil</u>	Kalite, belirli bir tüketici kitlesinin gereksinimlerini belirli bir süre için en iyi biçimde karşılayan, yeterli ve doyurucu kullanım olanağı sağlayan mal veya hizmetin özelliklerinden oluşmaktadır
<u>Kavrakoğlu</u>	Kalite, tüketicinin gerçek gereksinimini iyi bilip bunu karşılamaktır.
<u>Kano</u>	<u>insan</u> gereksinimlerinin karşılanması ve hatta aşılmasıdır.
<u>Stewart</u>	Kalite, objektif ve <u>subjektif</u> özelliklerden oluşur.
<u>Ishikawa</u>	Kalite kontrol uygulamalı, en ekonomik, en kullanışlı ve tüketiciiyi daima tatmin eden kaliteli ürünü geliştirmek, tasarımı yapmak, üretmek ve satış sonrası hizmetleri vermektir.
<u>Oral</u>	Kalite mevcut veya doğabilecek tüketici ihtiyaçlarının ve isteklerinin karşılanması, sunulan hizmetin performansının iyileştirilmesi ve verimliliğin artırılması, işletme maliyetlerinin kontrol süreci ile maliyetlerinin düşürülmesi amacıyla kullanılan stratejik bir araçtır.
<u>Taguchi</u>	Tasarım özelliklerine uygunluktur.
<u>Amerikan Kalite Kontrol Derneği (ASQC)</u>	Bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerinin tümüdür
<u>Avrupa Kalite Kontrol Organizasyonu (EOQC)</u>	Belli bir malın, hizmetin, tüketicinin isteklerine uygunluk derecesi.
<u>Alman Standartlar Enstitüsü (DIN)</u>	Bir ürünün öngörülen ve şart koşulan gereklere uyum yeteneğidir.
<u>Japon Sanayi Standartları Komitesi (JIS)</u>	Ürün ya da hizmeti ekonomik bir yoldan üreten ve tüketici isteklerine yanıt veren bir üretim sistemidir.
<u>TSE (TS-ISO 9001-2008)</u>	Bir ürün ya da hizmetin belirlenen veya olabilecek gereksinimleri karşılama yeteneğine dayanan özelliklerin toplamıdır.
<u>Weinberg</u>	Kalite kişiye göre algılan değerdir.
<u>American Society for Quality</u>	Kalite herkese göre tanımı değişen <u>subjektif</u> bir kavramdır.
<u>Ellis</u>	Kalite, kendi başına belirsiz bir terimdir; ama <u>standartlar</u> ve mükemmellik kelimeleriyle bir araya gelince güçlü bir anlam ifade eder.
<u>Fields</u>	Belirtilen veya belirlenen bir gereksinimin karşılanmasında bir ürün veya hizmetin üstünde taşıması gereken özelliklerin tümü kalitedir.
<u>Greenwood</u>	Kalite, belirlenmiş ve yerine getirilmesi onaylanmış tüketici gereksinimlerinin tatmini olarak tanımlanmıştır
<u>Sözlük</u>	Kalite, bir mal ya da hizmetin özelliğinin ve sunumunun var olan ya da ileride gerek duyulabilecek tüketici gereksinimlerini karşılayabilme yeteneğidir.

Kaynak: Dikeç, 2015: 76-77; Pınar, 2007: 39-40; Talih ve Gülenç, 2011:263; Eğitimde Kalite Sözlüğü s.83.

Tablo 1.4.'teki kalite tanımlarındaki ortak nokta, beklentileri karşılama ve aşma kavramları olmuştur. Bu tanımlamalar aslında sürekli gelişmeyi ifade etmekte ve insan beklentilerinin her karşılandığında daha da yükselme eğilimi gösterdiği ifade edilmektedir. Çünkü teknoloji, değişen şartlar ve ihtiyaçlar kaliteye farklı boyutlar kazandırmaktadır. Kalite, mevcut beklentileri karşılayan veya aşan ürünler, hizmetler, insanlar, süreçler ve çevre ile ilgili dinamik bir kavramdır (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 41).

1.5.3.1. Kalitenin Özellikleri

Kalitenin çeşitli kapsamları kalite kavramını anlaşılması güç duruma getirmektedir. Örneğin, D.Garvin (1984) göre kalitenin sekiz özelliği bulunmaktadır (Pınar, 2007: 41);

- **Performans:** Üründe yer alan birincil özellikler, yani ürün ya da hizmetin fonksiyonunu gerçekleştirebilme kabiliyetidir. Örneğin, bir araç 20 saniyede 100 km.'ye kadar hız yapabileceğini vaad ediyorsa, bu sürata ulaşmasıdır veya bir bilgisayarın bellek gücüdür.
- **Diğer unsurlar:** Ürünün veya hizmetin alımlılığını temin eden diğer özelliklerdir. Ürünün esas görevinin dışında yer alan fakat ürünün kalitesini bütünleyen diğer özellikleridir. Misal otomobil rengi gibi bir özelliğidir.
- **Uygunluk:** Belirtilen kriterlere, dökümanlara ve standartlara uygunluktur.
- **Güvenilirlik:** Mamülün kullanım süresi içinde performansın devamlılığıdır. Bu da ürünün kriterlerinin ve kalite özelliklerinin varlığına ve taahhüt edilen zaman içerisinde süreceleceğine duyulan güveni tanımlamaktadır. Mesela çay paketinin üzerinde 500 gr yazıyorsa paketin içeriğinin ağırlığı tam olarak 500 gr olmalıdır.
- **Dayanıklılık:** Mamülün uzun ömürlülüğüdür.
- **Hizmet görürlük:** Şikayetlerin hızlı çözülebilir olmasıdır ve satış sonrası hizmetler de denilmektedir.
- **Estetik:** Mamülün cazibesi ve duyulara seslenebilme kabiliyetidir ve ambalaj, göze hitap etme kriterlerini kapsamaktadır.
- **İtibar:** Mamülün veya diğer üretim departmanlarının geçmiş performansdır ve marka olarak mamülün garanti edebilmesidir.

1.6. HİZMET KALİTESİ

Sanayi devriminden 1980 yılına kadar mamül kalitesi öncelik olmuş, fakat bu dönemden sonra hizmet alanının hızlı ilerlemesiyle beraber hizmet kalitesine daha fazla dikkat edilmeye başlanmıştır. Basın yayın ve gelişen teknolojik etkenler aracılığıyla sürekli bilinçlenen tüketici anlayışı, hatalı ürün ya da hizmete tepki vermektedir. Bu tepki doğrultusunda, üretici firmalar, tüketicinin ihtiyaçlarını gidermek, beğenisini kazanmak ve piyasada rekabet koşullarında gücünü artırmak veya devamlılığını sağlayabilmek için kaliteyi önemsemek zorundadır (Karataş, 2012:186).

Bu bölümde hizmet kalitesinin tanımları, hizmet kalitesi ölçümü, hizmet kalitesi boyutları, hizmet kalitesi özellikleri ve hizmet kalitesi modellerinden bahsedilmektedir. Hizmet kalitesini etkileyen etkenleri, hizmet veren personeli etkileyen değişkenler, tüketiciyi etkileyen değişkenler ve tüketiciyi ve hizmet sunan personeli etkileyen ortak değişkenler olarak detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

1.6.1. Hizmet Kalitesi Tanımı

Bir hizmet üreticisini diğer bir hizmet üreticisinden ayırt eden kriterlerin başında, tüketicinin istekleri doğrultusunda rakiplerinden daha iyi kalitede hizmet sağlaması ve sunması gelmektedir. Tüketiciler sürekli kendilerine sunulan hizmet ile beklentilerine hitap eden hizmeti kıyaslamaktadırlar. Tüketici aldığı hizmet beklentisinden daha yüksekte bir hizmet kalitesi aldıysa, tüketici üzerinde bağımlılık yaratıp o hizmete doğrudan yönelmektedir. Tüketicinin bu davranışlarını değerlendiren hizmet sektörleri sürekli kendilerini yenileyerek rakiplerinde bir adım öne geçme mücadelesi içerisine girerek farklılıklarını ortaya koyup rekabetteki üstünlüklerini ön plana çıkarmaktadırlar. Bu yüzden hizmetin amacından çok veriliş şekli dikkate alınmaktadır (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 41). Herhangi bir sanayi kuruluşunun veya hizmet sektörünün hizmet kalitesi, performansının önemli bir göstergesidir (Eroğlu, 2013: 30). Hizmetin kendine has özellikleri olduğu için hizmet kalitesini tanımlamak oldukça güçtür (Takan, 2001:44).

Hizmet kalitesinin tanımı üç şekilde yapılmaktadır. Birinci tanıma göre hizmet kalitesi, tüketicinin beklentileriyle sunulan hizmet performansının kıyaslanmasıdır. İkinci tanım ise tüketici, hizmet, kalite ve düzeyler gibi kavramların tanımlanmasını

sağlamaktadır. Tüketici, hizmeti kullanmak amacıyla ödemeyi yapan kişidir. Hizmet üretimi fiziksel çıktı olmayan temel ya da tanımlayıcı bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Kalite, rekabet edilenlerden daha üstün olan bir ürün ya da hizmetin tüketici yönünden algılanan soyut ve somut özellikleridir. Düzeyler ise, tüketici tarafınca kalite seviyelerini ölçen, yön veren ve değerlendiren bir ölçme sistemidir. Üçüncü tanım ise, mükemmel hizmet kalitesinin belirlenmesinde ve idare edilmesinde hatalara yol açan boşlukları açıklamaktır (Çiftçi, 2006:14-15).

Hizmet kalitesi kavramında iki taraflı bir olgu mevcuttur. Birisi hizmeti alan taraf, diğeri hizmeti veren taraftır. Her iki taraf açısından hizmet kalitesi, farklı yönlerde gelişerek meydana gelmektedir. Hizmet alan taraf, ihtiyacı giderilmesi gereken taraftır ve hizmet alan için kalite, hizmette isteklerini bulabilmesidir. Hizmet veren ise; bu gereksinimi giderme yeteneği olan taraftır ve bu taraf için kalite, hizmeti zamanına uygun, standartlarına göre sunabilmek ve bunu en düşük maliyetle gerçekleştirerek kar elde etmektir (Takan, 2001:4).

Hizmet kalitesi kavramını tanımlamak zor olsa da, işletmelerin farkında olması gereken kalite, hizmet sunucusu veya üreticisi tarafından değil, tüketici tarafından tanımlanmaktadır (Üzerem, 1997:34). Örneğin; yurtda barınan bir öğrenci yurt hizmetlerinden memnun olabilir. Ancak başkaları bu hizmet biçiminin çok kötü olduğunu düşünürse bu, hizmet kalitesinin kötü olduğunu gösterir. Tüketicinin isteklerini karşılayamayan hizmet, tüketici kaybına neden olmaktadır.

Hizmet kalitesi herkes tarafından artık önemli bir hale gelmiştir. İşletmelerin rekabetle mücadele etmelerinde hizmet kalitesi farklılık yaratmada yardımcı olacaktır. Hizmet kalitesi anlayışıyla hatalar düzeltilecek ve kalite artacaktır (Zengin ve Erdal, 2000: 50).

1.6.2. Hizmet Kalitesi Ölçümü

Hizmet kalitesinin ölçülmesi, hizmeti oluşturan unsurlardan, hizmetten faydalananların ne derece memnun olduğunu göstermektedir. Hizmet kalitesi, tüketicilerin hizmetten beklentileri ile hizmet aldıktan sonraki algılamaları arasındaki farktır (Yılmaz, 2011:183-193).

İşletmelerin rekabet fırsatı elde edeceği en geçerli yol, rakiplerden daha kaliteli hizmet üretmek ve böylece tüketici beklentilerini karşılayabilmektir. Hizmet soyut, dayanıksız, stoklanamaz ve değişken olduğundan kalitesinin ölçülmesi ürün kalitesini ölçmeye kıyasla daha güçtür. Buna rağmen bir hizmet sunucusu tüketiciler tarafından nasıl değerlendirildiğinin farkında olmak ve tüketici beklentilerini daha iyi belirleyebilmek için hizmet kalitesini ölçmek zorundadır. Hizmet kalitesinin ölçülmesi de ancak tüketici memnuniyetinin belirlenmesiyle mümkündür (Yılmaz vd., 2007:234). Bu ölçüm tüketicilerin tekrar o ürünü veya hizmeti almak istemesiyle, daha yüksek bir fiyat ödemeyi kabul etmeleriyle doğrudan ilişkilidir (Dölarslan ve Özer, 2014: 35).

Tablo 1.5.'te, yapılan araştırmalara göre literatürdeki hizmet kalitesi ölçüm modelleri ve boyutları verilmektedir.

Tablo 1.5: Literatürde Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri ve Boyutları

Yazarlar	Hizmet Kalitesi Modellerinin Yapısı ve Boyutları
Grönross (1984)	Nordik Modeli • Teknik kalite • İşlevsel kalite • Firma imajı
Lehtinen ve Lehtinen (1983)	• Fiziksel kalite • Firma kalitesi • Etkileşimci kalite
Parasuman vd., (1985)	SERVQUAL Ölçeği • Güvenilirlik (reliability) • Duyarlılık (responsiveness) • Yeterlilik (assurance) • Anlayış (empathy) • Hizmetin somut unsurlarıdır (tangibles)
Cronin ve Taylor (1992)	SERVPERF Ölçeği
Teas (1993)	Performans Değerlendirme Modeli
Rust ve Oliver (1994)	Üç Bileşenli Hizmet Kalitesi Modeli • Hizmet ürünü • Hizmet dağıtımı • Hizmet ortamı
Dabholkar vd., (1996)	Perakende Mağazalarda Hizmet Kalitesi Modeli • Fiziksel görünüm • Güvenilirlik • Kişisel etkileşim
Brady ve Cronin (2001)	Hiyerarşik Çok Boyutlu Hizmet Kalitesi Modeli • Kalite etkileşim kalitesi: - o Tutum - o Deneyim • Fiziksel çevre kalitesi: - o Tasarım, - o Çevre koşulları - o Sosyal faktörler • Çıktı kalitesi: - o Bekleme süresi

Kaynak: Kazançoğlu, 2011:134.

1.6.3. Hizmet Kalitesi Boyutları

Hizmet kalitesinin ürün kalitesine kıyasla açıklanması daha güçtür. Hizmet kalitesi tek boyutlu bir kavram değildir ve hizmet kalitesinde gerçekleşecek olan artış hizmetin farklı boyutlarında oluşabilecek kalite artışlarının bir bileşimi olmaktadır. Hizmet kalitesi boyutları hakkındaki çeşitli araştırmacıların görüşleri şu şekildedir (Öztürk, 1996:70):

- Christian Grönroos (1984): Teknik kalite, Fonksiyonel kalite
- Lehtinen (1983) : Fiziksel kalite, Etkileşimci kalite, Firma imajı
- Parasuraman vd. (1985): Teknik kalite, Güvenilirlik,
- Sasser vd. (1978): Materyal düzeyi, Tesisler, Personel
- **Christian Grönroos'ın hizmet kalitesi boyutları hakkındaki görüşleri:** Grönroos'un hizmet kalitesi ile ilgili geliştirdiği hizmet kalitesi modelinin temelinde, tüketicinin umduğu hizmet kalitesiyle hizmetin sunulmasından sonraki hizmetin kalitesini kıyaslama esası mevcuttur (İkiz, 2008: 63). Hizmet kalitesini teknik kalite ve fonksiyonel kalite (tasarım, üretim, sunum, ilişkiler) olarak kuramsallaştırmıştır. Teknik kalite sonuç ile ilgilenmektedir ve tüketicilerin hizmetten ne aldıkları ürün kalitesi değerlendirmesine bağlı olarak tarafsız bir biçimde ölçülebilmektedir. Fonksiyonel kalite aşamalarla ilişkilidir ve verilen hizmetin durumunu öznel bir şekilde değerlendirmektedir (Grönroos, 1984: 40-42).
- **Lehtinen' in hizmet kalitesi boyutları hakkındaki görüşleri:** Hizmetin fiziksel yönlerini ifade etmektedir. Mesela; yurt işletmesinin teknik ekipmanları, tesisi gibi. Firma kalitesi; işletmenin imajını ve profilini yansıtmaktadır. Etkileşimci kalite; tüketicilerle çalışan arasındaki etkileşimdir. Bu sebeple, çalışanın nitelikli olması ve tüketicilerle etkileşimi esnasında nasıl davranacağını bilincinde olan kişiler olması gerekmektedir (Parasuraman vd., 1991: 47).
- **Parasuraman, Zeithaml, Berry tarafından yapılan hizmet kalitesi boyutları hakkındaki görüşleri:** Modelin temelinde, tüketicinin 'beklediği hizmet' ile organizasyon yöneticileri tarafından bu beklentilerin algılanıp hizmetin ortaya konulması sonucunda hizmetin tüketici tarafından algılanması ile meydana gelen 'algılanan hizmet' kıyaslanması esasına dayanmaktadır (İkiz, 2008: 68).
- **Sasser, Olsen ve Wyckaff açısından hizmet kalitesi boyutları hakkındaki görüşleri:** 1978'de hizmet performansının farklı üç boyutunu çalışan, tesis ve materyal seviyesi şeklinde belirtmişlerdir. Yani hizmet kalitesinin hizmetin

sonucundan daha çok unsuru kapsadığını, hizmetin ulaştırılma şeklini vurgulamışlardır (Ardıç ve Güler, 2000: 20).

1.6.4. Hizmet Kalitesinin Özellikleri

Hizmet kalitesinin özellikleri dört kategoride incelenmektedir ve bu dört kategori, kalite biçiminin genel özelliklerini ifade etmektedir. Her şeyden önce bir hizmet kalitesi, etkinlik ve yeterlilikle ilişkilidir. Etkinlik, tüketiciler tarafından beklenen hizmetin karşılanması biçiminde açıklanmaktadır. Yeterlilik ise, verilen hizmetin istenilen zamanda yapılması ile ilgilidir (Diken, 1998: 97-98);

- **Beşeri Faktörler ve Davranışsal Özellikler**

Hizmet kalitesi, hizmet verenin tavır ve davranışları tarafından etkilenmektedir. Aynı şekilde hizmetten faydalananların da davranışları hizmetin kalitesi üzerinde etkisi bulunmaktadır. Hizmetten yararlananların tavırları çoğunlukla, sektörün hizmet kontrolü kapsamında şekillenir. Örneğin, kişi aldığı hizmetin kalitesi konusunda kandırıldığını fark ederse karamsarlığa kapılabilir. Sektör, reklamlarla tüketicilerinin beklentilerini etkileyebilmektedir. Böylelikle sektör tüketicilerinin beklentilerini belirlemek suretiyle onların davranışları üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olmaktadır.

- **Zamanla ilgili Özellikler**

Belli bir süre içinde kullanılmayan bir hizmet daha sonra kullanılması için depolanamaz.

- **Hizmetin Uygunsuzluk Özellikleri**

Hizmetin uygunsuzluk özellikleri hedeflenen performans düzeyinde sapmayla ilgilidir. Uygunsuzluk, ideal seviyeden olan sapmadır.

- **Karakterlerle İlgili İmkânlar**

Bir hizmetle ilgili imkânların fiziksel özellikleri ve onun dağıtım biçimi, tüketicilerin tatmini üzerinde etkili olmaktadır. Hizmet kalitesinde başarı, tüketicinin tatmin olmasıyla gerçekleşmektedir. Tüketicinin tatmini ise, tüketiciye özel bazı tavırların hizmet çalışanı tarafından yerine getirilmesi ile olmaktadır. Bu haliyle kalitenin subjektif olduğu; sağlanan hizmetin gerçekleşmesi esnasında uygulanması gereken standartlar ile de kalitenin objektiflik özelliği belirtilmektedir (Ataberk, 2007:98).

1.6.5. Hizmet Kalitesine İlişkin Kavramsal Modeller

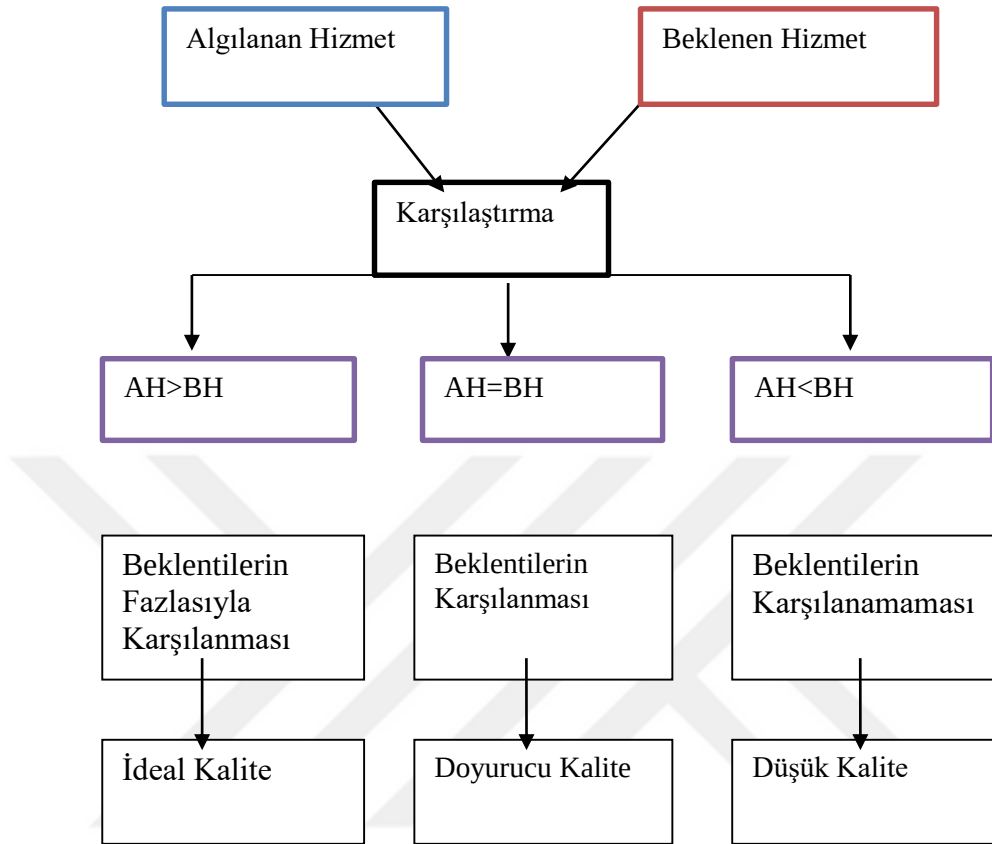
Literatürde ürün kalitesine yönelik çalışmalar daha baskın olsa da hizmet kalitesi konusu da tanımlar, modeller ve ölçüm yöntemleri yönünden oldukça zengindir. Birçok araştırmacı bu konuları çeşitli bakış açılarıyla ve farklı metodolojileri kullanarak açıklamaya çalışmışlardır. Literatürde hizmet kalitesi ile ilgili 19 kavramsal model yer almaktadır. Bu modellerin çoğunluğu birbirinden beslenerek meydana gelmiştir. Aşağıda en temel 5 kavramsal modele yer verilmektedir (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 52).

1.6.5.1. Hizmet Kalitesi Modeli 1: Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli

Algılanan hizmet kalitesi tüketicilerin hizmeti almadan önceki beklentileri faydalandığı gerçek hizmet tecrübesini karşılaştırmasıdır. Hizmet kalitesin de “beklentiler” ise, tüketicilerin hizmet ile ilgili talep veya arzularını açıklamaktadır (Parasuraman vd., 1988:15). Hizmetlerin soyut olmasından dolayı değerlendirilmesi zordur ve bu nedenle hizmet kalitesi yerine ‘algılanan hizmet kalitesi’ kavramının kullanılmasını gerektirmiştir. (Keskin,2013: 40)

Algılanan hizmet kalitesinin tatmin edici olması için, sunulan hizmetlerin tüketicilerin beklentilerini karşılaması gerekmektedir. Hizmetin soyut oluşu, standartlaştırılamaması ve üretiminin tüketiminden ayrılamaz olması, bir hizmetin satın alınmadan ve tüketilmeden değerlendirilmesini imkânsızdır (Parasuraman vd., 1985:48).

Şekil 1.3: Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Parasuraman vd.,1985: 48-49.

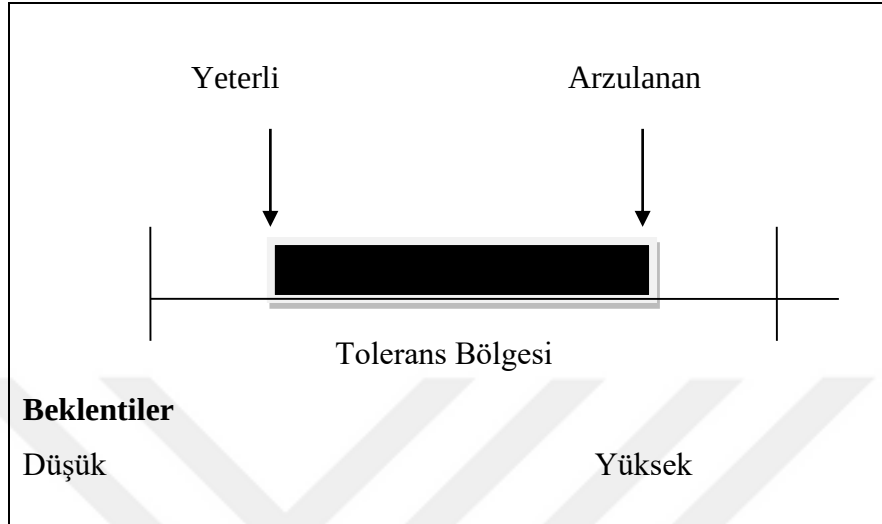
Beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki ilişki şu şekilde olabilir (Saat, 1999:109):

- Beklenen Hizmet, Algılanan Hizmetten büyük ise, algılanan kalite tatmin edici olmaktan uzaklaşır.
- Beklenen Hizmet, Algılanan Hizmete eşit ise, algılanan kalite tatmin edici olur.
- Beklenen Hizmet, Algılanan Hizmetten küçükse, algılanan hizmet tatmin edici olandan daha yüksek olur, böylelikle ideal kalite derecesi oluşturulmuş olur.

Parasuraman vd., (1991), tüketicilerin hizmet beklentileriyle ilgili arzulanan ve yeterli hizmet arasında bir tolerans bölgesi olduğunu açıklamaktadır. Bu durum Şekil 1.4’de verilmiştir. Şekilde belirtildiği gibi, arzulanan hizmet derecesini yeterli hizmet seviyesinden ayırt eden bölge tolerans bölgesidir. Tolerans bölgesi akordeon gibi

genişleme ve daralma özelliğine sahiptir. Fakat bu durum tüketiciden tüketiciye göre ya da aynı tüketici için bir durumdan diğer duruma göre değişmektedir.

Şekil 1.4: Hizmet Beklentileri



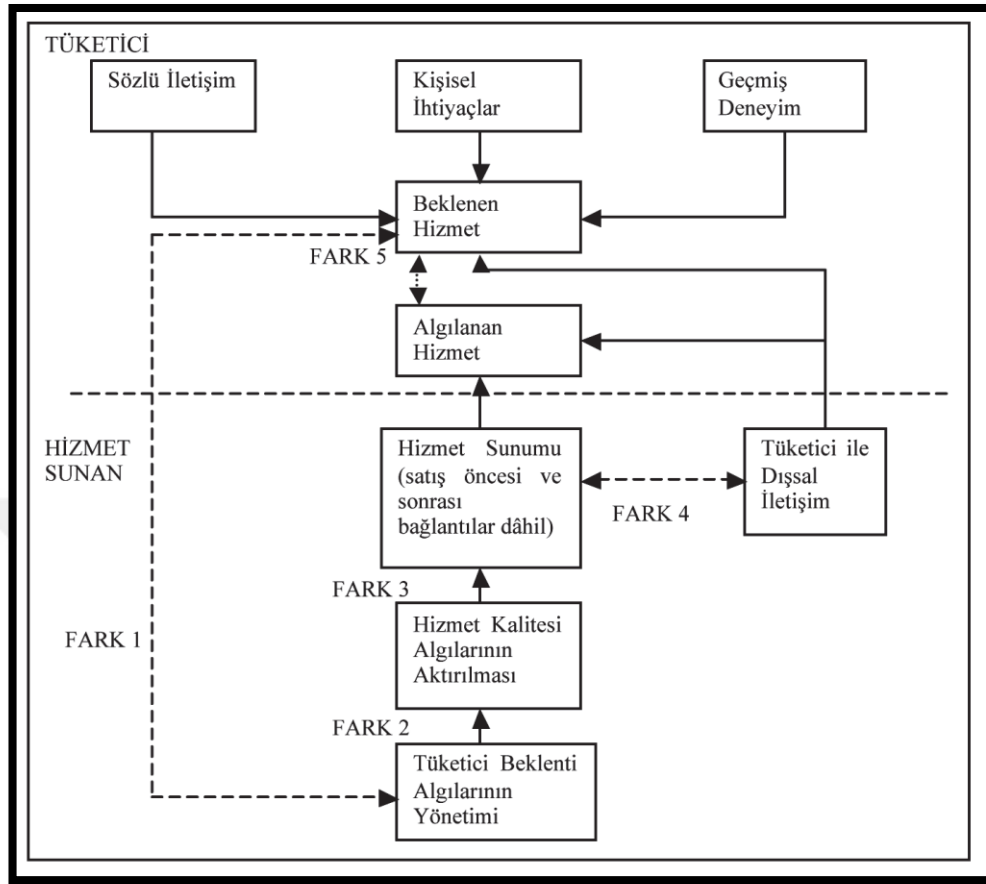
Kaynak: Parasuraman vd., 1991: 42.

Parasuraman (2004:47) hizmet sektörlerinde tüketicilerin tek bir “ideal” beklenti içinde olmadıklarını açıklamıştır. Şekil 2.4’te belirtildiği gibi hizmet sektörlerinde tüketici beklentilerini arzulanan hizmet ve yeterli hizmet (tüketicileri kabul edebilecekleri minimum servis düzeyi) olarak iki grupta incelenmektedir.

1.6.5.2. Hizmet Kalitesi Modeli 2: Fark Modeli

Bu modele göre beklenen hizmet düzeyini belirleyen temel etkenler, tüketicilerin geçmiş tecrübeleri, bireysel ihtiyaçları ve ağızdan ağza iletişimleri olarak ifade edilmektedir. Ayrıca başka bir etken olarak da hizmet sektöründen tüketiciye gönderilen mesajlar belirtilmektedir (Öztürk, 1996:141). Hizmet kalitesi modeli aşağıdaki Şekil 1.5’de belirtilmiştir.

Şekil 1.5: Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1990:46.

Araştırmacılar tarafından öne sürülen ve Şekil 1.5'te belirtilen modele göre tüketicilerin kalite algılayışını etkileyen beş tip fark bulunmaktadır.

FARK 1 (Tüketici beklentileri-Yönetimin algısı farkı): Bu fark tüketicinin beklentileri ile yönetimin bu beklentileri doğru değerlendirememesi sonucunda meydana gelen tutarsızlıktan kaynaklanmaktadır. (Parasuraman vd., 1988: 35-46). Örneğin; yurt idarecileri, öğrencilerin yurdun fiziki şartları sınırlı olduğu için şikayet ettiğini düşünür. Oysa öğrenciler, hizmetin daha iyi olmasını beklemektedirler (Üzerem, 1997:36).

FARK 2 (Yönetimin algısı-Hizmet kalitesi özellikleri farkı): Yönetimin tüketici beklentileri ile ilgili algılamaları ile algıların hizmet kalitesi özelliklerine aktarılması arasındaki uyumsuzluk sonucunda meydana gelmektedir (Parasuraman vd., 1988: 35-46).

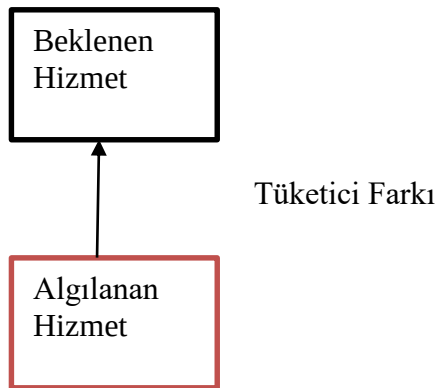
FARK 3 (Hizmet kalitesi özellikleri-Hizmet sunumu farkı): Doğru olarak algılanan hizmet kalitesi özelliklerinin tüketiciye hizmetin aktarımında eksikliklerin bulunması sonucunda meydana gelen tutarsızlık sonucu ortaya çıkmaktadır. (Parasuraman vd., 1988: 35-46).

FARK 4 (Hizmet sunumu-Dışsal iletişim farkı): Sosyal medya ve diğer iletişim kanallarıyla verilen vaatlerle sunulan hizmetin birbirinden farklı olmasıdır. Yanıltıcı reklamlarla kişilerin kandırılması söz konusudur (Üzerem,1997:36). Örneğin; yurt kantin-lokanta işletmecisi geniş bir menü yelpazesi ile öğrencisine tanıtım yapıp, öğrencinin gerçekte bu menünün tamamen tam tersiyle karşı karşıya kalması durumudur.

FARK 5 (Beklenen hizmet-Algılanan hizmet arasındaki fark): Tüketicilerin almayı bekledikleri hizmetle algıladıkları hizmet arasındaki uyumsuzluk sonucunda meydana gelmektedir (Parasuraman vd., 1988: 35-46). Algılanan hizmet ile beklenen hizmet arasındaki fark, sektörde ortaya çıkan, tüketicinin kalite algılamalarını etkileyen dört farkın sonucunda meydana gelen bir farktır ve dört farkın fonksiyonu şeklinde de ifade edilmektedir (Saat, 1999:110-113).

Şekil 1.6'da gösterilen fark modeli ise tüketici farkını esas almaktadır. Bu fark tüketicinin beklentileriyle algılamaları arasında oluşan farktır. Sektörün amacı bu boşluğu kapatmak olmalıdır ki bu şekilde tüketiciler tatmin edilir ve tüketiciler ile uzun süreli ilişkiler kurulur. Bu 5. farkın kapatılması için firma boşluğu denilen diğer dört farkın kapatılması şarttır (Bitner ve Zeithaml, 2000:27).

Şekil 1.6: Tüketici Farkı

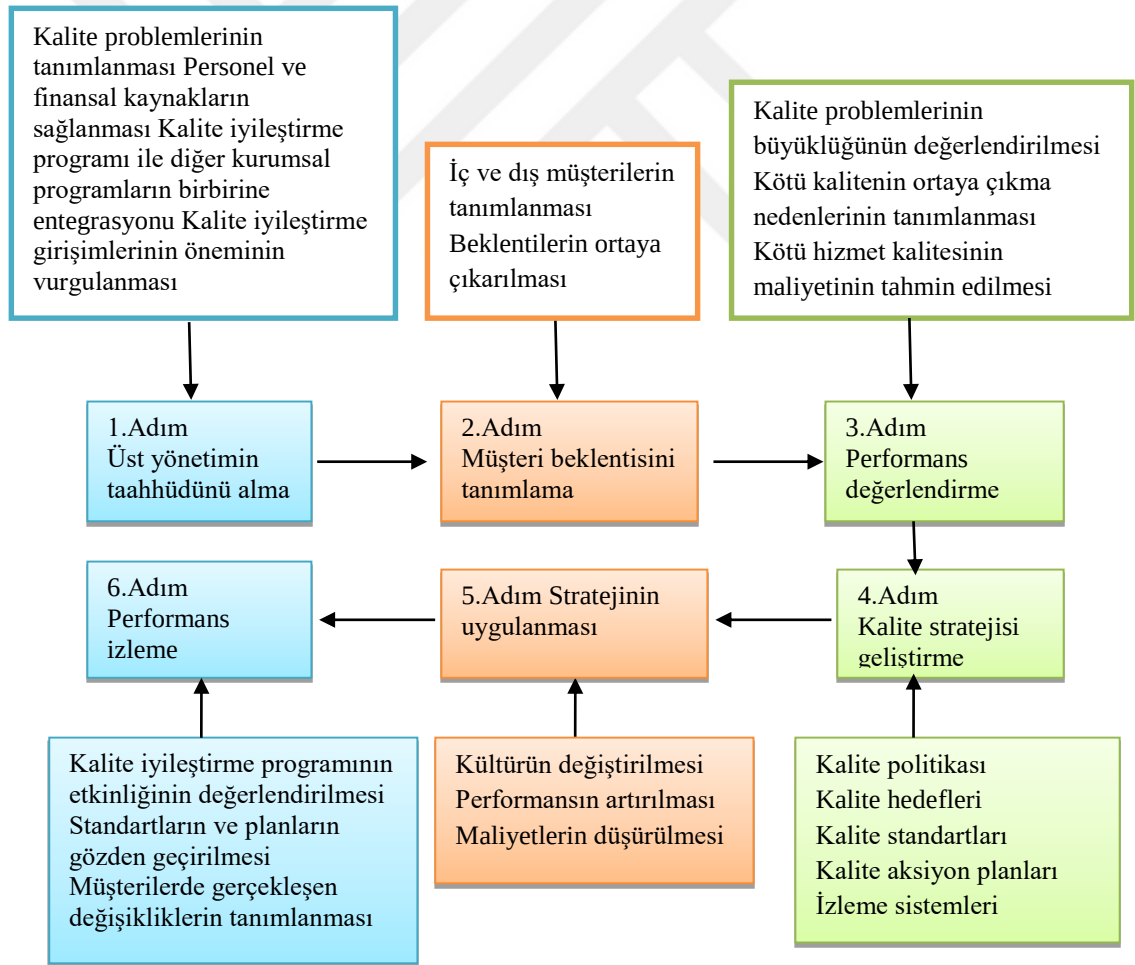


Kaynak: Parasuraman vd., 1985:48

1.6.5.3. Hizmet Kalitesi Modeli 3: Kurumsal Hizmet Kalitesi İyileştirme Modeli

Moore (1987) tarafından önerilen bu model, daha önceden tanımlanmış ve bir kalite hareketine nasıl başlanması gerektiği ile ilgili bir yol haritası sunmaktadır. Fakat bu model, kalite sorunlarının çıkabileceği alanları tanımlamada yeterli değildir. Genel olarak kurumsal kalite konularını ortaya çıkarmaya yönelik bir çerçeve sağlamaktadır (Şekil 1.7). Modelde altı temel adım yer almaktadır, bunlardan 2, 3. ve 4. adımlar modeli kritik bileşenlerini belirtmektedir. 4. adımın temel çıktısı, kalite aksiyon planıdır. Bu plan, genelde, bir amaç ifadesini, öncelik sırasını, önerilen iyileştirme faaliyetlerinin tanımını, bir uygulama programını ve gerekli kaynaklar listesini içermektedir (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 57).

Şekil 1.7: Kurumsal Hizmet Kalitesi Modeli



Kaynak: Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 57.

1.6.5.4. Hizmet Kalitesi Modeli 4: Niteliksel Hizmet Kalitesi Modeli

Haywood ve Farmer (1988)'e göre örgüt, tüketici tercihlerini ve beklentilerini tutarlı bir biçimde karşılıyor ise, hizmet örgütünü yüksek kaliteli bir örgüt olarak tanımlamaktadır. Haywood ve Farmer (1988)'a göre, hizmetlerin fiziksel imkanları ve süreçler, insanların tavırları ve profesyonel yargılama biçiminde üç temel niteliği mevcuttur. Her bir nitelik çeşitli faktörlerden bir araya gelmektedir. Öne sürülen modelde, her bir nitelik seti bir üçgenin uç kısmına karşılık gelmektedir. Diğerlerini dışlayarak bu niteliklerden birine daha fazla odaklanma durumu olduğunda bazı problemler meydana gelebilmektedir. Model, bağlantı ve etkileşim düzeyine, işgücü yoğunluğuna ve hizmetin bireye özel sunulma düzeyine bağlı olarak farklı tipteki hizmet alanlarına göre haritalanmaya çalışılmıştır. Örneğin, tüketicilerle özel bağlantıya geçme ve işgücü yoğunluğu bakımından düşük düzeydeki hizmetler, modelin fiziksel imkanlar ve süreç özelliklerine daha yakın konumdadır. Bu durum açısından model, ekipmanın güvenilir olmasını ve tüketici tarafınca kullanım kolaylığını sağlamaya daha çok önem gösterilmesi gerektiği yönünde öneri sunmaktadır (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 57-58).

1.6.5.5. Hizmet Kalitesi Modeli 5: Performans Bazlı Hizmet Kalitesi Modeli

Performans bazlı hizmet kalitesi modeline göre, hizmet kalitesini en iyi açıklayan etmen, sadece algılamalardır. Cronin ve Taylor (1992) fark modelini, hizmet kalitesini kavramsallaştırması ve ölçümünü irdelemişler ve bunu ölçen SERVPERF adlı bir modeli ileri sürmüşlerdir. SERVPERF açısından, hizmet kalitesi bir tüketici davranışı şeklinde kavramsallaştırılabilir, bu yüzden hizmet kalitesinin tek ölçütü performans olmalıdır. Cronin ve Taylor (1992), kavramsallaştırdıkları bu modelde, istekleri ve önem ağırlıklarını ele almamış, sadece algılamaların değerlendirilmesinin gerekliliğini savunmuşlardır (Kapucugil İkiz ve Durukan, 2007: 59).

1.6.6. Hizmet Kalitesini Etkileyen Değişkenler

Hizmet kalitesini etkileyen bağımsız faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler şu şekildedir (Uyguç, 1998:60):

- Hizmet veren kişiyi etkileyen unsurlar,
- Tüketiciyi etkileyen unsurlar,

- Hem tüketiciyi hem de hizmet veren kişiyi etkileyen unsurlar

Her üç faktörün de belli bir amacı bulunmaktadır. Tüketici almak istediği hizmeti isteğine göre ve tatmin edici bir biçimde, çalışan sunduğu hizmeti işinin gerektiği gibi sunmak amacındadır. Hizmet ortamı ise, bu iki amacın da gereklerine uygun biçimde tasarlanmış olmalıdır. Dolayısıyla hizmet kalitesi için bu üç faktörün birbirleriyle uyumu oldukça önemlidir. Bu faktörler birbirine bağımlı olduğu için bunlardan bir tanesinde meydana gelen eksiklik ve uyumsuzluk dengeyi bozarak hizmetin beklenildiği gibi olmasını engelleyecektir.

1.6.6.1. Hizmet Veren Çalışanı Etkileyen Değişkenler

Hizmet veren çalışanı etkileyen değişkenler, temelde çalışanın karakteristik özellikleri, çalışanın beklentileri ve örgütsel ve yönetsel faktörler altında incelenmektedir.

1.6.6.1.1. Çalışanın Karakteristik Özellikleri

İşletmenin etkinliğinde rol oynayan çalışanın önemli karakteristik özellikleri; tüketiciyle beraber hizmeti üretmesi ve vermesi ile kalite değerlendirmesidir. Bir hizmet kıyaslamasında, hizmet sunan çalışanın tutumu veya performansı, karakteristik özellikleri, bilgi donanımı, kabiliyeti, zekası ve işi yapış şekli problemlere çözüm bulma yöntemiyle doğrudan ilgili olmaktadır. Hizmet örgütlerinin başarısı, büyük ölçüde, tüketici ile doğrudan etkileşim içinde olan çalışanın veya sınır çalışanın bireyler arası ilişkilerde gösterdiği etkinliğe bağlıdır. Hatta bu etkinlik, çalışanın teknik bilgi donanımı ve kabiliyetinden bile daha üstün seviyede görülmektedir (Uyguç, 1998:65-66).

Kişinin kalitesinin geliştirilmesi üç faktöre bağlıdır. Bunlar;

- Eğitim: Yeterli düzeyde eğitim, yetiştirme ve geliştirme hizmetleri değerli bir kaynak ve en önemli verimlilik faktörü olmaktadır. Böyle bir yaklaşımın temelinde yöneticilerin, çalışan becerilerini geliştirme, ilerleme imkânları ve genel eğitim derecelerini yükseltme inancı bulunmaktadır. (Kocabas, 1995:245). Hizmet içi eğitimin, çalışan okul eğitimi döneminde kazandıkları bilgi ve kabiliyetlerin geliştirilmesini sağlamak, çalışanların teknolojik gelişmeleri takip ederek bu gelişmelere uyum sağlamasını, maliyeti azaltmayı, kaliteyi artırmak ve üretimi yükseltmek amaçlı yapıldığı görülmektedir (Altaç ve Par, 1996:31).

- İletişim: Bir düşüncenin, bir haberin bireyden bireye geçişidir. İletişimle belirli bir sürede, belirli bir bilgi, belirli bir bireye aktarılmakta ve bu aktarım yazılı veya sözlü bir şekilde yapılabileceği gibi, bu aktarım görsel de olabilir (Mess Eğitim Vakfı, 1994:15).

Örgüt içinde iletişim eskiden daha çok yukarıdan aşağı yönlü ve tek yönlü yapılmakta iken, günümüzde iki yönlü iletişim daha çok tercih edilmektedir.

- Motivasyon: Hizmet kalitesinin gerçekleşmesinde çalışanı motive edecek etmenler nelerdir? Bu etmenlerin araştırılması ve periyodik olarak uygulanması gerekmektedir (Simsek, 1995:92).

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, çalışma ortamındaki bireyin içsel gereksinimlerini karşılayacak bir arzunun gerçekleştirilmesiyle motive edildiğini varsayar. Bu varsayım aşağıda belirtilen şu maddelere dayanmaktadır (Şimşek, 1995:92-97):

- Bireyin sergilemiş olduğu davranış, bireyin sahip olduğu belirli gereksinimleri karşılamaya yöneliktir.
- Bireyin gereksinimleri, önem sırasına göre bir düzenleme yani hiyerarşi içerisinde olup temel gereksinimler (yeme-içme, barınma vb.) karmaşık (benlik, başarıma vb.) olanlarına göre bir sıralama göstermektedir.
- Birey alt seviyedeki gereksinim düzeyini karşılayınca, özünden karmaşık olana doğru bir sonraki gereksinim düzeyine doğru ilerler, yani kişi güvenilir çalışma şartlarına olan gereksinimi karşılanınca, davranışı bir işlevi başarıyla gerçekleştirmedir.

Maslow bireyin gereksinimlerini 7 bölümde ele almıştır. Bunlar; fiziksel gereksinimler, güvenlik, sevgi, saygı, ait olma, estetik ve kendini gerçekleştirmedir.

Maslow'un temel ihtiyaçlarından başlayarak kendini gerçekleştirme ihtiyacına kadar yükselen ihtiyaçlar hiyerarjisi varsayımı bir hizmet örgütüne uyarlandığında, ilk başta, çalışanın ihtiyaçları giderilmeli sonrasında çalışandan verim beklenmeli sonucuna varılabilmektedir.

1.6.6.1.2. Çalışanın İstekleri

Çalışanın karakteristik özellikleri, hizmeti sunuş şekli, tavırları, başarısı sürekli onun bu hizmeti sunmaktan ne istediğiyle alakalıdır. Çalışanın istekleri oldukça önem arz etmektedir. Çünkü bunlar hizmetin sunuş şekline yansımaktadır ve hizmetin kalitesini büyük oranda etkilemektedir. Hizmet işletmesinin başarısı direkt olarak tüketici ile etkileşimde olan çalışanın elindedir. O halde çalışanın beklentilerini oluşturan etmenler nelerdir? Hiç kuskusuz, bu beklenti, bireyden bireye farklılık göstermektedir. İnsanlar bir şekilde gerçekleştirdikleri işin karşılığında maddi ya da manevi bekledikleri bulunmaktadır. Bu beklentileri tatmin ediliyorsa o bireyler gerçekleştirdikleri işten keyif almakta, bu da onları verimli olmaya yöneltmektedir. Hizmet örgütü açısından bireyin işini daha iyi yerine getirmesi, tüketicilerini ve işverenlerini tatmin etmesi anlamına gelmektedir. Çalışan etkenine gösterilen değer, o sektör ya da örgütün genel yönetim politikası çerçevesinde belirlenir. İKY’de amaç, bireylerin işlerini en verimli ve en tatminkar biçimde yerine getirebileceği şartları belirleyip, bunları işletme başarısına adapte etmektir. Yönetimde insan etkenine gösterilen değer arttıkça orada işgücü verimi, işin kalitesi ve örgüt için yapılan özveriler de yükselecektir (Trakya Üniversitesi Toplam Kalite Yönetimi Araştırma Komitesi, 1994: 17).

1.6.6.1.3. Örgütsel ve Yönetmel Faktörler

Örgütlerde, örgütsel ve yönetmel faktörler çalışan davranışlarında oldukça önemlilik arz etmektedir. Hizmetin kendine has özelliklerinden dolayı tüketiciye kaliteli hizmet vermek oldukça güçtür. Kaliteyi sağlamanın neden güç olduğu ve ne şekilde sağlanabileceğiyle ilişkili çalışmalar ise, kaliteyi etkileyen etmenler arasında örgütsel ve yönetmel değişkenlerin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Sosyal bir kavram olan hizmet, yönlendirme kabiliyeti olarak da tanımlanmaktadır. Bunu yönlendirecek olan ise yönetimdir. Hizmet örgütleri yönetimin etkinliğine daha duyarlıdır ve bu örgütlerde işletmenin değerleri, kültürü ve özellikleri ile yakından ilgilenen bireysel güdülenme ve özgürlük oldukça önemlidir. Yönetimin başarısı, insan gücüne verilen değerle mümkündür. İnsanların doğru işlerde doğru şekilde çalıştırılmaları ve verimli bir şekilde motivasyonları yüksek çalıştırılmasıyla mümkündür.

Başarılı hizmet örgütlerinin ortak özellikleri şu şekilde verilmiştir (Uyguç, 1998:67 68):

- Üst yönetimin az sayıda, ancak genel konularda uzman çalışanlardan meydana gelmesi,
- Az sayıda yönetim kademesi,
- Yüksek derecede yetki devri,
- Üretim ve pazarlama faaliyetlerinin işletmenin alt seviyelerinde uyumlaştırılması.

Bu şekilde, iletişim kanalları kısalmakta ve tüketicilerle daha yakından ilgilenme imkânı bulunmaktadır. Ayrıca, çevresel değişime daha hızlı uyum sağlayabilmekte ve kararların etkililiği artmaktadır.

1.6.6.2. Tüketicuyu Etkileyen Değişkenler

Tüketicuyu etkileyen değişkenler tüketicinin karakteristik özellikleri, tüketicinin beklentileri ve hizmetin algılanan karakteri olarak incelenmektedir.

1.6.6.2.1. Tüketicinin Kişilik Özellikleri

Tüketicinin katılımının olmadığı bir işletme düşünülemez. Tüketici katılımı, bir hizmetin üretim sürecinde, hem hizmet üreticisi hem de kullanıcısı olarak tüketicinin rolünü belirleyen kavramdır. Bir hizmetten faydalanmak için, önce o hizmetin üretilmesi gerektiği göz önünde bulundurulduğunda, tüketicinin üretici rolü daha baskın olmaktadır. İletişim sürecinde, tüketici hem alıcı hem kullanıcı konumundadır. Tüketicinin, gelen iletişimi; hem de kullanıcı olarak, hizmet kalitesini algılamasında ve nitelendirmesinde onun karakteristik özellikleri ön planda tutulmalı ve ona göre bir tutum sergilenmelidir (Uyguç, 1998: 61-63):

1.6.6.2.2. Tüketicinin Beklentileri

Beklentiler, tüketicilerin hizmete yönelik taleplerini ya da arzularını ifade etmektedir. İhtiyaç, gerekli olan, talep edilen veya yararlı olan bir özelliğin olmasıdır. Beklenti öznel, değişebilir, şüpheli, bulanık ve hatta açıklanması temelde zor olabilmektedir. Örgütte sunulan hizmetin amacı, tüketici ihtiyaç ve beklentilerini gidermektir. Bu iki terim birbirleriyle ilgili olmakla beraber aynı anlama gelmemektedirler. Öte yandan ihtiyaç ve beklentilerin giderilmesi memnuniyet seviyesinin belirlenmesinde oldukça önemlidir (Sandıkçı, 2007: 41-42).

Tüketicilerin beklentileri sahip oldukları tecrübeye bağlı olarak etkilenebilmektedir. Tüketicilerin yaşadıkları hizmet tecrübesinin seviyesinin yüksek olması tüketiciler açısından önemlidir (Lewis, 1993:5). Örgütlerde tüketicinin hizmetten sağladığı memnuniyet istediği düzeyde olmazsa o zaman o hizmet yetersiz şeklinde nitelendirilecektir (Yüksel ve Kılınç, 2003: 23).

Hizmet örgütlerinde hizmetlerin, tüketici beklentilerinin sürekli bir adım ötesinde olması gerekmektedir. Bu nedenle tüketicinin yaşı, tercihleri, tarzı, beden dili ve ses tonu dikkatle takip edilmelidir ve gerektiğinde hizmet sunumunda değişikliğe gidilmelidir (Martin, 2003: 53-56).

1.6.6.2.3. Hizmetin Algılanan Karakteri

Hizmetin algılanan karakteri, hizmet kıyaslamasının bir boyutudur ve tatmin edici bir hizmet kıyaslamasının kapsamını belirleyecek olan beklentileri meydana getirmektedir. Hizmetin algılanan karakteri, gelecekle ilgili bir bilgi vermektedir ve birçok elemandan oluşarak beklentileri etkilemektedir. Örneğin, bir hizmetten faydalanmak tüketici açısından önem arz ederken, başka tüketici için önem arz etmemektedir (Uyguç, 1998: 64).

1.6.6.3. Hizmet Ortamı

Hizmet alanla vereni etkileyen ortak değişkenler olarak hizmet üretimi ile ilgili özellikler, fiziksel destek ve durumsal unsurlar ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir.

1.6.6.3.1. Hizmet Üretimi ile İlgili Özellikler

Bu değişken, bir hizmetin temel yapısal bileşenleriyle alakalı olup, hizmetin ve hizmet örgütünün ayırıcı niteliklerini ortaya koymaktadır. Tüketici ve hizmeti sunan kişilerin özelliklerini ve isteklerini belirlemekte, çalışanın iş tatminini ve tüketicinin kaliteyi algılamasını sağlamaktadır.

Hizmet üretimi ile ilgili özellikler aşağıdaki faktörlerden meydana gelmektedir (Uyguç, 1998: 70-72):

- Zaman Faktörü: Hizmetin tüketilme süresi, her bir ziyaretin zamanını belirlediğinden, hizmet üretimiyle ilgili ana etmenlerden birisidir.

- Teknoloji: Hizmeti üretmek ve hizmeti vermek için kullanılan teknoloji hizmet kıyaslamasının niteliğini etkiler.
- Hizmetin içeriği: Bu etken, hizmet üretim işlevinin fiziksel, bilişsel ya da duyuşsal niteliği üzerinde durmaktadır ve özellikle, insanları etkileyen hizmetler onların fiziksel, bilişsel ya da duygusal durumlarında değişmeye sebep olurlar.
- Karmaşıklık: Bir hizmetin karmaşıklığı, uygulanan faaliyetlerin sayısı ve bu faaliyetler arasındaki karşılıklı etkileşimin fonksiyonudur.
- Hizmetin verildiği yer: Çalışanın ve tüketicinin bulunduğu ortamdır.
- Biçimselleştirme: Biçimselleştirme terimi, hizmetin her yönüyle tüketicinin ya da durumun ihtiyaçlarını giderebilmesini sağlayacak değişime imkan verme seviyesidir.
- Tüketim birimi: Bir kimse, bazı hizmetleri sadece kendisi tüketebilmektedir.

1.6.6.3.2. Fiziksel Destek

Fiziksel destek, hizmet üretimini imkanı hale getiren ya da kolaylaştıran çevreyi belirlemekte üç kategoride ele alınmaktadır (Uyguç, 1998: 73-75).

- Teknik araç, gereç ve teçhizat: hizmet sunan çalışanla teknik araç, gereç vb. teçhizatı tüketiciyi direkt etkileyen kalite oluşturuca kaynaklardır.
- Çevre: Hizmetler çevre ile bir bütün halindedir. Bu sebeple, örgüt çalışanın görebildiği şeylerin çoğu, hizmet kıyaslaması esnasında örgütün fiziksel sınırları içindeki tüketiciler tarafından da görülebilmektedir.
- Ulaşılabilirlik; örgüt tercihinde diğer önemli faktörü kapsamaktadır. Uygun olmayan yerleşim yeri sunulan hizmeti olumlu yönde etkilemeyecektir (Koçbek, 2005: 33).

1.6.6.3.3. Durumsal Etkenler

Bir hizmet kıyaslamasının etkinliğinde durumsal etkenlerin büyük payı bulunmaktadır. O anda ister tüketiciden, isterse de hizmet sunan çalışandan kaynaklansın, durumsal etkenler her iki tarafın tavırlarını etkilemektedir. Bu etkenler şu şekilde belirtilmektedir (Uyguç, 1998: 76-77):

- Tüketici ve çalışanın o anki psikolojileri, kendilerini yorgun hissedip hissetmemeleri,
- Aynı hizmeti sunan birey ya da örgütlerin olması,
- Anda hizmetten faydalanan tüketicilerin sayısı.

Hizmetin kalitesi fiyat ile ilişkilendirildiğinde fiyatın etkisi hizmete özgü olarak hizmetin algılanmasına göre değişmektedir. Tüketiciler için hizmet kalitesinde fiyat belirleyici bir faktör olmaktadır. Çünkü tüketicinin örgüt hakkında bilgisi mevcut değilse o zaman yüksek fiyatlı örgütler için hizmetin kaliteli olduğu düşünülmektedir. (Denizer, 1992: 70).

Örgütün özelliklerinden birisi de atmosferdir. Her örgütün kendine ait bir iklimi vardır. Ayrıca hizmet ve ürün sunumu örgütün iklimine uygun fiyat politikası ile tüketici beklentilerini giderecek biçimde uygulanmaktadır. İklimi yansıtan iç mekân etkenleri kullanıcılar tarafından şifresi çözülen bir kod bir sözsüz iletişim şekli ve bir semboller sistemi olarak tanımlanmaktadır. İç mekân etkenleri tüketici beklentilerine dikkat ederek oluşturulmak zorundadır. Fiziksel imkânlar, tüketici tarafından tanımlanan hizmet kalitesinin boyutları içerisindeki tek somut boyuttur. Hizmetin soyut olması sebebiyle fiziksel imkânlar tüketiciye hizmetle ilgili ipuçları vermektedir. İklim, hizmeti alacak tüketicinin hizmeti kolay/zor, hoş/sıkıcı gibi nasıl aldığını algılamasına etki etmektedir (Örs, 2006: 98-99).

Son yıllarda tüketicilerin renklere göstermiş olduğu tepki araştırma konusu olmuştur. Mesela kırmızı, turuncu, sarı gibi sıcak renklerin çeşitli kişilere oldukça etkili öğrenilmiş ve bir araştırmada insanların sıcak renge boyanmış olan bir koridorda daha hızlı yürüdükleri ortaya çıkmıştır (Robson, 1999: 59).

Hizmet kalitesinin algılanmasında ve tüketici tatmininde çalışan tatmini oldukça önemlidir (Koçbek, 2005: 47). Sonuçta, çalışanlar için doğru iş tanımları yapıp, kendilerini geliştirmelerine imkân sağlanıp, onlara eğitimler düzenlenirse örgütte kalite de artacaktır. Bununla beraber tüketici memnuniyetini ve sadakatini sağlamak daha kolay olacaktır (Belviranlı, 2004: 45).

Tüketici profili örgütün kalitesini yansıttığı için hedef kitlenin profilinin bilinmesi gerekmektedir. Örgütte kaliteli hizmet sunarak tüketici memnuniyeti yaratılmak isteniyorsa tüketicinin sağlığı temel alınarak hijyen kuralları uygulanmalıdır.

Ortamların sağlığa zararlı mikroorganizmalardan arınmış olma şekli hijyenin sağlanmasıyla mümkünken, örgütte hijyen kurallarına uyulmaması durumunda satışlarda azalış, tüketici kaybı, prestij kaybı, iş görene yeniden eğitim verilmesinin maliyeti ve basın-yayın kanallarıyla yayılacak kötü reklam oluşacaktır (Koçbek, 2005:48).

1.7. ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ

Literatürde, memnuniyet ile ilgili yapılan tanımlamalar farklılık gösterse de, tüm tanımlar ortak unsurları kapsamaktadır. Memnuniyet en sade anlamıyla kişinin beklentisini, ihtiyacını ya da isteğini gerçekleştirdiğinde duyduğu hoşnutluk durumudur (Süral, 2012: 18).

1.7.1. Memnuniyet Tanımı

Memnuniyetin İngilizce anlamı satisfaction kelimesinin, Latince satış (yeterli, kâfi) köklerinden türetilmiş bir sözcük olduğu vurgulanmaktadır. Yalın bir ifadeyle, ürün veya hizmet memnuniyetinin asıl tanımı, yeterliliğin arandığı noktanın sağlanması şeklinde açıklanmaktadır. Daha geniş anlamıyla kabul edilen memnuniyet tanımı, Oliver (1989) tarafından öne sürülmüştür. Oliver (1989)'ın öne sürdüğü bu yaklaşım, gerçekleştirilen birçok kantitatif çalışma ile de desteklenmektedir. Bu anlamda, ilk etapta Oliver (1989) tarafından öne sürülen ve literatürde beklentilerin onaylanmaması olarak belirtilen memnuniyet tanımı, tüketicinin beklentiler ve ürün performansı arasında algıladığı farklılığı değerlendirmesi ve sonuca göstermiş olduğu bir tepki olarak tanımlanmaktadır. Oliver (1989)'ın öne sürdüğü memnuniyet tanımında ürün veya hizmet beklenen derecede veya beklenilenin üzerinde bir performans gerçekleştirirse olumlu yönde, performans etkeni beklenen derecenin daha altında bir düzeyde algılanırsa olumsuz yönde onaylama yapılmaktadır. Memnun olmamak ise tüketici negatif yönlü bir onaylama yargısına ulaştığında meydana gelmektedir. Memnuniyet kavramı, Oliver (1989)'ın öne sürdüğü çerçevede düşünüldüğünde performans etkenlerinin tespiti ve beklenti yaratma süreci olumlu bir memnuniyet algısının meydana gelmesinde oldukça büyük bir rol oynamaktadır (Begimbetova, 2015: 16-17).

1.7.2. Öğrenci Memnuniyeti ve Önemi

Memnuniyet, ürünün/hizmetin alımından satış sonrasındaki kıyaslamalar sonucunun olumlu veya olumsuz olması durumunda, öğrencide oluşan his şeklinde ifade edilmektedir. Öğrenci memnuniyeti, öğrencilerin bir hizmete yönelik istekleriyle, hizmet tecrübesinin karşılaştırılması sonucunda meydana gelen, hizmete ait duygusal tepkidir (Sav, 2008: 64).

Üniversite öğrencileri geleceği güvence altına almak gibi farklı sebeplerle okudukları bölüm veya programı tercih etmektedirler. Üniversiteye girmek güç bir durum olduğundan öğrencilerin bir kısmı açıkta kalmamak ve gelecek planlarını ertelememek için istedikleri bölümü tercih etmekten çok daha az ilgi duydukları veya hiç ilgili olmadıkları bölümleri de tercih etmek zorunda kalmaktadır. Üniversite öğrencilerinin beklentilerini karşılayarak nitelikli bir eğitim süreciyle mezun olmaları toplumun ihtiyaç ve beklentilerini de gidermeye hizmet etmesi söz konusudur (Şahin vd, 2011: 433). Öğrencilerin memnun edilmesinin temelinde kaliteli bir eğitim anlayışı ile kaliteli bir yönetim düşüncesi yer almaktadır (Peker, 1994:70).

Öğrenci memnuniyeti öznel bir değerlendirmedir (Oliver ve DeSarbo, 1989:2). Ayrıca, öğrenci memnuniyeti, kampüs yaşamında tekrarlanan tecrübelerle sürekli şekillenmektedir (Elliott ve Shin, 2002:206).

Yurt kurumlarının niceliğindeki artıştan çok niteliğinin de artması önem arz etmektedir. İstenilen düzeye ulaşmak kalite, memnuniyet, performans gibi konulara odaklanma ile mümkün olmaktadır. Fakat verilen hizmetlerin tek taraflı olması ve öğrencilere değerlendirilmeden uygulanması istenilen seviyeye ulaşmada problemlerle karşılaşılması söz konusu olacaktır (Elliot & Healy, 2008:2).

Yurt hizmetlerinde, kişinin farklı bakış açıları sebebiyle farklı sonuçların oluşması, tutum ve tavırların bireysel algılarına göre şekillenmesi ve kişilere farklı memnuniyet derecelerinin meydana gelmesinde birçok çeşitli etkeni rol oynamaktadır (Demir, 2013:320).

Çoğu öğrenci akademik programlardan memnun olmalarına rağmen, öğrencilerin az bir kesimi akademik danışmanlık ya da kariyer danışmanlığı gibi destek hizmetlerinden memnun durumdadırlar (Aydın vd, 2014: 39). Dolayısıyla son zamanların

modası haline gelen öğrenci merkezli eğitimin sınıf ortamından çıkıp, tüm kampüs ortamına yayılması, öğrencinin bütün sosyal yaşamı üzerinde etkisini hissettirecek biçimde aksettirilmesi üzerinde titizlikle çaba sarf edilmesi yükseköğretimde öğrenci memnuniyetini yükseltecek en önemli etkenlerden birisi olduğu görülmektedir.

Eğitime verilen önem giderek artmaktadır ve eğitime verilen önemin artmasıyla beraber, eğitimde kalitenin önemi de artmaktadır. Öğrencilerin beklentilerini iyi bir şekilde anımsayıp istekleri giderebilecek, bu isteklere yanıt verebilecek eğitim hizmetini sağlamak gerekir. Eğitim-öğretim hizmetinde asıl gereksinimleri yükseltmenin yanında öğrencilerin yemek, barınma, güvenlik gereksinimleri gibi zorunlu ihtiyaçları ve öğrencinin sosyalleşmesi için gerekli olan her türlü gereksinimi de giderilmelidir. Öğrencinin öğrenim gördüğü birime yönelik memnuniyeti esasında çok boyutlu bir olgudur. Bu olgu; eğitim kalitesi, fiziki ortamlar, sağlatılan uygulama imkânları, sosyal kültürel ve sportif imkânlar ve öğrencinin kişisel özellikleri gibi farklı boyutları da kapsayan bir yaklaşımla incelenebilir. Küreselleşmeyle beraber rekabetin artması, tüketici talep ve gereksinimlerinin değişmesi, tüketici memnuniyetinin ve tüketici sadakatinin sağlanmasını güçleştirmektedir. Tüketici memnuniyetinin ve sadakatinin yaratılmasının yolu düzenli bir şekilde tüketici beklentilerini ölçmek ve tüketicilerin beklentileri yönünde mal ve hizmetleri geliştirmeyi gerektirmektedir. Geçmişte hizmet veren bireyin sunduğu hizmeti olduğu gibi kabullenen tüketici, yerini giderek ilgili hizmet hakkında daha fazla bilgi talep eden ve bu bilgiyi sorgulayan, hatta başka bir hizmet sunucuya danışma gereksinimi duyan tüketiciye bırakmıştır. Öğrenci memnuniyeti; bir örgütün ürün veya hizmetleri kullanması sonucu öğrenci bu ürün veya hizmetin değeri, niteliği ve özellikleri hakkındaki olumlu ya da olumsuz düşüncelerinin tümüdür. Öğrenci memnuniyeti ve örgütler arasındaki ilişkiyi vurgulayan bazı araştırmalara bakıldığında öğrenci memnuniyetini etkileyen etkenleri hizmet kalitesi, fiyat, sadakat, iş gören tavırları ve öğrenim durumu, demografik özellikler ve örgüt temizliği olarak sıralanabilir. Tüm örgütlerde olduğu gibi hizmet örgütlerinde de öğrenci memnuniyetinin süreklilik sağlayacak biçimde gerçekleşmesi gerekmektedir (Taş, 2015: 64).

Yurt hizmetlerinde öğrenci memnuniyetinin önemi; daha fazla verimlilik ve kazanç sağlama, öğrenci sayısında artış sağlama, öğrencilerin ders başarısında yükselme, öğrencilerin yurtda zaman geçirme süresinin artması, daha üretken personel, öğrencilerde

ve çalışan personelde moral seviyesinin yükselmesi, çalışanın işten ayrılma ve iş değiştirme oranında azalma, daha verimli çalışmadır (Mısırlıoğlu, 2014: 27).

1.7.3. Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Faktörler

Üniversitelerin eğitim hizmetini isteyen öğrencilere yönelik temel amacı; kaliteli bir eğitim-öğretim ortamının sağlanması aracılığıyla, kendine güvenen, sosyal, kabiliyet ve hobilerini ön plana çıkaran çağdaş bireyler yetiştirmek ve bir anlamda da üniversiteye yönelik memnuniyetlerini yükseltmektedir (Taş, 2015: 65).

Türkiye’de üniversitelerin eğitim ve öğretim imkânları, vizyonları, yönetilme şekilleri, araştırma-geliştirme, etkileşim, bilişim ve ulaşım olanakları, veri toplama, işletme ve bilgi üretme imkân ve kapasiteleri gibi birçok olanaklar açısından birbiri ile farklılık gösterdiği ifade edilmektedir. Bu durum, öğrencilerin gerek üniversite ile ilgili gerekse gelecekleriyle ilgili beklentilerinde farklılıklara neden olabilecektir (Korukoğlu, 2003: 79-80).

Yurt kurumlarının asıl varlık amaçları, hizmet verdikleri öğrencileridir. Kurumlar öğrencilerini memnun edebildikleri müddetçe var olabilirler. Bu yüzden bir kurumun başarılı ve başarısız olmasının ölçütü, öğrenciyi memnun etme sürecini ne seviyede idare edebildiği ile ölçülür. Öğrencinin memnun olabileceği tüm faaliyetleri gerçekleştirenlerin ise kurumdaki tüm çalışanlar olduğu unutulmamalıdır (Eroğlu, 2004: 16).

Öğrenci memnuniyetini etkileyen kişisel yaklaşım, hoşça giden ortam, bilgi verilmesi, özen, güven, yarı yolda bırakmama gibi durumlar bulunmaktadır (Bozkurt, 2011;70):

- **Kişisel Yaklaşım:** Hizmeti veren kişilerin kendisine gösterilen değer alıcı tarafından bilinmelidir. Bunun en temel şartı, alıcıların istek ve taleplerinin göz ardı edilmemesi ve bu istek ve taleplerin yerine getirilmesi için çaba sarf edilmesidir. Birçok hizmet kuruluşuna alıcının tekrar tekrar gelmesinin nedeni, hizmeti sunanların kişisel yaklaşımından dolayıdır.
- **Hoşça Giden Ortam:** Hizmetin verildiği ortamın cazibesi oldukça önemlidir.
- **Bilgi Verilmesi:** Alıcı, kendisine sunulacak olan hizmeti bütün yönleriyle bilmelidir. Sonrasında anlaşmazlıklara ve tatsızlıklara sebep olacak noksan ya da

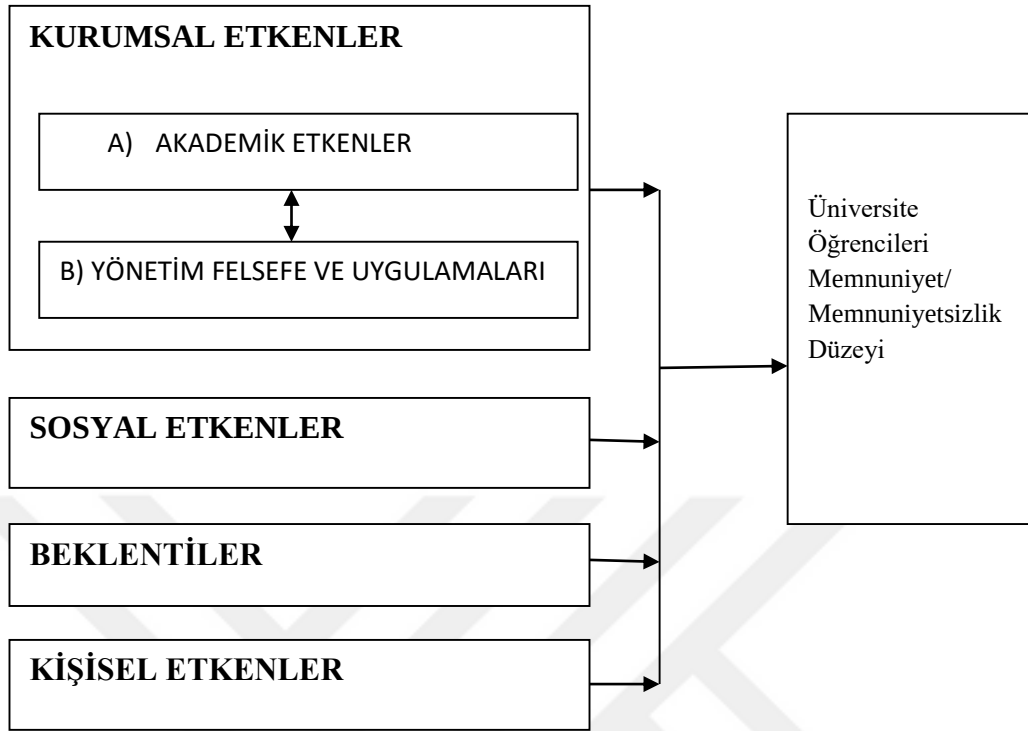
yalan bilgi verilmesi, iyi satıcılık olmamaktadır. Alıcılara doğru ve noksansız bilgi verilmesi, alıcılar ile iletişim kurma yolunun temel adımı olmaktadır.

- Özen: Herşey her zaman istenildiği gibi yolunda olmayabilir. Alıcı, olağandışı durumlar ya da gelişmeler yaşandığında yalnız bırakılmayacağını bilmesi gerekir. Bir uçağın tarifeli kalkışındaki yaşanan gecikmenin yolculara zamanında duyurulması, gereklidir (Esin, 2000:164).
- Güven: Her yönüyle verilen sözün yerine getirilmesini ifade etmektedir (İslamoğlu vd., 2006:148).
- Yarı Yolda Bırakmama: Alıcı, hizmet gerçekleştirilirken aldığı hizmetin sonuna kadar devam edeceğini bilmelidir (Esin, 2000:164).

Öğrencinin ilgi, ihtiyaç ve beklentilerini gidermeye yönelik her türlü çaba memnuniyeti artırmaktadır. Öğrenci ve aileleri açısından memnuniyet, bireysel özellikler, belirli gereksinimler, beklentiler ve davranışlar olmaktadır. Çalışanın deneyimli, yurdun alt yapı sistemlerinin güçlü olması gerekmektedir. Öğrencinin memnun kalması, personelin içten olma ve iyi bir iletişim kurma becerisine de bağlı olmaktadır ve çalışanın öğrenci ile ilişki seviyesi memnuniyet oranını artırmaktadır (Mısırlıoğlu, 2014:29).

Şekil 1.8’de belirtildiği gibi öğrenci memnuniyetini etkileyen faktörler bulunmaktadır. Bunlar: Kurumsal Etkenler, Sosyal Etkenler, Beklentiler ve Kişisel Etkenlerin oluşturduğu görülmektedir. Kurumsal etkenlerde kendi içinde, Akademik etkenler ve Yönetim Felsefe ve Etkenler biçiminde olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu faktörler öğrenci memnuniyetini olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir.

Şekil 1.8: Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Faktörler



Kaynak: Gülcan vd., 2002:99-114

1.7.3.1 Kurumsal Etkenler

Yönetim anlayış ve uygulamaları ile bütünleşmiş bir diğer kavram da üniversite öğretim üyelerinin davranış şekilleridir. Akademik faktörler olarak eğitimin kalitesi, öğrencilerle sınıf içi ve sınıf dışı etkileşim, ders müfredatı, derslerde kullanılacak kitaplar ve diğer materyaller gibi faktörler bulunmaktadır. Öğrencilerin, öğretim üyelerinden duydukları tatmin, farklı yönleriyle her ders aşamasında öğrenci değerlendirmelerine konu olmaktadır. Öğrenci memnuniyetinin bu faktörü, üzerinde en çok araştırma gerçekleştirilen kategorilerden olmuştur (Gülcan vd., 2002: 102).

1.7.3.2. Sosyal Etkenler

Öğrenci memnuniyetini etkileyen ve genelde kampüs hayatı olarak bilinen bir diğer konu ise, üniversitenin sağladığı sosyal, kültürel ve sportif imkânlardır. Burada üniversite yönetiminin öğrenciler için bir daire başkanlığı birimini meydana getirdiğini ve gerçekleşen etkinliklerin bu daire başkanlığı adı altında uygulanmaktadır. Bununla

beraber, öğrencilerin değişik kulüpler adı altında ilgi, kabiliyet ve becerilerini geliştirebilecekleri faaliyetler yapabilmektedirler (Taş, 2015: 66).

Kullanıcıların hizmet kurumlarından istekleri ve memnuniyetinin birçoğunun kültürel ve toplumsal özelliklerle biçimlendiği bilinmektedir ve bu özelliklerin birbiriyle ilişkili olduğu bilinmektedir (Rızaoğlu, 2003:132). Hizmet sektörlerinde kullanıcıların beklenti ve memnuniyetlerini kullanıcının içerisinde bulunduğu sosyal sınıf da etkilemektedir. Sosyal sınıf, bir toplumun ortak değerleri, ilgileri, yaşam tarzını ve davranış şeklini benimsemektedir (Mucuk, 2007: 73).

1.7.3.3. Beklentiler

Beklentilerin, tüketicinin hizmet kalitesi değerlendirmesinde oldukça önemli bir rolü vardır. Beklentilere, tüketicilerin talepleri, arzuları ele alınmaktadır. Tüketicinin almayı beklediği, umduğu hizmet seviyesi olarak bilinen standardı, talep edilen hizmet olarak da adlandırılabilir. Beklenen hizmet, tüketicinin ne olmalı ve ne olabilir şeklinde inandıklarının bir karışımıdır. Tüketici memnuniyeti beklentilerle doğrudan ilişkili olduğundan, memnuniyetin yaratılmasında beklentilerin bilinmesi büyük bir öneme sahiptir (Dilşeker, 2011: 47).

Yükseköğrenim uzun vadeli bir hizmettir ve üniversiteye belirli bir beklenti ile gelen öğrencilerin zaman içerisinde bu beklenti derecesiyle kazandıkları veya ileride kazanabileceklerinin bir karşılaştırmasını yaptıklarında, beklenti-performans farkı, performans lehine ise memnuniyet, beklenti lehine ise memnuniyetsizlik tespit edilmektedir. Üniversiteye yeni başlayan öğrenciler (17-18 yaş grubu) daha memnun gözükürken, ilerleyen yaş ve deneyimle beraber görmüş oldukları eğitim hizmetini (performans), beklentileriyle detaylı bir şekilde karşılaştırma imkanı bulmaktadırlar (Gülcan vd., 2002: 111).

Öğrenci memnuniyetini belirleyen başka bir faktör öğrencilerin başlamış oldukları üniversite ile ilgili tercih ve beklentileridir. Memnuniyetin bir tanımı da beklentilerle gerçekleşen performans arasındaki uyumdur. Uyumsuzluk halinde, memnuniyetsizlik, uyum halinde ise memnuniyet ortaya çıkmaktadır. Beklentiler yalnızca öğrencinin üniversitesi veya gelecekte iş bulma ihtimaliyle ilgili olmayıp, aynı zamanda öğrencinin üniversite eğitiminden ne beklediği ile alakalıdır. Eğitim kalitesi ile

öğrencilerin gelecekle alakalı beklentileri memnuniyeti belirleyen en önemli etmendir (Gülcan vd., 2002: 102-103).

Örgüt ve tüketici arasındaki hizmet alışverişindeki memnuniyet, örgütün sunacağı hizmetin ileriki zamanlarda istenilmesi açısından da önem arz etmektedir. Geleceği düşünmeyen ve odağında tüketici memnuniyeti olmayan hizmet arzı, aslında örgütün varlığını sürdürebilmesi açısından tehdit oluşturmaktadır (Karaca, 2007: 36).

1.7.3.4. Kişisel Etkenler

Kişisel etkenler öğrenci memnuniyetini etkileyen bir diğer nedendir. Bu konu tamamen kişisel bir olgu olup, bu olguların demografik, yaş, cinsiyet, sosyal hayatta elde etmiş olduğu sosyal statüsü, arkadaş grubu vb. gibi birçok etmeni kapsamaktadır (Taş,2015: 68).

Hizmet kurumlarında kullanıcıların cinsiyet farklılığı birçok ihtiyaçların da farklı olmasını etkilemekte olup, cinsiyet farklılığı kültürel, sosyal ve ekonomik farklılığın da oluşmasını sağlamıştır. Bu durum da kullanıcıların hizmet sektörlerinden beklenti ve memnuniyetleri açısından değişime sebep olabilmektedir. Cinsiyet aynı zamanda kullanıcıların hizmet kurumlarının ürün ve hizmetlerinin içeriği ve mesajlarına göstermiş oldukları tepkilerini de etkilemektedir (Odabaşı ve Barış, 2010:259).

Kullanıcıların yaş dönemleri beklenti ve memnuniyetlerini etkilemektedir. Hizmet işletmelerinde kullanıcıların yaşamları süresince bulunduğu yaş dilimleri arasında farklı beklenti ve memnuniyet davranışları gösterdiği belirtilmektedir (Çabuk ve Yağcı, 2003:80).

Hizmet kurumlarında meslek ve gelirleri de kullanıcıların beklenti ve memnuniyetlerini etkilemektedir. Mesleğin kullanıcı gelirinde belirleyici bir etken olduğu düşünüldüğünde, gelir değişkenine bağlı olarak kullanıcının mesleği, hizmet kurumu seçimini ve beklentisini de etkilemektedir. Bu yüzden kullanıcının ürün ve hizmetler için ödediği fiyat tutarı arttıkça beklentisi de o oranda artacaktır (Sav, 2008: 78). Hizmet kurumuna yüksek tutarda ödeme yapan kullanıcının memnuniyeti de güçleşmektedir. Çünkü kullanıcı yüksek beklentiler içerisinde hizmet kurumunun ürün ve hizmetlerini nitelendirecektir (İçöz, 2001:81).

1.7.3.5. Sadakat

Tüketici sadakati ile ilgili literatür incelemesi yapıldığında iki nokta üzerinde durulduğu görülmektedir. İlki sadakatin davranışsal yönü, diğeri ise sadakatin tutumsal yönüdür. Sadakatin davranışsal yönü, tüketicilerin örgütten satın alma işlemini tekrarlamasını sağlamaktadır. Tutumsal sadakat ise, tüketici satın alma işlemini tekrarlamasa bile örgütle alakalı pozitif konuşması, başkalarını örgütten alışveriş yapması için ikna etmesi biçiminde tanımlanmaktadır (Dilşeker, 2011: 50).

1.7.3.6. Tavsiye

Tavsiye davranışsal niyetler içerisinde ve davranışsal niyetler tüketici memnuniyeti sonucunda oluşmaktadır. Tüketici memnuniyeti sonucunda tekrar satın alma niyeti ve diğer kişilere tavsiyede bulunmakla oluşmaktadır (Dilşeker, 2011: 52).

1.7.3.7. Kurumsal İmaj

Kurumsal imaj kurumun tüketicilerle kurduğu etkileşimin başlangıcıdır (Dilşeker, 2011: 53). İmaj, zihindeki çağrışımlar, hisleri tutumlar ve izlenimlerle bunların olumlu ya da olumsuz nitelendirmelerinden meydana gelmektedir. Akla gelen özet-resim veya sembolik anlamı ifade etmektedir (Çatı, 2008:141).

1.8. YURTLARIN HİZMET KALİTESİ VE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ İLİŞKİSİ

Küreselleşen dünyada teknolojinin hızla ilerlemesi, kişilerin bilgiye erişim hızlarını doğrusal olarak yükseltmiştir. Kişilerin ekonomik ve sosyal refah seviyelerinin de yükselmesiyle, tüketici bilincinde oluşan değişimler hizmet sektörünün önemini her geçen süreçte artırmaktadır. Yaşamın her alanında hizmet kavramının yer alması, hizmet sağlayıcılar tarafından rekabet ortamı oluşturmakta ve tüketicilere verilen hizmet kalitesi kriterleri açısından çeşitli hizmetler arasından seçim yapabilmelerine olanak sağlamaktadır. Hizmet sektörü denildiğinde akla gelenlerden biri de şüphesiz konaklamadır. Bu hizmetten en çok faydalanan kesimden biri de öğrencilerdir ve öğrenciler kamu ve özel sektöre ait yurtlarda, özel pansiyonlarda, apart otellerde barınmaktadırlar. Öğrenciler barınmak için tercih ettikleri yerlerde kendilerini güvende hissetme ve rahat ders çalışma gibi faktörlere dikkat etmektedirler. Öğrencinin barındığı

yerde sorun yaşamaması, öğrencinin akademik başarısını pozitif yönde etkilemektedir (Girgin ve Akçıl Ok, 2015:320).

Öğrencilerin barındığı kurumun, öğrencilerin belirlenen memnuniyet seviyesini sadece korumak değil, sürekli yükseltmek öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır (KYK Stratejik Planı 2008; 38-46).

Yükseköğretimde okullaşma oranlarının artmasıyla beraber yurtlarda barınma ihtiyacı da artmış fakat son yıllarda yapılan yatırımlara göre bu ihtiyaç dengesi sağlanamamıştır. Mevcut yurtların niteliklerinin yükseltilmesine yönelik çalışmalar yapılmasına rağmen fiziki imkanların arttırılmasına yönelik çalışmalara da ihtiyaç duyulmaktadır. Okullaşma oranının gelişmiş ülkeler seviyesine çıkmasıyla yurt imkânlarının ve niteliklerinin arttırılması da önemli bir ihtiyaç durumuna gelmiştir (Aslanargun, 2010; 34).

Memnuniyet kavramı yaşam kalitesi için önemlidir. Bu olgu özünde yaşam kalitesi kavramıyla alakalıdır (Buluş, 2004: -13). Yurt yaşamı öğrencileri ailelerinden uzaklaştırmakta, bununla birlikte birçok problemle de karşı karşıya bırakarak mücadele etmek imkânı sunmaktadır (Kaya ve Çilli, 2004:128-132). Bu yurtlarda yaşarken yaşadıkları problemlerle tek başına mücadele eden öğrencilerin yaşadıkları ortamdan ve hayattan bir takım beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentilerin karşılanma durumlarına göre yaşam doyumu düzeyleri de artmaktadır (Turan ve Ünsel, 2014: 92).

Yükseköğrenim gençliğine hizmeti esas alan Kredi Yurtlar Kurumu açısından hizmet kalitesi kavramı şu şekilde açıklanmaktadır (Cengiz, 2003: 5);''Yurt hizmetlerinde kalite önemlidir. Olası problemleri önceden sezinleyip tedbirler alarak işin baştan doğru yapılması esastır. Yurt hizmetlerinde kalite öğrenci tatminidir. Öğrencilerin beklentilerinin öğrenilip yerine getirilerek memnun edilmesidir. Yurt hizmetlerinde kalite verimliliklerdir. Devamlı eğitilen, araç ve gereçle desteklenen çalışanın standartlara uygun sayıda öğrenciye hizmet sunmasıdır. Yurt hizmetlerinde kalite etkinliktir. Yurt yatak kapasitesinin tamamına yakınında ya da tamamında öğrenci barındırılmasıdır.''

Kamu hizmetleri toplumsal hayat için şart olan, zorunlu ve toplumun tamamının kullanımına sunulan hizmetlerdir. Kurumlar vatandaş odaklı ve tüketiciyi tatmin eden anlayışla, etkin ve kaliteli hizmet sağlaması varlıklarını sürdürebilmeleri için zorunludur. Bu hizmetlerin sağlanmasında kurum içi ve öğrencilerle olan kurum dışı etkileşimin

sağlıklı bir yapıya kavuşturulması mecburidir. Kredi Yurtlar Kurumu hizmetlerinin kalitesinin yükseltilmesi gayretleri, modern yönetim tekniklerinin kullanılmasını gerekli hale getirmiştir. Yurttaki öğrenci sirkülasyonu sebebiyle, hizmet kalitesini isteyen ve nitelendiren öğrenci hayatı boyunca bir kez yurttan barınmakta ve sunulan hizmeti bu zaman içerisinde değerlendirebilmektedir (İkiz, 2008:124-125).

Öğrenci odaklı bir kültürün oluşturulmasında, doğru işin doğru biçimde gerçekleştirilmesinin yanı sıra, bilginin yönetilmesi ve öğrencinin de sürecin içine dâhil edilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda öğrenci memnuniyetinin nasıl yükseltileceği konusunda öğrencilerden alınan veriler de önem arz etmektedir (Mısırlıoğlu, 2014:125-131). Teknolojideki gelişmeler ve farklılık karşısında öge eskiye göre daha seçici davranmaktadırlar. Bu açıdan sunulan hizmetten duyulan memnuniyetin yükseltilmesinde güvenlik, saygınlık, tutarlılık, birebir iletişim üzerinde durulması gereken noktalar arasında önemli bir yer arz etmektedir (Mısırlıoğlu, 2014:125).

Karasoy (2007) kamu ve özel öğrenci yurtlarını kıyaslamalı bir biçimde ele almıştır. Araştırmasında yüksek seviyede bürokratik yapıya bağlı kalan, rekabetten uzak ve yenilikçi bir örgüt yapısı bulunmayan kamu yurtlarında hizmet kalitesinin özel yurtlardaki örgüt yapısından kaynaklanan hizmet kalitesine kıyasla daha düşük düzeyde olduğu sonucu tespit edilmiştir. Araştırmada öğrenci memnuniyetini yükselten ya da düşüren etkenler şunlardır: Öğrenciler erken yaşlarda (15 -18) daha yüksek memnuniyete sahip iken ileri yaşlarda (26 – 30) bu oran gittikçe düşmektedir. Odada barınan öğrenci sayısı yükseldikçe memnuniyet düzeyi azalmaktadır. Öğrencilerin yurttan barınma süresi arttıkça memnuniyet seviyeleri azalmaktadır. Özel yurtlarda barınan öğrencilerin memnuniyet seviyesi kamu yurtlarına kıyasla daha fazladır. Karasoy'un (2007) araştırmasına konu olan yurtlarda öğrencilerin memnun olduğu ana faktörler, maddi açıdan uygun olması, çevre düzenlemeleri, öğrencinin kendini güvende hissetmesi, sosyal ve kültürel faaliyetler hakkında bilgilendirilmeleridir. Ayrıca, güvenlik ve temizlik hizmetlerinin özelleştirilmesi sonucunda 24 saat kesintisiz hizmet vermeye başlaması bu hizmet alanlarında da yüksek memnuniyet düzeylerine ulaşılmıştır. Ancak algılanan psikolojik destek zayıf çıkmıştır (Öztürk, 2010: 7-8).

Yükseköğretimde barınma hususunda önemli bir problem de ilgililerin bu konuyu yükseköğretim bütünlüğü içinde ele alamaması ve problemi yalnızca barınmadan

ibaret iken, modern hayatın gereklerinden olan sosyalleşme, statü, kimlik kazanma gibi kriterleri ile ele almamalarıdır (Akpınar, 2010: 16).

Eğitim, ülkemizde ve dünyada devamlı olarak kapasitesi artan ve gelişen bir alandır. Yükseköğrenim düzeyinde artan öğrenci nüfusu barınma problemini de meydana getirmektedir. Bu nedenle hem kamu kurumları hem de özel sektör her kademede ihtiyaç duyulan barınma gereksiniminin karşılanması için gelecekte de sorumluluk üstlenmelidir. Ayrıca yurtların barınma yerinin ötesine geçerek eğitim sürecini destekleyen kurumlar olarak düşünülmesi gerekir. Yurtların bu şekilde bir misyona sahip olabilmesine yardımcı olabilecek şu öneriler sıralanabilir (Öztürk, 2010: 10-11; Yıldırım, 2010: 23):

- Yükseköğrenim kamu ve özel yurtların temsil edileceği çalıştaylar düzenlenerek ortak fikir uygulanmalıdır.
- İyi örneklerin paylaşılmasıyla kurumlar arasında ülke genelinde ya da bölgesel düzeyde deneyim aktarımı yapılmalıdır.
- Öğrencilere yurt hizmeti yalnızca barınma olarak görmeyecek eğitim paradigması geliştirilerek, toplumsal etkileşimin gerçekleştirilmesine yardımcı olan aktivitelerle desteklenmesi gerekir.
- Öğrencilerin mesleki bilinçlerine, sosyal sorumluluklarına ve uluslararası vizyon sahibi olmalarına katkıda bulunabilecek yazar, akademisyen veya sanatçıların birikimlerini yurtlardaki öğrencilere aktarmaları sağlanmalıdır.
- Yurt hizmetleri hususunda öğrenciyle etkileşim halinde olunmalı, öğrenci düşünce ve önerilerine dikkat edilmelidir.
- Fiziki hizmetler özel sektör mantığına uygun gerçekleştirilmelidir.
- Yurt binaları planlanırken sosyal mekânlar için yeterli düzeyde alan ayrılmalıdır.
- Ders çalışma ortamları için yeterli alan ayrılmalı, her öğrenciye ait çalışma yeri tahsis edilmelidir.
- Yurtlara hiçbir koşulda kapasitelerinin üzerinde öğrenci yerleştirilmemelidir.
- Yurtlarda hizmet sunan özel işletmelerin belirlenen standartlarda hizmet sağlamaları için düzenli olarak denetim yapılmalıdır.

Ayrıca Baş (2010)'a göre koğu sistemi yerine oda standardı belirlenmelidir. Yani odalarda barınan öğrenci sayısı yaşam standardına uygun bir düzeyde tutulmalıdır (Baş, 2010: 28).

Barınma konusu tarih boyunca insanoğlunun en temel problemlerinden biri olmuştur. Eğitim, barınma, beslenme, ulaşım gibi temel ihtiyaçlar birbiriyle ayrılmaz bir bütündür. Kişinin tüm insani gereksinimlerini giderebilmesi, eğitimini tam ve noksansız bir şekilde gerçekleştirebilmesi için ruhsal ve bedensel olarak kendisini sağlıklı ve güvende hissedebileceği fiziksel yapılarda barınıyor olması gerekir. Yükseköğrenim öğrencileri; doğal yapıları ve enerjileri gereği halkın asıl dinamiklerini hareketlendirebilecek bir potansiyele sahiplerdir. Geleceğin teminatı olarak görülen üniversite gençliğinin kaliteli ve nitelikli eğitim almaları; kendilerine sağlanacak ‘‘iyi yaşam koşulları’’ ve bu yaşam koşullarında gençleri hayata hazırlayacak çalışanın ‘‘kalitesi’’ ile doğru orantılıdır (Kavuncu, 2010: 48-51).

Her ne kadar farklı sorunları bulunsa da yurtlar yaşama gereksinimini gidermektedir. Öğrenci odaklı bir anlayışla sorunlara çözüm getirilmeli, yurt sayıları yükseltilmeli, yurtlarda verilen olanakların kalitesi artırılmalıdır. Kurumsal olarak verilen kaliteli hizmetle beraber öğrencinin çok yönlü gelişmesine katkı sağlayacak şekilde faaliyetler yürütülmelidir. Yurtlar yalnızca bir örgüt mantığı ile nitelendirilmemeli kültürel hassasiyetler ışığında hedefleri belirlenen ek bir eğitim yuvası şekline getirilmesi gerekir. Öğrencilerin sıkıntı yaşadığı hususlardan birisi de ısınma sorunudur. Öğrenci beğenmediği yemeği mönüde gördüğünde ya artı masraf yapmak zorunda ya da mönüdeki diğer yemeklerle yetinmek zorunda kalmaktadır. (Tuncer, 2010:68-70).

Yurt binaları yalnızca bir gayrimenkul yatırımı olarak görülmemeli, yatırım, işletmecilikle beraber nitelendirilmelidir. Ancak bu şekilde tatminkâr bir yatırım getirisi elde edilebilmektedir. Buna ek olarak, Türkiye’de yurtlar yalnızca üniversiteye yakınlık unsuru ile nitelendirilmemeli, öğrenci beklentilerini bütünüyle gerçekleştirmek hedeflenmelidir (Met ve Özdemir, 2016: 87).

Memnuniyet veya memnuniyetsizlik ürün ya da hizmetin bir parçası değil, öğrencinin bireysel olarak ürün veya hizmete yüklediği bir algıdır. Bu sebeple farklı öğrenciler aynı tecrübe veya hizmetle karşılaştıklarında memnuniyet seviyeleri değişebilir. İncelenen birçok araştırmada öğrenci memnuniyetinin duygusal ve bilişsel açıdan farklı değişimler yaşamaktadır. Duygusal faktörler çok önemlidir, çünkü tavırlar ve değerler öğrenci davranışlarını direkt etkilemektedir. Ayrıca öğrencinin yetişmiş

olduğu kültürün de duygusal boyutları etkilediği bilinmektedir (Banar ve Ekergil, 2010:42-43).

Hizmet kalitesi, fiyat, çevre ve bireysel farklılıklar öğrenci memnuniyetini etkilemektedir. Öğrencilerin ürünleri ya da hizmeti satın alımlarındaki temel sebep, refah memnuniyetinin sağlanmasıdır. Öğrenci memnuniyetinin sübjektif bir unsur olması sebebiyle bireysel memnuniyet farklılaşmalara göre değişiklik göstermektedir. Bu durum ise, farklı ihtiyaçların tespit edilmesini gündeme getirmektedir (Güngör, 2015:7).

Öğrenciler memnun kalmadıkları hizmetle ilgili düşüncelerini çok sayıda bireye söylemelerine rağmen, memnuniyet ancak sorulduğu zaman paylaşılmaktadır. Sorulmadan da memnuniyetin paylaşılması için, hizmet kalitesinin beklentinin üzerinde olması gerekmektedir (Akaltan, 2004:37).

Memnun olmamış bir öğrenci için üç farklı davranış şekli vardır. Memnuniyetsizliklerini, direkt olarak hizmet aldıkları işletmeye bildirirler. Bu durumda, memnuniyetsizliğin giderilmesi için bir karşılık bekleyen öğrencilere işletme tarafından en uygun karşılığın verilmesi gereklidir. İkinci olarak, memnuniyetsizliklerini özel olarak; çevresindeki kişilere, ailelerine, dostlarına, yakınlarına veya içinde yer aldıkları danışma grubuna bildirirler. İşletme açısından, bu tür olumsuz etkileşim olumsuzluklara sebep olabilmektedir. Üçüncü olarak da, öğrenciler üçüncü bir tarafa memnuniyetsizliklerini ileterek yardım veya destek bekleyebilirler. Televizyon veya gazete gibi sosyal medya kuruluşları, bu tür konularda tüketicilere destek olan devlet veya sivil toplum kuruluşları veya hukuksal kurumlar, tüketicilerin memnuniyetsizliklerini bildirdikleri kuruluşlardır (Wells, 1996:413).

Memnun olmamalarına rağmen şikâyet etme eğiliminde bulunmayan öğrencilere memnun olmama sebepleri sorulduğunda en çok ifade ettikleri görüşler aşağıdaki gibidir (King, 1994:70):

- Şikâyetinin hoş karşılanmayacağını düşünmesi
- Kimsenin öğrenciyi dinleyeceğini zannetmemesi
- Ne zaman şikâyetle bulunsa öğrenciye kuşkuyla bakılması
- Şikâyet etmeyi denemesi fakat bir şey yapılmaması
- Kime şikâyet edebileceğini bilmemesi
- Öğrencinin sorunuyla ilgili olan kimsenin sorumluluk almak istememesi

- Şikâyet edildiğinde kaba davranılması ve bir sorgulamayla karşılanması

Kurumlar eğer gelen şikâyetleri doğru değerlendirmez ise o zaman daha çok öğrenci kaybetmeye mahkûm olacaktır. Burada önemli olan kurumun şikâyetleri değerlendirme şeklinin ne kadar objektif olduğudur (King, 1994:74).

Öğrencilerin memnuniyet seviyelerini yükseltmek için kaliteli hizmet sağlamak gerekmektedir (Mısırlıoğlu, 2014:129-130). Birçok araştırmada artık öğrenci memnuniyeti ve hizmet kalitesi arasında pozitif bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Özveren, 2010: 87-88).

Kullanıcı memnuniyeti ölçümlerinin belirli zaman aralıklarıyla tekrarlanması, hizmetin gelişimi ve memnuniyetin değişiminin kontrol edilmesi açısından önem kazanmaktadır (Güllü ve Kuşderci 2011:205).

Yapılan araştırmalara göre, öğrencilerin yurttan ayrılmayı düşünmeleri ile özel yükseköğrenim yurtlarından memnuniyetleri arasında oldukça anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Barındıkları özel yüksek öğrenim yurdundan ayrılmayı düşünmeyen öğrencilerin barındıkları yurdun hizmetlerinden daha fazla memnun oldukları anlamına gelmektedir (Oktay vd., 2008:161-166).

Yi (1994) tarafından yapılan çalışmada memnuniyetin satın alınan ürün veya hizmete göre değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu değişkenlikler; bir ürün veya hizmetten duyulan tatmin, satın alma kararı sonucu yaşanan tecrübeden duyulan tatmin, performans özelliğinden duyulan tatmin, kurumdan duyulan tatmin, satın alma eylemi öncesi tecrübeden duyulan tatmindir (Özbay, 2011:7).

Memnuniyet ölçümüne yönelik yapılan çalışmalar, memnuniyet anketlerinde sorulara verilen cevap alternatifleri sayısının ve kullanılan ölçek türünün tüketicilerin sorulara cevap vermesinde etkili olduğu belirtilmiştir ve araştırmada kullanılacak olan ölçek türü, ölçüm amacına ve tüketicilerden bilginin nasıl alınabileceğine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Alkaya ve Esi, 2005:582).

Öğrencilerin memnuniyet ortalamalarının düşük olduğu hususlarda iyileştirmelerin, diğer hususlarda da düzeltme ve geliştirme çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Öğrencilerin memnuniyet seviyeleri göz önünde bulundurularak yapılacak olan iyileştirme, düzenleme ve geliştirme çalışmalarının öğrenci

memnuniyetini pozitif yönde etkileyeceği ifade edilmektedir (Vural ve Eti İçli, 2010:348).

Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi yükseldikçe genel memnuniyet dereceleri de yükselmektedir veya algıladıkları hizmet kalitesi azaldıkça genel memnuniyet seviyeleri de azalmaktadır (Okumuş ve Duygun, 2008:36).

Hizmet kalitesini artırmak için; öğrenciye odaklanmak, hedeflenen kaliteyi açık bir biçimde tanımlamak, iyi eğitim verilmiş ve motive edilmiş çalışanlara sahip olmak gerekmektedir. Hizmet kalitesinin yaratılmasında yönetimin rolü oldukça büyüktür. Yöneticilerin liderlik ve sorumluluk sahibi olma özelliklerine ve planlama-organizasyon kabiliyetlerine sahip olması ve çalışanlarına kalite odaklı eğitim vermesi ve motive etmesi gerekmektedir. Düzenli aralıklarla memnuniyet anketlerinin yapılması çalışmalarda ne ölçüde başarılı olunduğunu tespit edecek önemli etkenlerden birisidir. Bu yöntemle gereksinimler daha kolay belirlenerek, iyileştirme çalışmalarının durumu kolayca analiz edilebilir. Kalite sadece teknik bir olgu değildir, kuruluştaki herkesin benimsemesi gereken ortak bir felsefe, bir yaşam şekli olarak yapılmalıdır. Statüsü ve görevine bakılmaksızın, herkesin tüm davranışları, alıcının tatmin olmasına yönelik faktörlere uygun olmalıdır (Mısırlıoğlu, 2014:125-131).



İKİNCİ BÖLÜM

**ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİNE İLİŞKİN KÜTAHYA HÜSNÜ
ÖZYEĞİN KIZ YURDU İLE KÜTAHYA GÜZELYURT ÖĞRENCİ KÖYÜ
ERKEK YURDUNDA BİR UYGULAMA**

2.1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmada kullanılan yöntemler ve veri toplama şekli hakkında bilgi verilip sonrasında sonuçlar değerlendirilecektir.

2.1.1. Araştırma ile İlgili Genel Bilgiler

Bu bölümde araştırmanın yapıldığı Kütahya’da bulunan Hüsnü Özyeğin kız yurdu ile Kütahya’da bulunan Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdu ile ilgili genel bilgiler verilmekte, araştırmanın amacı ele alındıktan sonra, varsayımlar, sınırlılıklar, hipotezler ve araştırmada kullanılan yöntem belirtilmektedir.

2.1.1.1. Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu

Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu, Dumlupınar Üniversitesi Rektörlüğü Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığına bağlıdır. Bu yurdu Rektörlük denetlemektedir.

Dumlupınar Üniversitesi Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı’nın amacı; öğrencilerin, çalışanın ruh ve beden sağlığını korumak, tedavi hizmetlerini yapmak, beslenme, barınma dinlenme, çalışma ve ilgi alanlarını öğrenerek ona göre boş zamanlarını değerlendirmek, yeni ilgi alanları edinmelerine yardımcı olmak, sağlıklarını korumalarına yardımcı olmak, kişiliklerinin ve yeteneklerinin sağlıklı şekilde gelişmesine sağlamak, onları bedensel ve ruhsal sağlıklarına özen gösteren kişiler olarak yetiştirmek geliştirmek, birlikte disiplinli ve düzenli çalışma, eğlenme ve dinlenme alışkanlıkları edinmelerini sağlamaktır.

Dumlupınar Üniversitesine bağlı olan Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu 1 Ekim 2006 yılında hizmete açılmıştır. Yurt binası Dumlupınar Üniversitesi Evliya Çelebi Yerleşkesi içerisinde bulunmaktadır. Odalar çift kişilik olup, toplam kapasite 512 kişidir. Üç blok şeklindedir ve her üç blokta toplam 256 oda vardır ve her odada, banyo, tuvalet bulunmaktadır.

2.1.1.2. Güzelyurt Öğrenci Köyü Erkek Yurdu

Kütahya şehir merkezinde bulunan Kütahya Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdu, Kütahya Belediyesi Sosyal Tesisleri bünyesinde olup 104 daire şeklindedir ve kişi sayısı 220’dir. Yurt, 2007 yılında hizmete açılmış olup halen faaliyetini sürdürmektedir.

Daireler tek, iki ve üç odalı şeklindedir. Odalar ise bir kişilik, iki kişilik ve dört kişilik şeklinde olup mutfak, oturma alanı, banyo ve tuvalet daire içersindedir.

Öğrencilerine daha iyi hizmet verebilmek ve ailelerin gönül rahatlığıyla çocuklarını yurda bırakabilmeleri için güvenli, huzurlu, konforlu ve doğayla iç içe bir ortam hazırlayan yurt yönetimi, değişmeyen tek şey değişimin kendisidir anlayışını benimseyerek, öğrencilerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda her dönem kendini geliştirmeyi amaçlamaktadır.

2.1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, öğrencilerin barındıkları yurttan hizmet beklentileri ile memnuniyetleri arasındaki ilişkinin düzeyini belirlemek, ayrıca bu memnuniyet düzeyleri ile beklenti ve ihtiyaçlarını ortaya koyarak, bunların karşılanması için çalışmaların yapılması amaçlanmaktadır. Yurtta sunulan hizmet kalitesi değişkeninin, barınma hizmeti gören öğrencilerin memnuniyeti üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi ile aralarındaki ilişki açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu amaç doğrultusunda,

- Hizmet kalitesinin barınma hizmeti gören öğrenciler tarafından nasıl algılandığının görülmesi,
- Öğrencilerin hizmet kalitesi değerlendirmesinde önemli kriterlerin neler olduğu, her bir kriterin diğer hizmet kalitesi değerlendirme kriterlerine göre önem derecesinin ne olduğunun belirlenmesi,
- Öğrencilerin barınma hizmetine yönelik ihtiyaçlarının belirlenmesi,
- Öğrenciler tarafından belirlenen problemler üzerinde ne tür iyileştirmelerin yapılabileceğinin ortaya konulması,
- Öğrencilerin önceliklerinin belirlenerek yurdun kalitesinin daha çok yükseltilmesi amaçlanmaktadır.

2.1.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın temel varsayımları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Araştırma kapsamında veri toplamak amacıyla kullanılan anketin, tezle ilgili uygulama için yeterli ve geçerli olduğu varsayılmıştır.

- Anket sorularını, öğrencilerin içtenlikle ve hiçbir etki altında kalmadan, gerçek durumlarını yansıtarak cevaplandığı, bu nedenle elde edilen verilerin güvenilir olduğu varsayılmıştır.
- Anket sorularını analiz etmek amacıyla kullanılmış olan yöntem ve teknikler var olan durumun tespitine ve çalışmanın amacını ortaya koymaya uygun olduğu varsayılmıştır.

2.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma; öğrencilerin, anket formu biçiminde hazırlanmış olan araştırma ölçeğine vermiş oldukları yanıtlara göre analiz edilmiştir. Yapılan anketlerde yüz yüze görüşme yöntemi uygulanmıştır. Anket araştırmasında her zaman karşılaşılabilecek evren, örneklem seçimi, ölçme ve anket formunun doldurulmasındaki yanıtlama hatalarının bu araştırmada da olabileceği düşünülmelidir.

2.1.5. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma kapsamında aşağıdaki ana hipotezler test edilecektir:

- H1:** Öğrencilerin yurdun fiziksel koşullarına ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.
- H2:** Yurdun sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.
- H3:** Yurdun beslenme yiyecek-içecek hizmetleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir..
- H4:** Yurdun insan ilişkileri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.
- H5:** Kurum hakkındaki düşünceler öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.
- H6:** Öğrenci kayıt kabul işlemleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.
- H7:** Yurdun kuralları öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H8: Yurdun iş görenleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.

H9:Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından pozitif yönde anlamlı bir farklılık vardır.

H10:Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre genel memnuniyet düzeyleri açısından pozitif yönde anlamlı bir farklılık vardır.

H11:Yurt öğrencilerinin yaşlarına göre yurt beslenme hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından pozitif yönde anlamlı bir farklılık vardır.

H12:Yurt öğrencilerinin sınıflarına göre yurttaki insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından pozitif yönde anlamlı bir farklılık vardır.

H13:Yurt öğrencilerinin yurttaki barınma sebebine göre yurdun fiziki koşullarına ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından pozitif yönde anlamlı bir farklılık vardır.

2.1.6. Yöntem

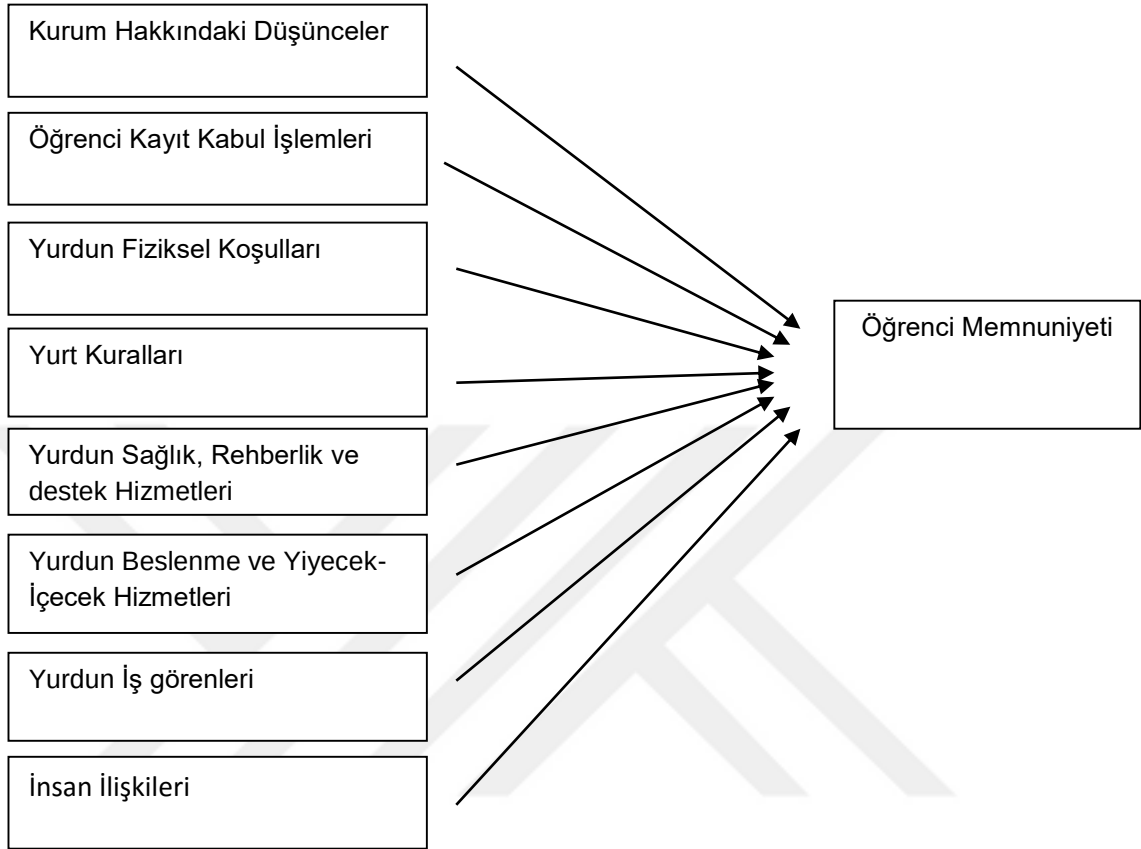
Araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama araçları, verilerin toplanmasında izlenen yol ve verilerin analizinde kullanılan istatistiksel yöntemler açıklanmaktadır.

2.1.6.1. Araştırma

Yurtta sunulan hizmet kalitesinin, barınma hizmeti gören öğrencilerin memnuniyeti üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi ile aralarındaki ilişki saptanmaya çalışılmıştır. Veri toplama aşamasında şartların önceden ayarlanması ve öğrencilerin belli yanıtları söylemeleri bakımından etkilenme söz konusu değildir. Bu hususlara dikkat edildiğinde, araştırmanın veri toplama modeli survey (genel tarama) modeli şeklinde nitelenebilir. Genel tarama modeli, çok sayıda elemanlardan oluşan bir evrende, evrenle alakalı genel bir yargıya varabilmek adına evrenin tamamı ya da ondan oluşan bir grup üzerinde yapılan taramadır. Bu modele dayanan araştırmalarda; durum nedir, neredeyiz, ne yapmak istiyoruz, nereye, hangi yöne gitmeliyiz, oraya nasıl gideriz gibi sorulara, elde edilen verilere dayanılarak yanıtlar aranır (Arseven, 1994: 13-14).

Bu bağlamda araştırmanın temel modeli Şekil 2.1’de gösterilmektedir.

Şekil 2.1: Araştırma Modeli



Şekil 2.1’de görüldüğü gibi, araştırmamızın temel modeli yurt hizmetleri ile hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyetinin oluşumuna etkisini açıklamaktadır. Modele bakıldığında ayrıca, yurt hizmetleri ile hizmet kalitesi arasında karşılıklı bir ilişki olduğu da görülmektedir.

2.1.6.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi

Evren araştırma sonuçlarının genellemek istendiği elemanlar bütünüdür ve 2 grupta sınıflanabilir. Birincisi, genel hedef evren, tanımlanması kolay fakat erişilmesi güçtür. İkincisi ise çalışma evreni, ulaşılabilen somut evren olarak tanımlanır. Yani, araştırmacının ya evrenin hepsinden ya da onu temsil edebileceği bir grubundan elde edeceği verilerle bir görüşte bulunabileceği evrendir (Mısırlıoğlu, 2014: 48). Araştırmanın evrenini, Dumlupınar Üniversitesi Rektörlüğü SKSD Başkanlığına bağlı H.Ö. Kız Öğrenci Yurdu ve Kütahya şehir merkezinde bulunan Güzelyurt Öğrenci Köyü Erkek Yurdu oluşturmaktadır. Araştırma ölçeği olan anket formu 170 adet kız yurduna,

110 adet erkek yurdu olmak üzere toplam 280 anket formu araştırmacı tarafından gerekli açıklamalar yapılarak katılımcılara sunulmuştur. Uygulanan anket sonucunda, anket formlarının 13 tanesi eksik ve hatalı doldurma gibi nedenlerden analiz dışı bırakılmıştır. Uygulanan anket formu sayısı toplam 267 olmuş ve bu sayıdan anket formları değerlendirmeye uygun bulunmuştur.

2.1.6.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Çünkü; anket yöntemi ekonomik bir veri toplama şeklidir ve hızlı bir şekilde çok sayıda kişiye ve veriye ulaşma imkanı sunması da, geniş kitlelere erişmesinden kaynaklı olarak büyük örneklemle evrene yaklaşma imkanı bulunabileceğinden verilerin güvenilirliği ve geçerliliği artacak ve kişilerin davranışsal, düşünsel, inançsal, güdüsel ve algısal özelliklerine ilişkin bilgilerin sağlanabilmesi mümkün olacak biçimde sıralanabilir (Ural ve Kılıç, 2006:56; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:51).

Araştırmada veri toplama aracı olarak, daha etkili sonuçlar almak için yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Anket formları öğrencilere dağıtılarak nasıl yapmaları gerektiği anlatılmış ve öğrencilerin etki altında kalmamaları için anketi kendi başlarına yapmaları istenmiştir. Literatürde bulunan öğrenci memnuniyeti alanında yapılan önceki tez ve makalelerde kullanılan anket formlarının incelenmesiyle, anket sorularının teoriye uygunluğuna da dikkat edilerek, anket formu en kapsamlı ve teoriye uygun olan SAV (2008)'in ölçeğine paralel olarak 5'li Likert ölçeğine göre hazırlanan toplam on bölümden ve 79 sorudan oluşmuştur.

Anketin birinci bölümünde yer alan ilk dört soru, öğrencilerin kaldıkları yurda ilişkin kurum hakkındaki genel düşüncelerini içermektedir. İkinci bölüm 5-9. sorular, yurdun öğrenci kayıt-kabul işlemlerinin ne şekilde yapıldığı ile ilgili öğrenci görüşlerini saptamaya yöneliktir. 10-21. sorular, yurdun fiziki koşullarının ihtiyaçları karşılama düzeyi, kullanıma uygunluk düzeyi, görseelliği, ulaşılabilirliği, konumu gibi hizmet boyutlarını da kapsayan özellikleri konusundaki görüşlere yöneliktir. 22-27. sorular, yurt kurallarının öğrencinin ne düzeyde memnun olduğunu saptamak içindir. 28-38. sorular öğrencinin yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetlerini ne derece kullanabildiği, hizmetlerden memnuniyet düzeyi, hizmetlerin yeterliliği, kültürel ve sosyal faaliyetlerin uygulanabilirliği hususundaki görüşlerini saptamak amacıyla sorulmuştur. 39-45. sorular

beslenme yiyecek-içecek hizmetlerinin, hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkisi saptanmaya çalışılmıştır. 46-58. sorular iş görenlerin hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla sorulmuştur. 59-62. sorular insan ilişkilerinin hizmet kalitesine etkilerini ölçebilmek için sorulmuştur. 63-71. sorular genel olarak hizmet kalitesinin öğrencinin memnuniyeti üzerine etkisi, bağlılığını, tatmin olup olmadığını, yurt hakkındaki genel düşüncelerini öğrenmeye yönelik sorulmuştur.

Son bölüm olan onuncu bölümde öğrenciler hakkında tanımlayıcı kişisel bilgileri içeren sorular yer almaktadır.

2.1.6.4. Verilerin Analizi

Anket formlarıyla toplanan bilgiler kontrol edilmiş ve 280 adet anket formundan cevaplandırılan 267 adet anket formu değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Uygulama sonlandırıldıktan sonra, anket formları tekrar incelenmiş ve kurallara uyarak cevaplandırılan anketler değerlendirmeye tabi tutulmuştur ve anket soruları numaralandırılarak dijital ortama aktarma yapılmıştır. Araştırma çalışmasında gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda oluşan veriler SPSS 18.0 paket programına aktararak araştırma amaçları doğrultusunda çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

Araştırmada elde edilen veriler, her soruya ve konu dağılımına göre frekans, yüzde, aritmetik ortalama, tablo ortalaması ve standart sapmalar şeklinde belirtilmiştir ve güvenirlik analizi ile korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırma hipotezlerinin test edilmesinde parametrik hipotez testlerinden “regresyon analizi”, “Anova” ve “t Testi” yapılmıştır. Bilgisayar aracılığıyla anketin değişkenlerine göre, “kesinlikle katılmıyorum” seçeneğine (1), “katılmıyorum” seçeneğine (2), “kararsızım seçeneğine (3), “katılıyorum” seçeneğine (4) ve “kesinlikle katılıyorum” seçeneğine ise (5) puan verilip veriler SPSS programına aktarılmıştır.

Tablo ortalaması (Aritmetik Ortalama) yorum yapılırken, 1-2,33 arasındaki değerlerin “katılmıyorum”, 2,34-3,66 arasındaki değerlerin “kısmen katılıyorum”, 3,67-5 arasındaki değerlerin “katılıyorum-kesinlikle katılıyorum” düzeyinde değer taşıdığı kabul edilmiştir. Düzeylerin yer aldığı bu aralıklar, seçeneklere verilen en düşük değer olan 1 ile en yüksek değer olan 5 arasındaki seri genişliğinin (4’ün) araştırmacı tarafından

“katılmıyorum”, “kısmen katılıyorum ” ve “ katılıyorum-kesinlikle katılıyorum” şeklinde belirlenen düzey sayısına (3’e) bölünmesiyle elde edilmiştir (Özler vd., 2008:43).

Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis), herhangi bir konuda örnekleme meydana getiren birimler üzerinden veri toplamak amacıyla geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006:286).

Ölçme aracını meydana getiren ifadelerin karşılıklı tutarlılık göstermesi, her ifadenin toplam değerinin bir doğrusal bileşeni olmasına ve aralarında ilişki olmasına bakılarak yorum yapılmaktadır. Güvenilirlik analizi sonucu elde edilen güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değer almaktadır ve güvenilirlik analizi için Cronbach Alpha, Split-Half, Guttman, Parallel, Strict Parallel vb. gibi bir çok yöntem uygulanmaktadır. Bu yöntemlerden en sık kullanılan Cronbach Alpha yöntemi tercih edilmiştir. Yapılan analiz sonucu elde edilen Cronbach Alpha katsayısı (α) şu şeklide yorum yapılmıştır(Kalaycı, 2006:405)):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değil,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir

Cronbach Alpha katsayısı yorumlarına göre yapılan inceleme sonucunda, öğrencilerin yurt memnuniyeti ölçeğinin yüksek derecede güvenilir, olduğu saptanmıştır. Bir ölçeğin güvenilirliğinin saptanmasının yanısıra geçerliliğinin de sağlanması gerekir. Bunun için, anket formunun hazırlanması aşamasında, bu konu ile ilgili alanlarda uzman bireylerin görüşlerinden faydalanarak, istatistiksel analize uygunluk hakkında istatistik uzmanı kişilerle görüşme yapılarak ön çalışma sürecinde, deneklerden sorularla ilgili görüş ve eleştirileri istenerek, güvenilirliğin yanında geçerli bir ölçek geliştirilmeye çalışılmıştır.

Korelasyon analizi, iki veya daha çok değişken arasında ilişki bulunup bulunmadığını; varsa yönünü ve gücünü gösteren oldukça yaygın bir istatistiksel analiz tekniğidir. Korelasyon analizinde üç çeşit korelasyon katsayısı (correlation coefficients) hesaplanmaktadır. Bunlar; Pearson, Kendall tau-b ve Sperman değerleridir. Pearson katsayısı parametrik, diğerleri ise parametrik olmayan test ölçüleridir. Korelasyon analizi

sürecinde eğer araştırmada iki değişken arasındaki ilişkinin yönü belirtilmemişse (ki genellikle belirtilmez), o zaman iki yönlü (two-tailed) anlamlılık testi yapılır. Eğer önceden ilişkinin yönü belirli ise tek yönlü (one-tailed) anlamlılık testi yapılır (Ergün, 1995: 124-131).

İstatistiksel bir araştırmada örneklemden elde edilen değerler ile ana kütle parametrelerinin tahmini işleminde ana kütle tahmin değeri ile gerçek değeri arasında farkın anlamlı olup olmadığını görebilmek amacıyla hipotez testleri yapılmaktadır (Akın, 2002:181).

Tez çalışmasında yer verilen istatistiksel işlemlerle, bu işlemlerle alakalı tablolarda bulunan semboller ile anlamları şu şekildedir:

?: Yüzde

$\bar{X}$: Aritmetik ortalama (tablo ortalaması)

α : Güvenirlilik (reability)

S.D.: Standart sapma (standard deviation)

df: Serbestlik derecesi (degree of freedom)

p: Önem (anlamlılık) düzeyi

n: Anketi cevaplayan denek sayısı

R: Korelasyon katsayısı

R^2 : Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama düzeyi

β : Beta katsayısı

2.2. BULGULAR VE YORUM

Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu ve Güzelyurt Öğrenci Köyü Erkek Yurdu öğrencilerine uygulanan anket çalışmasında verilerin analizinde istatistik tekniklerden güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon, regresyon, t-testi, anova analizleri kullanılarak hipotezler analiz edilmeye çalışılmıştır.

2.2.1. Güvenilirlik Analizi (Reliability Analysis)

Anketin güvenilirliğini ölçebilmek adına 267 öğrenci üzerinde bu anket uygulanmıştır. Sav (2008)'ın geliştirdiği 79 değişkenli, Likert tipi anket verilerinin güvenilirliği SPSS 18.0 paket programı kullanılarak yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha katsayısı 0,948 olarak bulunmuş, söz konusu değer 1'e çok yakın bir değer olduğu için anketin güvenilir olduğu ve neticesinde araştırmada kullanılmasına karar verilmiştir.

Tablo 2.1: Güvenilirlik Analiz Neticeleri

Ana Faktörler	Cronbach's alpha	Soru Sayısı
Değişkenler (N=267)	0,948	79

2.2.2. Araştırma Örnekleminde Demografik Özellikleriyle Alakalı Bulgular

Anket sorularına geçerli cevap veren 267 öğrenciden, Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu ve Güzelyurt Öğrenci Köyü Erkek Yurdu öğrencilerinin demografik yapısı açısından cinsiyetlerine, yaş gruplarına, fakültelerine, sınıflarına, uyruklarına, aile gelirlerine göre dağılımıyla öğrencilerin barındığı yurtta kalma süresi ve nedenleri bulunmakta ve ilgili verilere ilişkin gruplandırmalar yer almaktadır.

Tablo 2.2: Öğrencilerin Demografik Dağılımı

Demografik Faktörler		Katılımcılar	
		Sayı	%
Cinsiyeti	Bayan	163	61,0
	Bay	104	39,0
	Toplam	267	100,0
Öğrencinin Yaşı	17-20	121	45,3
	20-25	136	50,9
	25 ve üzeri	10	3,7
	Toplam	267	100,0
Öğrencinin Uyruğu	TC	264	98,9
	Diğer	3	1,1
	Toplam	267	100,0
Okuduğu Sınıf	Hazırlık sınıfı	22	8,2
	Birinci sınıf	109	40,8
	İkinci sınıf	61	22,8
	Üçüncü sınıf	43	16,1
	Dördüncü sınıf	16	6,0
	Dördüncü sınıf üzeri	13	4,9
	Yüksek lisans	3	1,1
	Toplam	267	100,0
Fakülte	Eğitim Bilimleri Enstitüsü	8	3,0
	Sosyal Bilimleri Enstitüsü	4	1,5
	Fen Bilimleri Enstitüsü	2	,7
	Sağlık Bilimleri Enstitüsü	6	2,2
	Eğitim Fakültesi	14	5,2
	Fen Edebiyat Fakültesi	30	11,2
	Güzel Sanatlar Fakültesi	12	4,5
	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	91	34,1
	Tıp Fakültesi	12	4,5
	İslami İlimler Fakültesi	10	3,7
	Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu	1	,4
	Kütahya Sağlık Yüksekokulu	17	6,4
	Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu	13	4,9
	Mühendislik Fakültesi	32	12,0
	Yabancı Diller Yüksekokulu	4	1,5
	Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	5	1,9
	Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	4	1,5
	Kütahya Güzel Sanatlar Meslek Yüksekokulu	2	,7
	Toplam	267	100,0

Tablo 2.2: (devam) Öğrencilerin Demografik Dağılımı

Ailesinin Aylık Geliri	0-500	83	31,1
	500-750	66	24,7
	750-1250	67	25,1
	1250 ve üstü	51	19,1
	Toplam	267	100,0
Yurtta Barınma Süresi	1 yıldan az	107	40,1
	1-2 yıl	110	41,2
	2-3 yıl	34	12,7
	4 yıl ve üzeri	16	6,0
	Toplam	267	100,0
Yurtta Kalma Sebebi	Ekonomik olması	156	58,4
	Güvenli olması	3	1,1
	okula yakın olması	41	15,4
	ailemin isteği	40	15,0
	sosyalleşme	8	3,0
	yurt hayatını daha disiplinli buluyorum	3	1,1
	temizlik yapma , yemek vb işlere zaman ayırmayıp derslerime daha çok zaman ayırma isteğim	13	4,9
	diğer	3	1,1
	Toplam	267	100,0

Tablo 2.2’ de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, ankete katılanların %61,0’lık kısmını kadınlar, %39,0’luk kısmını ise erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 2.2’ de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin yaş gruplarına göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, ankete katılan öğrencilerin %45,3’lük kısmı 17-20 yaş arasında yer almaktadır. %50,9 kısmını 20-25 arası yaşta, %3,7’lik kısmını 25 ve üzeri yaş arasındadır.

Tablo 2.2’ de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin eğitim seviyeleri ise, sınıf dağılımına göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, öğrenci sınıflarıyla alakalı büyük çoğunluğu % 40,8’lik birinci sınıflar oluşturmaktadır. Hazırlık sınıfı %8,2’lik kısmı, ikinci sınıflar %22,8’lik kısmı, üçüncü sınıflar %16,1’lik kısmı, dördüncü sınıflar %6,0’lık kısmı, dördüncü sınıf ve üzeri %4,9’luk kısmı, yüksek lisans öğrencileri ise, %1,1’lik dilimi oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 2.2' de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin fakültelerine göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, % 3,0'lık kısmını Eğitim Bilimleri Enstitüsü, %1,5'lik kısmını Sosyal Bilimleri Enstitüsü, %,7'lik kısmını Fen Bilimleri Enstitüsü, %2,2'lik kısmını Sağlık Bilimleri Enstitüsü, %5,2 kısmını Eğitim Fakültesi, %11,2'lik kısmını Fen Edebiyat Fakültesi, %4,5'lik kısmını Güzel Sanatlar Fakültesi, %34,1'lik kısmını İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %4,5'lik kısmını Tıp Fakültesi, %3,7'lik kısmını İslami İlimler Fakültesi, %,4'lük kısmını Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, %6,4'lük kısmını Kütahya Sağlık Yüksekokulu, %4,9'luk kısmını Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, %12,0'lık kısmını Mühendislik Fakültesi, %1,5'lik kısmını KTB MYO, %,7'lik kısmını Kütahya Güzel Sanatlar MYO öğrencilerinin oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 2.2' de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin uyruklarına göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, %98,9'luk kısmını TC uyruklu, %1,1'lik kısmını diğer uyruklu öğrencilerin oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 2.2' de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin aylık gelir durumuna göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, %31,1'lik kısmı 0-500,00.-TL. arasında, %24,7'lik kısmı 500,00-750,00.-TL. arasında, %25,1'lik kısmı 750,00-1.250,00.-TL. Arasında, %19,1'lik kısmı da 1.250,00.-TL. ve üzeri gelir dağılımında toplandığı görülmektedir.

Tablo 2.2' de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin yurttan barınma süresine göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, %40,1'lik kısmını 1 yıldan az, %41,2'lik kısmını 1-2 yıl, %12,7'lik kısmını 2-3 yıl, %6,0'lık kısmını 4 yıl ve üzerinin oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 2.2' de görüldüğü üzere, ankete katılan öğrencilerin yurttan barınma sebebine göre yüzde dağılımlarına bakıldığında, en büyük payı %58,4'lük kısmı ile ekonomik sebepler olduğu görülmektedir. Bunu %1,1'lik kısmını yurtden güvenli olması, %15,4'lük kısmını okula yakın olması, %15,0'lık kısmını öğrencinin ailesinin isteği, %3,0'lık kısmını sosyalleşme, %1,1'lik kısmını öğrencilerin yurt hayatını daha disiplinli bulmaları, %4,9'luk kısmını öğrencilerin temizlik yapma, yemek vb. işlere zaman ayırmayıp derslerine daha çok zaman ayırmak istemeleri, %1,1'lik kısmını diğer seçeneği oluşturduğu görülmektedir.

2.2.3. Öğrencilerin Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Çalışmanın bu bölümünde, öğrencilerin yurt memnuniyetine yönelik sorulara verdikleri cevaplar, SPSS paket programında analiz edilmiş ve elde edilen tablo ortalamaları, standart sapma değerleri ayrı ayrı gösterilmiştir.

2.2.3.1. Öğrencilerin Kurum Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin kurum hakkındaki görüşleri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.3: Öğrencilerin Kurum Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Kurum Hakkında Düşünceler İşlevi İle İlgili Değişkenler	$\bar{X}$	S.D.
1	Kurumun vizyon, misyon, hedef ve amaçlarını biliyorum.	3,37	1,358
2	Kurum, bizler ve ailelerimiz tarafından iyi bir izlenime sahiptir.	3,55	1,239
3	Kurumun sistemlerinde, etkili, gelişime açık ve verimlilik artışını destekleyen bir yapı mevcuttur.	3,24	1,192
4	Kurum bize sürekli gelişme fırsatı sağlar ve fırsat eşitliğini önemser.	2,85	1,227

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.3' de yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan 'Kurum, bizler ve ailelerimiz tarafından iyi bir izlenime sahiptir' değişkenine ilişkin değer 3,55'dir. Bu değere göre, kurumun öğrenciler ve aileleri tarafından iyi bir izlenime sahiptir görüşüne kısmen katılmaktadırlar. Öğrencilerin barındıkları kurum hakkında öğrenci ve ailelerinin izlenimlerinin bulunduğunu ve bu izlenimlerin olumlu yönde olduğunu söylemek mümkündür.

2.2.3.2. Öğrencilerin Kayıt Kabul İşlemleri Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin kayıt kabul işlemleri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.4: Öğrencilerin Kayıt Kabul İşlemleri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Öğrenci Kayıt Kabul İşlemleri İşlevi İle İlgili Değişkenler	X	S.D.
1	Yurda kayıt olma işlemleri düzenli, hızlı ve kolay yapılmaktadır.	3,87	2,179
2	Başvuru sırasında içten ve samimi karşılanırsınız.	3,79	1,111
3	Yurt ücreti ve ödeme şekli tarafımızca uygundur.	3,26	1,375
4	Odalar isteğimize uygun verilmektedir.	3,13	1,432
5	Yurda kaydımız gerçekleşirken olası özel ihtiyaçlarımız öğrenilmektedir.	3,00	1,416

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.4’te yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan ‘yurda kayıt olma işlemleri düzenli, hızlı ve kolay yapılmaktadır’ değişkenine ilişkin değer 3,87’dir. Bu değere göre öğrencilerin yurda kayıt olma işlemleri düzenli, hızlı ve kolay yapılmaktadır görüşüne çok katılmaktadırlar. Yurda kayıt olma sırasında kayıt işlemlerinin hızlı bir şekilde yapıldığını, öğrencilerin zorluk yaşamadan kolaylıkla kayıt olduğunu, kayıt işlemlerinin personel tarafından düzenli bir biçimde yapıldığını söylemek mümkündür.

2.2.3.3. Öğrencilerin Yurdun Fiziki Koşulları Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin yurdun fiziki koşulları ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0 paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.5: Öğrencilerin Yurdun Fiziki Koşulları Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Yurdun Fiziki Koşulları/Odalar İşlevi İle İlgili Değişkenler	X	S.D.
1	Ekipmanlar kullanımına uygun, göze hitap etmekte ve rahattır.	3,17	1,295
2	Oda donanımı ihtiyaçlarımızı giderecek seviyededir.	3,15	1,242
3	Etüd salonları, çizim odaları ve rahat çalışma olanakları vardır.	3,04	1,314
4	Oda temizliği ve çarşaf değişimi istenildiği zaman yapılabilmektedir.	3,07	1,432
5	Odada barınan öğrenci sayısı uygundur.	3,88	1,215
6	Yurttaki fiziki mekanlarda aydınlatma ve havalandırma yeterlidir.	3,60	1,239
7	Yurtta ısıtma-ısınma ve sıcak su hizmeti yeterli düzeydedir.	3,38	1,418
8	İnternet hizmeti yeterli düzeydedir.	2,18	1,395
9	Çamaşır yıkama ve ütü hizmeti yeterli düzeydedir.	2,82	1,427
10	Kantin-Lokanta, terzi, kuaför, berber, kırtasiye vb. hizmetleri mevcuttur ve kolayca erişilebilir.	2,64	1,417
11	Yurdun fiziki konumu şehir merkezine yakınlık açısından uygundur.	2,68	1,407
12	Yurdun fiziki konumu üniversiteye ulaşım için uygundur.	3,60	1,499

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.5'te yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan 'odada barınan öğrenci sayısı uygundur' değişkenine ilişkin değer 3,88 'dir. Bu değere göre öğrenciler odada barınan öğrenci sayısı uygundur görüşüne çok katılmaktadırlar. Öğrencilerin odalarında birlikte kaldıkları kişi sayısından rahatsızlık duymadıklarını, bu kişi sayısı ile birlikte barınmayı tercih ederek rahat bir şekilde kalabildiklerini söylemek mümkündür.

2.2.3.4. Öğrencilerin Yurt Kuralları Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin yurt kuralları ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.6: Öğrencilerin Yurt Kuralları Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Yurt Kuralları İşlevi İle İlgili Değişkenler	X	S.D.
1	İdare tarafından belirlenen yurda giriş saatini uygun buluyorum.	3,62	3,467
2	Çalışma salonu, tuvalet ve koridor gibi ortak kullanım alanları öğrenciler tarafından titizlikle kullanılmaktadır.	2,99	1,268
3	Yurttaki disiplin kuralları ve bunların işleyişi tarafımda uygundur.	3,22	1,350
4	Ziyaretçilerimiz için uygun kabul yerleri vardır.	3,15	1,448
5	Saat 24:00'dan sonra ışıkların söndürülmesini, televizyonların kapatılmasını doğru buluyorum.	2,68	1,514
6	Oda ve yatak düzenine ilişkin kurallardan memnunum.	3,31	1,331

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.6'da yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan 'idare tarafından belirlenen yurda giriş saatini uygun buluyorum' değişkenine ilişkin değer 3,62'dir. Bu değere göre öğrenciler idare tarafından belirlenen yurda giriş saatini uygun buluyorum görüşüne kısmen katılmaktadırlar. Öğrenciler barındıkları yurt idaresinin belirlediği giriş saatini tamamen uygun görmeseler de bütünüyle karşı da olmadıklarını söylemek mümkündür.

2.2.3.5. Öğrencilerin Yurttaki Sağlık, Rehberlik ve Destek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0 paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.7: Öğrencilerin Yurttaki Sağlık, Rehberlik ve Destek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Yurttaki Sağlık, Rehberlik Ve Destek Hizmetleri İşlevi İle İlgili Değişkenler	X	S.D.
1	Sağlık problemi yaşandığında ve acil durumlarda izlenen yolları uygun buluyorum.	3,13	1,453
2	Yurt ortamı temiz ve sağlıklıdır.	3,28	1,271
3	Bize sunulan sportif ve kültürel faaliyetler yeterli düzeydedir.	2,73	1,353
4	Yurtta var olan barınma ve çalışma ortamının kalitesi motivasyonumuzu artırmaktadır.	2,89	1,287
5	Yurtta yeterli düzeyde sosyal tesis ve aktivite olanakları bulunmaktadır.	2,59	1,290
6	Tesisler ihtiyaca göre mesai saatleri dışında da hizmet sunmaktadır.	2,73	1,331
7	Gerektiğinde psikolojik rehberlik hizmetlerinden faydalanabilmekteyiz.	2,40	1,363
8	İdareciler, bizimle kişisel olarak ilgilenmektedir.	2,89	1,372
9	Yurtta barınmaya başladığım ilk haftalarda oryantasyon(kuruma alıştırma) programı düzenlenmiştir.	2,91	1,480
10	Yurtta; sosyal, kültürel, sportif vs. başarılar için ödüller verilmektedir.	2,37	1,349
11	Serbest zamanlarımızı değerlendirmek için yurttaki olanaklar yeterlidir.	2,48	1,302

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.7’de yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan ‘yurt ortamı temiz ve sağlıklıdır’ değişkenine ilişkin değer 3,13 ’tür. Bu değere göre öğrenciler yurt ortamı temiz ve sağlıklıdır görüşüne kısmen katılmaktadırlar. Öğrencilerin barındıkları yurt ortamı bütünüyle temiz ve sağlıklı olmasa da pis ve sağlıklı olmadığını söylemek mümkündür.

2.2.3.6. Öğrencilerin Yurtlarda Beslenme Yiyecek-İçecek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin yurtlarda beslenme yiyecek-içecek hizmetleri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0 paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.8: Öğrencilerin Yurtlarda Beslenme Yiyecek-İçecek Hizmetleri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Yurtlarda Beslenme Yiyecek-İçecek Hizmetleri İşlevi İle İlgili Değişkenler	X	S.D.
1	Günlük yemek kupon miktarları ve kullanıldığı alanlar uygundur.	2,63	1,461
2	Yurtta kantin hizmetleri ile lokantada sunulan yemek fiyatları uygundur.	2,34	1,366
3	Yurtta yemek hijyeni ile yemek yenilen yerin fiziki durumu uygundur.	3,07	1,402
4	Kaliteli yiyecek ve içecekler servis edilir.	3,46	2,317
5	Menülerde diyet ve vejetaryen yiyecek-içecekler seçeneği de mevcuttur.	2,87	1,490
6	Yiyecek-içecek menüleri milliyetlerimiz ve isteklerimiz doğrultusunda sunulmaktadır.	3,00	1,482
7	Yemeklerin besin değerleri, kalorileri, çeşitliliği ve gramajı uygundur.	3,10	1,400

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.8’de yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan ‘kaliteli yiyecek ve içecekler servis edilir’ değişkenine ilişkin değer 3,46 ’dır. Bu değere göre öğrenciler kaliteli yiyecek ve içecekler servis edilir görüşüne kısmen katılmaktadırlar. Yiyecek ve içecek hizmetinin bütünüyle yeterli kalitede olmasa da kalitesiz de olmadığını söylemek mümkündür.

2.2.3.7. Öğrencilerin İş görenler Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin iş görenler ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0 paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.9: Öğrencilerin İş görenler Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	İŞGÖRENLER İşlevi İle İlgili Değişkenler	$\bar{X}$	S.D.
1	Kurumda çalışan personel sayısı yeterlidir ve personel tecrübe, donanım açısından uygundur.	3,61	1,243
2	Çalışanlar güvenilir, düzgün ve titiz görünümündür.	3,77	1,143
3	Yönetim, öğrenci haklarını önemseyen, hoşgörülü ve diyalog taraftarıdır.	3,50	1,281
4	Çalışanlar sürekli olarak nazik ve saygılı davranır.	3,52	1,281
5	Çalışanlar, öğrencilerle empati kurmakta ve istekli hizmet vermektedir.	3,37	1,281
6	Tüm organizasyon bünyesinde etkin bir ekip çalışması vardır.	3,28	1,318
7	Bilgiler etkili bir haberleşme sistemi içerisinde bize aktarılır.	3,45	2,229
8	Çalışanlar tecrübe ve kişilik özellikleri yönünden yeterlidir.	3,45	1,254
9	Yönetim; dil, din, ırk, cinsiyet, yaş, malullük konusunda ayrımcılık yapmadan disiplini sağlamaktadır.	3,71	1,261
10	Çalışanlar bizlerin gizlilik haklarına saygılı ve duyarlıdır.	3,51	1,358
11	Yöneticiler, dilek ve şikâyetlerimizin kolayca iletilmesini sağlayarak, çözüme ulaştırır.	3,24	1,352
12	Çalışanlar memnuniyetimizi yükseltmek için gerekli desteği sağlamaktadır.	3,28	1,326
13	Yöneticiler, yenilik ve gelişmeleri bizlerle paylaşmaktadır.	3,31	1,276

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.9’da yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan ‘çalışanlar güvenilir, düzgün ve titiz görünümündür’ değişkenine ilişkin değer 3,77 ’dir. Bu değere göre öğrenciler; çalışanlar güvenilir, düzgün ve titiz görünümündür görüşüne çok katılmaktadırlar. Yurt çalışanlarının öğrencilere karşı görünümüne ve davranışlarına dikkat ettiğini söylemek mümkündür.

2.2.3.8. Öğrencilerin İnsan İlişkileri Hakkındaki Görüşleri

Öğrencilerin insan ilişkileri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.10: Öğrencilerin İnsan İlişkileri Hakkındaki Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	İnsan İlişkileri İşlevi İle İlgili Değişkenler	$\bar{X}$	S.D.
1	Sosyal ilişkilerimin kuvvetli olmasında yurttan kalmamın büyük rolü bulunmaktadır.	3,18	1,377
2	Verilen bilgiyi yeterli bulmadığımda yönetimden daha fazla bilgi isteyebilirim.	3,45	1,245
3	Yöneticilerin öğrencilere karşı yanlış hareketlerinin olduğunu düşünmüyorum.	3,39	1,291
4	Herhangi bir sorunum, bir isteğim veya önerim olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabiliyorum.	3,52	1,272

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.10’da yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip ‘her hangi bir sorunum, bir isteğim veya önerim olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabiliyorum’ değişkenine ilişkin değer 3,52 ’dir. Bu değere göre öğrenciler herhangi bir sorunum, bir isteğim veya önerim olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabiliyorum görüşüne kısmen katılmaktadırlar. Öğrenciler ilgili personele sorunlarını bütünüyle bildiremese de problemlerini dile getirebiliyor diyebiliriz.

2.2.3.9. Öğrencilerin Genel Anlamda Görüşleri

Öğrencilerin genel anlamda görüşleri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların SPSS 18.0 paket programında analizi sonucunda aşağıdaki tabloda yer alan tablo ortalamaları ve standart sapma değerleri elde edilmiştir.

Tablo 2.11: Öğrencilerin Genel Anlamda Görüşleri ile İlgili Ortalamalar ve Standart Sapma Değerleri

No.	Genel İşlevi İle İlgili Değişkenler	$\bar{X}$	S.D.
1	Yurda ödediğim ücretin karşılığını yeterince alıyorum.	2,73	1,314
2	Yurdun sunduğu barınma hizmeti tatmin edicidir.	3,07	1,284
3	Yurdun tanıtımı için verdiği bilgi ile gerçekte verdiği hizmetler tutarlıdır.	2,97	1,299
4	Yurtta kendimi güvende hissedeceğim yeterli güvenlik sistemi mevcuttur.	3,64	1,249
5	Bedensel engelli öğrencilere yönelik barınma hizmeti uygundur.	2,92	1,351
6	Bu yurtta barınmaktan memnunum ve başkalarına tavsiye ediyorum.	2,99	1,359
7	Barınma anlamında beklentilerimi yeterince gerçekleştiriyorum.	3,16	1,305
8	Önümüzdeki yıl yine yurtta kalmak isterim.	3,03	1,481
9	Her şeyi göz önüne alıp değerlendirdiğimde, yurttan genel olarak memnunum.	3,13	1,358

$\bar{X}$ = 1.00-2.36 Katılmıyor; $\bar{X}$ = 2.37-3.66 Kısmen katılıyor; $\bar{X}$ = 3.67-5.00 Çok katılıyor

Tablo 2.11’de yer alan verilere göre en yüksek tablo ortalamasına sahip olan ‘yurtta kendimi güvende hissedeceğim yeterli güvenlik sistemi mevcuttur’ değişkenine ilişkin değer 3,64 ’tür. Bu değere göre öğrenciler yurtta kendimi güvende hissedeceğim yeterli güvenlik sistemi mevcuttur görüşüne kısmen katılmaktadırlar. Öğrencilerin kendilerini güvende hissedecekleri yeterli güvenlik sistemi bütünüyle bulunmasa da tamamen yetersiz de değildir diyebiliriz.

2.2.4. Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet Arasındaki İlişkilerin Korelasyon Analizi Bulguları

Hizmet kalitesi ve memnuniyet işlevlerinin aralarındaki ilişkilerin yönü ve derecesini tespiti için Pearson Korelasyon Analizine ilişkin bulgular Tablo 2.12’de vardır.

Tablo 2.12: Pearson Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

N=267	Kurum	Kayıt	Sağlık	Beslenme	İş görenler	İnsan İlişkileri	Genel	Fiziki Koşullar	Kurallar
Kurum	1	,389**	,560**	,472**	,399**	,458**	,580**	,604**	,487**
Kayıt		1	,333**	,396**	,474**	,389**	,427**	,451**	,325**
Sağlık			1	,578**	,479**	,486**	,636**	,657**	,523**
Beslenme				1	,481**	,429**	,615**	,515**	,307**
İşgörenler					1	,604**	,578**	,463**	,251**
İnsan İlişkileri						1	,588**	,452**	,393**
Genel							1	,619**	,402**
Fiziki Koşullar								1	,523**
Kurallar									1

*(p<0,05) **(p<0,01)

Değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan korelasyon analizinde, korelasyon katsayısının aldığı değer ve anlam düzeyleri Tablo 3.12.’de yansıtılmıştır. Tablo 2.12’e, pozitif yönde en yüksek derecede anlamlı ilişkinin “fiziki koşullar” ile “sağlık” değişkenleri arasında ($r=0,657$; $p<0,01$) dır. Tablo 3.12’de ortaya çıkan ilişkilerin bazıları incelendiğinde; “genel” fonksiyonuyla “sağlık” fonksiyonu arasında nispeten güçlü (0,636); “fiziki koşullar” fonksiyonu ve “genel” fonksiyonu arasında nispeten güçlü (0,619); “genel” fonksiyonu ve “beslenme” fonksiyonu arasında nispeten güçlü (0,615); “fiziki koşullar” işlevi ve “kurum” işlevi arasında çok az güçlü (0,604); “insan ilişkileri” fonksiyonu ve “iş görenler” fonksiyonu arasında çok az güçlü (0,604); “genel” fonksiyonu ve “insan ilişkileri” fonksiyonu arasında çok az güçlü (0,588); “beslenme” fonksiyonu ve “sağlık” fonksiyonu arasında çok az güçlü (0,578); “kurallar” fonksiyonu ve “fiziki koşullar” fonksiyonu arasında çok az güçlü (0,523); “kurallar” fonksiyonu ve “kurum” fonksiyonu arasında çok az zayıf (0,487); “kurallar” fonksiyonu ve “iş görenler” fonksiyonu arasında zayıf (0,251) bir ilişkinin olduğu ($p<0,01$) saptanmıştır.

2.2.5. Hipotezlere İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Öğrencilerin yurdun hizmetlerinden algıladıkları kalitenin memnuniyetleri üzerindeki etkilerine yönelik gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 2.13’de yer almaktadır.

Tablo 2.13: Öğrencilerin Hizmet Kalite Algılarının Memnuniyet Üzerindeki Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	t	P	F	Model (p)	R2
Memnuniyet	(Constant)	-,255	-1,330	,185			
	Kurum Hakkındaki Düşünceler	,145	2,787	,006			
	Öğrenci Kayıt Kabul İşlemleri	,025	,523	,601			
	Yurttaki Sağlık, Rehberlik Ve Destek Hizmetleri	,182	2,888	,004			
	Yurttaki Beslenme, Yiyecek-İçecek Hizmetleri	,191	4,183	,000	51,909	0,000	0,617
	İşgörenler	,152	2,639	,009			
	İnsan İlişkileri	,179	3,603	,000			
	Yurdun Fiziki Koşulları	,210	2,701	,007			
	Yurt Kuralları	-,024	-,508	,612			

Öğrencilerin yurdun hizmetlerine ilişkin, kurum hakkındaki düşünceler, öğrenci kayıt kabul işlemleri, yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri, yurttaki beslenme yiyecek-içecek hizmetleri, işgörenler, insan ilişkileri, yurdun fiziki koşulları ve yurt kuralları görüşlerinin memnuniyetleri üzerindeki etkilerini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F=51,909$; $p=0.000<0.05$). Memnuniyetin belirleyicisi olarak kurum hakkındaki düşünceler, öğrenci kayıt kabul işlemleri, yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri, yurttaki beslenme yiyecek-içecek hizmetleri, işgörenler, insan ilişkileri, yurdun fiziki koşulları ve yurt kuralları görüşlerinin ilişkisinin (açıklayıcılık gücünün) çok güçlü olduğu görülmüştür ($R^2=0,617$). Öğrencilerin yurda ilişkin kurum hakkındaki düşünceler ile ilgili görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ($B=0,145$). Öğrencilerin öğrenci kayıt kabul işlemlerine ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilememektedir ($p=0.601>0.05$). Öğrencilerin yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetlerine ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ($B=0,182$). Öğrencilerin yurttaki beslenme, yiyecek-içecek hizmetlerine

ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ($B=0,191$). Öğrencilerin işgörenlere ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ($B=152$). Öğrencilerin insan ilişkilerine ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ($B=179$). Öğrencilerin yurdun fiziki koşullarına ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ($B=210$). Öğrencilerin yurt kurallarına ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilememektedir ($p=612>0.05$).

Sonuçlar doğrultusunda araştırmanın başında belirtilen hipotezlerin kabul/red durumları Tablo 2.14’de verilmiştir.

Tablo 2.14: Araştırmanın Hipotezlerinin Kabul/Red Durumları

Hipotezler	Kabul	Red
H1: Öğrencilerin yurdun fiziksel koşullarına ilişkin görüşleri memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	X	
H2: Yurdun sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	X	
H3: Yurdun beslenme yiyecek-içecek hizmetleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	X	
H4: Yurdun insan ilişkileri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	X	
H5: Kurum hakkındaki düşünceler öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	X	
H6: Öğrenci kayıt kabul işlemleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.		X
H7: Yurdun kuralları öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.		X
H8: Yurdun işgörenleri öğrencilerin memnuniyetlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir.	X	

2.2.6. Hipotezlere İlişkin “T Testi” Analizi Sonuçları

Bu başlık altında yurt öğrencilerinin demografik özellikleri açısından hizmet kalite algıları ve memnuniyet düzeylerindeki farklılıklara yönelik kurulan hipotezleri test etmek amacıyla yapılan t testi analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Söz konusu hipotezler ve hipotezlere ilişkin t testi analizi sonuçları H9 ve H10’ da yer almaktadır.

Tablo 2.15: H9 – H10 Hipotezlerine İlişkin t Testi Analizi Sonuçları

Hipotezler	Cinsiyet	N	$\bar{X}$	S.D.	t	p	Sonuç
H9: Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.	Bayan	163	3,2224	1,05483	-3,201	,002	Kabul
	Erkek	104	3,6346	1,00721			
H10: Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre genel memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır	Bayan	163	2,9591	,95836	-2,273	,024	Kabul
	Erkek	104	3,2489	1,05085			

Yurt öğrencilerinin insan ilişkileri bakımından cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılığın olup olmadığının anlaşılması için yapılan t testi analizi sonucunda bulunan p değeri ($0,002 < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğundan “H9: Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç, yurt öğrencilerinin cinsiyetlerinin insan ilişkilerine ilişkin aralarında farklılık olduğunu göstermektedir. Buna göre, cinsiyeti bay olan öğrencilerin cinsiyeti bayan olan öğrencilere göre insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Yurt öğrencilerinin genel memnuniyetlerinin cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin anlaşılması için t testi analizi yapılmış ve bulunan p değeri ($0,024 < 0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğundan “H10: Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre genel memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç, yurt öğrencilerinin cinsiyetlerinin genel memnuniyetlerine ilişkin aralarında farklılık olduğunu göstermektedir. Buna göre, cinsiyeti bay olan öğrencilerin cinsiyeti bayan olan öğrencilere göre genel memnuniyetlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

2.2.7. Hipotezlere İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

Bu başlık altında, yurt öğrencilerinin demografik özellikleri açısından hizmet kalitesi algıları ve memnuniyet düzeylerindeki farklılıklara yönelik kurulan hipotezleri

test etmek amacıyla yapılan ANOVA analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Söz konusu hipotezler ve hipotezlere ilişkin Anova analizi sonuçları H11 ve H13’de yer almaktadır.

Tablo 2.16: H11 – H13 Hipotezlerine İlişkin Anova Analizi Sonuçları

Hipotezler	df	F	P	Sonuç
H11: Yurt öğrencilerinin yaşlarına göre yurt beslenme hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.	266	3,379	,036	Kabul
H12: Yurt öğrencilerinin sınıflarına göre yurttaki insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.	266	2,196	,044	Kabul
H13: Yurt öğrencilerinin yurttaki barınma sebebine göre yurdun fiziki koşullarına ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.	266	3,200	,003	Kabul

Yurt öğrencilerinin beslenme hizmetlerine ilişkin yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek maksatlı Anova analizi neticesinde p değeri ($0,036 < 0,05$) istatistik açıdan anlamlıdır. ‘‘H11: Yurt öğrencilerinin yaşlarına göre yurt beslenme hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.’’ hipotezi kabul edilmiştir. Farklılığın kaynağını bulabilmek için gerçekleştirilen Tukey testi bize, 17-20 yaş grubunda olanlar ile 20-25 yaş grubunda olanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta ve iki grup karşılaştırıldığında 20-25 yaş grubunda olanların 17-20 yaş grubunda olanlara göre yurttaki beslenme hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Yurt öğrencilerinin sınıfları ile yurttaki insan ilişkilerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova analizi sonucunda bulunan p değeri ($0,044 < 0,05$) istatistik olarak anlamlı olduğundan ‘‘H12:Yurt öğrencilerinin sınıfları ile yurttaki insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.’’ hipotezi kabul edilmiştir. Birinci sınıf öğrencilerle ikinci sınıf öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta ve gruplar karşılaştırıldığında birinci sınıf öğrencilerin ikinci sınıf öğrencilerine göre insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Yurt öğrencilerinin yurttan barınma sebeplerine ilişkin yurdun fiziki koşullarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan anova analizi sonucunda bulunan p değeri ($0,03 < 0,05$) istatistik olarak anlamlı olduğundan “H13: Yurt öğrencilerinin yurttan barınma sebebine göre yurdun fiziki koşullarına ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Bu test neticesinde, yurdun ekonomik olması ile yurdun üniversiteye yakın olması arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta ve gruplar karşılaştırıldığında yurdu ekonomik olduğu için tercih eden öğrencilerin memnuniyet düzeyinin, yurdu üniversiteye yakın olduğu için tercih eden öğrencilerin memnuniyet düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır.

2.3. ARAŞTIRMA BULGULARINA İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME

Genel amacı öğrencilerin barındıkları yurtların hizmet kalitesinin memnuniyetlerine etkisini belirlemek olan araştırma, Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu ve Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdunda yapılmıştır.

Araştırmanın veri toplama yöntemi olan anket yöntemi ile söz konusu yurtlarda barınan 280 adet öğrenciye ulaşılmış ve bu öğrencilerden alınan anketlerin 267 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında; %61'inin bayan ve %39'unun erkek olduğu; %45,3'ünün 17-20, %50,9'unun 20-25 ve %3,7'sinin ise 25 ve üzeri yaş grupları içerisinde yer aldığı; %98,9'nun TC uyruklu ve %1,1'nin diğer uyruklu olduğu; %8,2'sinin hazırlık sınıfı, %40,8'inin birinci sınıf, %22,8'inin ikinci sınıf, %16,1'inin üçüncü sınıf, %6,0'ının dördüncü sınıf, %4,9'unun dördüncü sınıf ve üzeri ve %1,1'inin yüksek lisans öğrencisi olduğu; %3,0'ının Eğitim Bilimleri Enstitüsü, %1,5'inin Sosyal Bilimleri Enstitüsü, %0,7'sinin FBE, %2,2'sinin SBE, %5,2'sinin Eğitim Fakültesi, %11,2'sinin FEF, %4,5'inin GSF, %34,1'inin İİBF, %4,5'inin Tıp Fakültesi, %3,7'sinin İslami İlimler Fakültesi, %0,4'ünün BESYO, %6,4'ünün KSY, %4,9'unun Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, %12,0'nin Mühendislik Fakültesi, %1,5'nin Yabancı Diller Yüksekokulu, %1,9'unun Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, %1,5'nin Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, %0,7'sinin Kütahya Güzel Sanatlar Meslek Yüksekokulu olduğu; %31,1'nin 0-500TL arası, %24,7'sinin 500-750TL arası, %25,1'inin 750-1250TL arası ve %19,1'inin 1250 TL ve üstü aylık gelire sahip olduğu; %40,1'nin 1

yıldan az, %41,2'sinin 1-2 yıl arası, %12,7'sinin 2-3 yıl arası ve %6,0'ının 4 yıl ve üzeri yurttan barındığı; %58,4'ünün ekonomik olması, %1,1'inin güvenli olması, %15,4'ünün okula yakın olması, %15,0'ının ailesinin isteği, %3,0'ının sosyalleşme, %1,1'inin yurt hayatını daha disiplinli bulması, %4,9'unun temizlik yapma, yemek vb işlere zaman ayırmayıp derslere daha çok zaman ayırma isteği ve %1,1'inin diğer seçeneğinin (arkadaşımın bu yurttan kalıyor olması) yurttan kalma sebebi olduğu görülmektedir.

Yurt öğrencilerinin anket formunda verilen değişkenlere ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi amacıyla ifadelerin ortalamaları alınmıştır. Yurt öğrencilerinin yurtlarındaki hizmet kalitesi uygulamalarına ilişkin görüşlerine bakıldığında;

- Öğrencilerin kurum hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,55) ‘‘Kurum, bizler ve ailelerimiz tarafından iyi bir izlenime sahiptir’’ ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de öğrencilerin ve ailelerinin kurum ile ilgili iyi bir izlenime sahip oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin kayıt kabul işlemleri hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,87) ‘‘yurda kayıt olma işlemleri düzenli, hızlı ve kolay yapılmaktadır’’ ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de öğrenciler yurda kayıt olma işlemlerini düzenli, hızlı ve kolay bir şekilde yapmaktadır sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin yurdun fiziki koşulları hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,88) ‘‘odada barınan öğrenci sayısı uygundur’’ ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de öğrencilerin odada kaldıkları öğrenci sayısı uygundur sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin yurt kuralları hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,62) ‘‘idare tarafından belirlenen yurda giriş saatini uygun buluyorum’’ ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de idare tarafından belirlenen yurda giriş çıkış saatinin öğrenciler açısından uygun olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,13) ‘‘yurt ortamı temiz ve sağlıklıdır’’ ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de yurt

idaresinin yurt ortamının temiz ve sağlıklı olmasına önem verdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

- Öğrencilerin yurttaki beslenme yiyecek-içecek hizmetleri hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,46) “kaliteli yiyecek ve içecekler servis edilir” ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de yurt idaresinin öğrencilere kaliteli yiyecek-içecek hizmeti sunmaya önem verdiği sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin işgörenler hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,77) “çalışanlar güvenilir, düzgün ve titiz görünümlüdür” ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de yurt çalışanları giyimlerine, davranışlarına, dış görünümüne önem gösterdikleri ve güvenilir oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin insan ilişkileri hakkındaki görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,52) “herhangi bir sorunum, bir isteğim veya önerim olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabiliyorum” ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de yurt yöneticilerinin öğrencilerin problemlerini ve isteklerini rahatlıkla görüşebilecekleri ortamı sağladığı sonucuna ulaşılmaktadır.
- Öğrencilerin genel anlamda görüşleri ile ilgili yönetilen sorularda en yüksek ortalamaya sahip ifadenin (3,64) “yurtta kendimi güvende hissedeceğim yeterli güvenlik sistemi mevcuttur” ifadesi olduğu görülmekte ve bu nedenle de yurt yönetiminin öğrencilerin güvende olmaları için gerekli olan güvenlik sistemlerine önem verdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin yapılan korelasyon analizinde, hizmet kalitesi ve memnuniyet işlevlerinin aralarındaki ilişkilerin yönüne ve derecelerine bakıldığında, pozitif yönde en yüksek derecede anlamlı ilişkinin “sağlık, rehberlik ve destek” ve “genel görüşler” değişkenleri arasında ($r=0,636$; $p<0,01$) olduğu anlaşılmıştır. Yurttaki sağlık, rehberlik ve destek hizmetlerinin, öğrenciler sağlık problemi yaşadığında ve acil durumlarda gerekli müdahale edilmesi, yurt ortamının temiz ve sağlıklı olması, öğrenciye sunulan sosyal ve kültürel faaliyetler, yurttaki barınma ve çalışma ortamının öğrencinin motivasyonunu artırması, gerektiğinde öğrenciye psikolojik destek verilmesi, idarecilerin öğrencilerle kişisel olarak ilgilenmesi, serbest zamanları değerlendirmek için

olanakların sağlanmasında öğrencinin genel görüşlerinin de önemli olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür.

Yurdun hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla kurulan hipotezlere ilişkin yapılan regresyon analizi sonucunda;

- “Öğrencilerin yurdun fiziksel koşullarına ilişkin görüşleri memnuniyetlerini etkilemektedir” sonucuna ulaşılmıştır. Ekipmanların kullanıma uygun, göze hitap etmesi ve rahat olması, etüd salonları, çizim odaları ve rahat çalışma olanaklarının olması, ısıtma-ısınma ve sıcak su hizmetinin yeterli olması, internet hizmetinin yeterli olması, yurdun fiziki konumunun uygun olması öğrencinin rahat ve verimli bir yıl geçirmesini sağlayacaktır.
- “Yurdun sağlık, rehberlik ve destek hizmetleri öğrencilerin memnuniyetlerini etkilemektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. Öğrenciler sağlık problemi yaşadığında ve acil durumlarda gerekli müdahale edildiğinde öğrenci normal yaşamına daha hızlı dönecektir. Yurt ortamının temiz ve sağlıklı olması öğrencinin yurt içerisinde hastalanma ihtimalini azaltacaktır. Öğrenciye sunulan sosyal ve kültürel faaliyetler, yurttaki barınma ve çalışma ortamının öğrencinin motivasyonunu artırması, gerektiğinde öğrenciye psikolojik destek verilmesi, idarecilerin öğrencilerle kişisel olarak ilgilenmesi, serbest zamanları değerlendirmek için olanakların sağlanması öğrencilerin huzurlu ve mutlu bir yıl geçirmesini sağlayacaktır.
- “Yurdun beslenme yiyecek-içecek hizmetleri öğrencilerin memnuniyetlerini etkilemektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. Yurdun kantin hizmetleri ve sunulan yemeklerin kaliteli olması, yemek fiyatlarının uygun olması, sunulan yemeğin hijyen olması, yemek yenilen yerin fiziki durumu, yiyecek ve içeceklerin öğrencilerin istekleri doğrultusunda sunulması, öğrencilerin yemeklerini dışarıda yemek zorunda kalmayıp barındığı yurdunda kolaylıkla yiyebilmesi hem ücret olarak hem de zaman olarak öğrenciye artı sağlayacaktır.
- “Yurttaki insan ilişkileri öğrencilerin memnuniyetlerini etkilemektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin sorunu veya isteği olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabilmesi, yöneticilerin öğrencilere karşı yanlı hareketlerinin olmaması, öğrencilerin yurda karşı bakış açılarını olumlu yönde etkileyecektir ve tekrar yurttaki kalmaları için pozitif etkiye sahip olacaktır.

- “Kurum hakkındaki düşünceler öğrencilerin memnuniyetlerini etkilemektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. Yurdun öğrenciler ve aileleri tarafından iyi bir izlenime sahip olması, yurdun öğrencilere sürekli gelişme fırsatı sağlaması ve fırsat eşitliliğine önem vermesi, öğrencilerin yurttan kalmaya devam etmesiyle birlikte memnuniyetlerini öğrencilerin kendi çevresine pozitif yönde dile getirmesi ve kurumu tavsiye etmesi açısından önemlidir.
- “Öğrenci kayıt kabul işlemleri öğrencilerin memnuniyetlerini etkilememektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, öğrenci kayıt kabul işlemlerinin öğrencilerin memnuniyetlerinde bir farklılık yaratmadığını göstermektedir.
- “Yurdun kuralları öğrencilerin memnuniyetlerini etkilememektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, yurt kurallarının öğrencilerin memnuniyetlerinde bir farklılık yaratmadığını göstermektedir.
- “Yurdun iş görenleri öğrencilerin memnuniyetlerini etkilemektedir.” sonucuna ulaşılmıştır. İş görenlerin tecrübeli, güvenilir, hoşgörülü, saygılı, titiz görünümlü, empati kurabilen, ayırım yapmadan, çözüm odaklı olmaları öğrencilerin rahat ve memnun bir şekilde barınmalarını sağlayacaktır.
- “Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” sonucuna ulaşılmaktadır. Erkek öğrenciler bayan öğrencilere göre daha fazla kişisel gelişimlerine, psikolojik ve sosyal gelişimlerine yönelik uygulamalarda bulunmakta sosyal ve kültürel faaliyetlere katılmaktadırlar.
- “Yurt öğrencilerinin cinsiyetlerine göre genel memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı farklılık olduğu aşikârdır.” Erkek öğrenciler bayanlara kıyasla yurdun sunduğu imkânlardan çok fazla memnun kalmaktadırlar. Bayan öğrenciler ise erkek öğrencilere göre yurdun imkânlarını özellikle yurdun güvenliği konusunda daha dikkatli davranmaktadırlar.
- “Yurt öğrencilerinin yaşlarına göre yurt beslenme hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” sonucuna ulaşılmıştır. Yurtlarda 20-25 yaş grubunda olanların 17-20 yaş grubunda olanlara göre yurttaki beslenme hizmetlerine olan eğilimlerinin daha fazla olması, yurda yeni gelen öğrencilerin ilk yılları olmasından yurt ortamına, yemeklerine,

kültürüne daha fazla yurttaki kalıp alışan 20-25 yaş grubuna göre daha az alışmalarından kaynaklandığını söyleyebiliriz.

- “Yurt öğrencilerinin sınıflarına göre yurttaki insan ilişkilerine ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” sonucuna ulaşılmıştır. Yurtlarda birinci sınıf öğrenciler ikinci sınıf öğrencilere göre insan ilişkileri eğilimlerinin daha fazla olması, birinci sınıf öğrencilerin yaşadıkları şehirden ayrılıp farklı bir şehre, farklı kültüre, tanımadığı ortam içerisine geldikleri için, kaldıkları yurt ortamında ve çevresinde daha fazla ilişki eğiliminde bulunduğunu söylemek mümkündür.
- “Yurt öğrencilerinin yurttaki barınma sebebine göre yurdu fiziki koşullarına ilişkin memnuniyet düzeyleri açısından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.” sonucuna ulaşılmıştır. Yurdu ekonomik olduğu için tercih eden öğrencilerin memnuniyet düzeyinin, yurdu üniversiteye yakın olduğu için tercih eden öğrencilerin memnuniyet düzeyinden daha yüksek olması, öğrencilerin ve ailelerinin yaşadığı ekonomik koşullardan dolayı kaynaklandığını söyleyebiliriz.

SONUÇ

Değişen ve gelişen teknoloji ile çevre koşulları sayesinde öğrenciler geçmişe göre daha seçici davranmaktadırlar ve beklentileri daha yüksek olduğu için zor tatmin olmaktadır. Bu açıdan sunulan hizmetten duyulan memnuniyetin artırılmasında güvenlik, saygınlık, tutarlılık, bire bir iletişim üzerinde durulması gereken noktalar arasında önemli bir yere sahiptir.

Hizmetteki kaliteyi fazlalaştırmak adına; öğrenci odaklı olmak, beklenen kalite kavramını doğru algılamak ve tanımlamak, iyi bir eğitim almış ve motivasyonu yüksek olan iş görenler çalıştırmak gerekmektedir. Hizmette kalitenin devamlılığı ve varlığı yönetimin yönetim felsefesine bağlıdır. Yöneticilerin liderlik kriterlerine sahip olması, sorumluluk sahibi olması, yönetim organizasyon kabiliyetlerinin bulunması, çalışanlarına kalite odaklı eğitim vermesi ve çalışanlar arasında motivasyonu sağlaması gerekmektedir.

Öğrenci odaklılık hizmet kalitesinin vazgeçilmez bir unsurudur. Yurt yönetimi ve çalışanları, öğrencinin isteklerini doğru tahmin etmeli, öğrencinin beklediği isteklerine ve görüşlerine saygı göstermeli, çözüm ve sonuç odaklı olmalıdır. Sürekli iyileştirme ve sürece odaklılık bilinci tüm çalışanlarda olmalıdır. Çalışanların birbirleriyle sağlıklı iletişim kurmaları da hizmet kalitesi için son derece önemlidir.

Memnuniyet düzeyi yüksek olan öğrenciler için yurt yönetiminin hizmet kalitesine yönelik çalıştığının bir göstergesi olduğunu söylemek mümkündür. Memnuniyet düzeyi yüksek olan öğrenciler yurt hakkında olumlu düşünür ve başkalarına da yurdu tavsiye etmek isterler. Öğrencilerin ihtiyaç ve beklentilerine yanıt vermeyi her şeyin önünde tutmayan kurumlar, uzun vadede başarılı olamamaktadırlar.

Bu araştırmanın temel amacı, Hüsnü Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu ve Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdunun sunmuş olduğu hizmetin kalitesiyle bu sunulan kalitenin ne kadarından kalanların memnun kaldığının tespit edilmesini sağlamaktır. Bu amaçla hizmet kalitesinin öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerinin hizmet kalitesi ile oluşan memnuniyet düzeyleri üzerindeki görüşleri arasında fark bulunup bulunmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın temel hipotezi “ yurtta sunulan hizmet kalitesinin öğrencilerin memnuniyetleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” şeklinde belirlenmiş ve Hüsnü

Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu ile Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdunda toplam 267 öğrenciye anket yöntemi kullanılarak araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda söz konusu hipotez kabul edilmiş ve böylelikle yurtda sunulan hizmetin kalitesi öğrenci memnuniyetini etkilemektedir sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda; Yurt çalışanlarının tecrübeli, güvenilir, hoşgörülü, saygılı olduklarını, yurt ekipmanlarının kullanıma uygun ve rahat olduğunu, etüt salonları, çizim odaları ve rahat çalışma olanaklarının olduğunu, ısıtma-ısınma ve sıcak su hizmetinin yeterli olduğunu, yurdun fiziki konumunun uygun olduğunu, sağlık problemi yaşadığında ve acil durumlarda gerekli müdahale edildiğini, yurt ortamının temiz ve sağlıklı olduğunu, öğrenciye sunulan sosyal ve kültürel faaliyetlerin yeterli olduğunu, gerektiğinde öğrenciye psikolojik destek verildiğini, idarecilerin öğrencilerle kişisel olarak ilgilendiğini, serbest zamanları değerlendirmek için olanakların sağlandığını, öğrencilerin sorunu veya isteği olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabildiğini, yurdun öğrenciler ve aileleri tarafından iyi bir izlenime sahip olduğunu, söylemek mümkündür.

Öğrencilerin yurt hizmetlerinde beğenmedikleri unsurlar olmasına rağmen genel olarak kaldığı yurttan memnun oldukları saptanmıştır. Memnun olmadıkları unsurları ankette görüş bildirdikleri maddeler yurt yetkilileri tarafından dikkate alınıp aşıldığı takdirde memnuniyet düzeyinin üst seviyelere çıkarılması sağlanmış olacaktır. Öğrencilerin memnun olmadıkları hususlar yurtlarda hiç mevcut değil veya çok vasat anlamına gelmemektedir. Beklenti hizmetin sunulandan daha iyi olmasını istemeleri anlamına da gelebilmektedir ve araştırmada bunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Mevcut koşullar ve imkanlar çerçevesinde; Hüsni Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu ve Güzelyurt Öğrenci Köyü erkek yurdun da yaşayan erkeklerin ve kızların isteklerinin karşılanmasına yönelik, modern çağın sunduğu fırsatlar doğrultusunda ve yeni teknolojik imkanlara göre hizmet kalitesi düzeyinin iyileştirilmesi ve yükseltilmesi üzerinde daha fazla durularak, uygulamada da eksikliklerin giderilmesi gereklidir. Hüsni Özyeğin Kız Öğrenci Yurdu hizmetlerinde ortak kullanım alanlarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi, çamaşır makinesi sayısının arttırılması ve mevcut olup bozulan makinelerin tamir edilmesi, internet erişiminin çekim gücünün iyileştirilmesi ve internet hizmetinin odalarda da olmasının talep edilmesi, yemek fiyatlarının daha uygun olması ve yemek hizmetinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi, mevcut sunulan hizmetlerin aksamaması öğrenci memnuniyetini fazlaştırmak ön planda tutulmalıdır. Güzelyurt Öğrenci Köyü

erkek yurdu hizmetlerinde ise öğrencilerin en fazla problem olarak görülen internet hizmetinin yetersizliğidir. İnternet hizmetinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi, yemek hizmetlerinde iyileşmeler ve gelişmeler sağlanması, çamaşır yıkama imkânlarının ve ücretlerinin iyileştirmesi ve geliştirilmesi, yurt personelinin öğrenciler arasında ayırım yapmadan hoşgörü içerisinde hizmet sunması, verilen yurt hizmetine karşılık öğrenciden alınan ücretin iyileştirilmesi, sosyal ve kültürel faaliyetlerin daha fazla yapılması öğrencilerin memnuniyetini arttıracaktır. Bu durumlar yurt idaresi tarafından dikkate alınıp aşıldığı takdirde memnuniyet düzeyinin üst seviyelere çıkarılması sağlanmış olacaktır. Hizmetlerin üretimi ve tüketimi eş zamanlı gerçekleştiğinden satın alındıktan, tüketildikten sonra test edilebilmektedir. Yurtlardaki öğrenci sirkülasyonundan dolayı, hizmet kalitesini tüketen ve değerlendiren kitle sürekli değişim halindedir. Örneğin; yükseköğrenim eğitimi boyunca bir kez yurttan kalan öğrenci, sunulan hizmeti bu süreç içerisinde değerlendirmektedir. İstekler ve beklentiler memnun edilmesi istenen kişilerin istekleri olarak önceden tespit edilip sınıflandırılmalıdır. Yani isteklerin belirlenebilmesi ve hizmetlerin bu istekler doğrultusunda verilebilmesi ancak anket çalışmalarının belirli aralıklarla devamlı yapılması gerekmektedir.



EKLER

Ek 1: Anket Formu

Ankete Katılan Öğrencinin Bilgileri

- Cinsiyetiniz** : ☐ Bayan ☐ Bay
- Yaşınız** : ☐ 17-20 ☐ 20-25 ☐ 25 ve üzeri
- Sınıfınız** : ☐ Hazırlık ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 4 ve Üzeri ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora
- Fakülteniz** : ☐ Eğitim Bilimleri Enstitüsü ☐ Sosyal Bilimleri Enstitüsü
☐ Fen Bilimleri Enstitüsü ☐ Sağlık Bilimleri Enstitüsü
- ☐ Eğitim Fakültesi ☐ Fen Edebiyat Fakültesi
- ☐ Güzel Sanatlar Fakültesi ☐ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- ☐ İslami İlimler Fakültesi ☐ Mühendislik Fakültesi
- ☐ Tıp Fakültesi ☐ Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu
- ☐ Kütahya Sağlık Yüksekokulu ☐ Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
- ☐ Yabancı Diller Yüksekokulu ☐ Kütahya Sos.Bilimler Meslek Yüksekokulu
- ☐ Kütahya Tek.Bilimler Meslek Yüksekokulu ☐ Kütahya Güzel Sanatlar Meslek Yüksekokulu
- Uyruğunuz** : ☐ TC ☐ Diğer(Belirtiniz)
- Aylık Geliriniz:** ☐ 0 – 500,00.YTL ☐ 500,00.- 750,00.-YTL ☐ 750,00.- 1.250,00.- YTL ☐ 1.250,00. ve üstü YTL
- Yurtta Barınma Süreniz:** ☐ 1 Yıldan Az ☐ 1-2 Yıl ☐ 2-3 Yıl ☐ 4 Yıl ve Üzeri
- Yurtta Barınma Sebebiniz: (Birden çok seçeneği işaretleyebilirsiniz.)**
- ☐ Ekonomik olması ☐ Güvenli olması ☐ Okula yakın olması
- ☐ Ailemin isteği ☐ Sosyalleşme ☐ Yurt hayatını daha disiplinli buluyorum.
- ☐ Temizlik yapma, yemek vb. işlere zaman ayırmayıp derslerime daha çok zaman ayırmak isteyişim
- ☐ Diğer.....(Lütfen Belirtiniz)

Yurtlarda Sağlanması İsteddiğiniz İmkanlar:.(Kısaca yazınız).....

ÖĞRENCİLERİN YURT MEMNUNİYETLERİNE YÖNELİK ANKET FORMU						
S.N.	Sorular	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
	KURUM HAKKINDA DÜŞÜNCELER(Kaldığınız Yurda İlişkin)					
1	Kurumun vizyon, misyon, hedef ve amaçlarını biliyorum.	5	4	3	2	1
2	Kurum, bizler ve ailelerimiz tarafından iyi bir izlenime sahiptir.	5	4	3	2	1
3	Kurumun sistemlerinde, etkili, gelişime açık ve verimlilik artışını destekleyen bir yapı mevcuttur.	5	4	3	2	1
4	Kurum bize sürekli gelişme fırsatı sağlar ve fırsat eşitliğini önemser.	5	4	3	2	1
	ÖĞRENCİ KAYIT KABUL İŞLEMLERİ					
5	Yurda kayıt olma işlemleri düzenli, hızlı ve kolay yapılmaktadır.	5	4	3	2	1
6	Başvuru sırasında içten ve samimi karşılanırsınız.	5	4	3	2	1
7	Yurt ücreti ve ödeme şekli tarafımızca uygundur.	5	4	3	2	1
8	Odalar isteğimize uygun verilmektedir.	5	4	3	2	1
9	Yurda kaydımız gerçekleşirken olası özel ihtiyaçlarımız öğrenilmektedir.	5	4	3	2	1
	YURDUN FİZİKİ KOŞULLARI/ODALAR					
10	Ekipmanlar kullanımına uygun, göze hitap etmekte ve rahattır.	5	4	3	2	1
11	Oda donanımı ihtiyaçlarımızı giderecek seviyededir.	5	4	3	2	1
12	Etüd salonları, çizim odaları ve rahat çalışma olanakları vardır.	5	4	3	2	1
13	Oda temizliği ve çarşaf değişimi istenildiği zaman yapılabilir.	5	4	3	2	1
14	Odada barınan öğrenci sayısı uygundur.	5	4	3	2	1
15	Yurttaki fiziki mekanlarda aydınlatma ve havalandırma yeterlidir.	5	4	3	2	1
16	Yurtta ısıtma-ısınma ve sıcak su hizmeti yeterli düzeydedir.	5	4	3	2	1
17	İnternet hizmeti yeterli düzeydedir.	5	4	3	2	1
18	Çamaşır yıkama ve ütü hizmeti yeterli düzeydedir.	5	4	3	2	1
19	Kantin-Lokanta, terzi, kuaför, berber, kırtasiye vb. hizmetleri mevcuttur ve kolayca erişilebilir.	5	4	3	2	1
20	Yurdun fiziki konumu şehir merkezine yakınlık açısından uygundur.	5	4	3	2	1
21	Yurdun fiziki konumu üniversiteye ulaşım için uygundur.	5	4	3	2	1
	YURT KURALLARI					
22	İdare tarafından belirlenen yurda giriş saatini uygun buluyorum.	5	4	3	2	1
23	Çalışma salonu, tuvalet ve koridor gibi ortak kullanım alanları öğrenciler tarafından titizlikle kullanılmaktadır.	5	4	3	2	1
24	Yurttaki disiplin kuralları ve bunların işleyişi tarafımdan uygundur.	5	4	3	2	1
25	Ziyaretçilerimiz için uygun kabul yerleri vardır.	5	4	3	2	1
26	Saat 24:00'dan sonra ışıkların söndürülmesini, televizyonların kapatılmasını doğru buluyorum.	5	4	3	2	1
27	Oda ve yatak düzenine ilişkin kurallardan memnunum.	5	4	3	2	1
	YURTTAKİ SAĞLIK, REHBERLİK ve DESTEK HİZMETLERİ					
28	Sağlık problemi yaşandığında ve acil durumlarda izlenen yolları uygun buluyorum.	5	4	3	2	1
29	Yurt ortamı temiz ve sağlıklıdır.	5	4	3	2	1
30	Bize sunulan sportif ve kültürel faaliyetler yeterli düzeydedir.	5	4	3	2	1
31	Yurtta var olan barınma ve çalışma ortamının kalitesi motivasyonumuzu artırmaktadır..	5	4	3	2	1
32	Yurtta yeterli düzeyde sosyal tesis ve aktivite olanakları bulunmaktadır.	5	4	3	2	1
33	Tesisler ihtiyaca göre mesai saatleri dışında da hizmet sunmaktadır.	5	4	3	2	1
34	Gerektiğinde psikolojik rehberlik hizmetlerinden faydalanabilmekteyiz.	5	4	3	2	1

35	İdareciler, bizimle kişisel olarak ilgilenmektedir.	5	4	3	2	1
36	Yurtta barınmaya başladığım ilk haftalarda oryantasyon(kuruma alıştırma) programı düzenlenmiştir.	5	4	3	2	1
37	Yurtta; sosyal, kültürel, sportif vs. başarılar için ödülleri verilmektedir.	5	4	3	2	1
38	Serbest zamanlarımızı değerlendirmek için yurttaki olanaklar yeterlidir.	5	4	3	2	1
	YURLARDA BESLENME YİYECEK-İÇECEK HİZMETLERİ					
39	Günlük yemek kupon miktarları ve kullanıldığı alanlar uygundur.	5	4	3	2	1
40	Yurtta kantin hizmetleri ile lokantada sunulan yemek fiyatları uygundur.	5	4	3	2	1
41	Yurtta yemek hijyeni ile yemek yenilen yerin fiziki durumu uygundur.	5	4	3	2	1
42	Kaliteli yiyecek ve içecekler servis edilir.	5	4	3	2	1
43	Menülerde diyet ve vejetaryen yiyecek-içecekler seçeneği de mevcuttur.	5	4	3	2	1
44	Yiyecek-içecek menüleri milliyetlerimiz ve isteklerimiz doğrultusunda sunulmaktadır.	5	4	3	2	1
45	Yemeklerin besin değerleri, kalorileri, çeşitliliği ve gramajı uygundur.	5	4	3	2	1
	İŞGÖRENLER					
46	Kurumda çalışan personel sayısı yeterlidir ve personel tecrübe, donanım açısından uygundur.	5	4	3	2	1
47	Çalışanlar güvenilir, düzgün ve titiz görünümlüdür.	5	4	3	2	1
48	Yönetim, öğrenci haklarını önemseyen, hoşgörülü ve diyalog taraftarıdır.	5	4	3	2	1
49	Çalışanlar sürekli olarak nazik ve saygılı davranır.	5	4	3	2	1
50	Çalışanlar, öğrencilerle empati kurmakta ve istekli hizmet vermektedir.	5	4	3	2	1
51	Tüm organizasyon bünyesinde etkin bir ekip çalışması vardır.	5	4	3	2	1
52	Bilgiler etkili bir haberleşme sistemi içerisinde bize aktarılır.	5	4	3	2	1
53	Çalışanlar tecrübe ve kişilik özellikleri yönünden yeterlidir.	5	4	3	2	1
54	Yönetim; dil, din, ırk, cinsiyet, yaş, malullük konusunda ayrımcılık yapmadan disiplini sağlamaktadır.	5	4	3	2	1
55	Çalışanlar bizim gizlilik haklarına saygılı ve duyarlıdır.	5	4	3	2	1
56	Yöneticiler, dilek ve şikâyetlerimizin kolayca iletilmesini sağlayarak, çözüme ulaştırır.	5	4	3	2	1
57	Çalışanlar memnuniyetimizi yükseltmek için gerekli desteği sağlamaktadır.	5	4	3	2	1
58	Yöneticiler, yenilik ve gelişmeleri bizimle paylaşmaktadır.	5	4	3	2	1
	İNSAN İLİŞKİLERİ					
59	Sosyal ilişkilerimin kuvvetli olmasında yurttaki kalmamın büyük rolü bulunmaktadır.	5	4	3	2	1
60	Verilen bilgiyi yeterli bulmadığımda yönetimden daha fazla bilgi isteyebilirim.	5	4	3	2	1
61	Yöneticilerin öğrencilere karşı yanlı hareketlerinin olduğunu düşünmüyorum.	5	4	3	2	1
62	Herhangi bir sorunun, bir isteğim veya önerim olduğunda yöneticilerle rahatlıkla konuşabiliyorum.	5	4	3	2	1
	GENEL					
63	Yurda ödediğim ücretin karşılığını yeterince alıyorum.	5	4	3	2	1
64	Yurdun sunduğu barınma hizmeti tatmin edicidir.	5	4	3	2	1
65	Yurdun tanıtımı için verdiği bilgi ile gerçekte verdiği hizmetler tutarlıdır.	5	4	3	2	1
66	Yurtta kendimi güvende hissedeceğim yeterli güvenlik sistemi mevcuttur.	5	4	3	2	1
67	Bedensel engelli öğrencilere yönelik barınma hizmeti uygundur.	5	4	3	2	1
68	Bu yurttaki barınmaktan memnunum ve başkalarına tavsiye ediyorum.	5	4	3	2	1
69	Barınma anlamında beklentilerimi yeterince gerçekleştiriyorum.	5	4	3	2	1
70	Önümüzdeki yıl yine yurttaki kalmak isterim.	5	4	3	2	1
71	Her şeyi gözönüne alıp değerlendirdiğimde, yurttan genel olarak memnunum.	5	4	3	2	1

KAYNAKÇA

- AKIN, Fahamet (2002), **Sosyal Bilimlerde İstatistik**, Ekin Kitabevi, Bursa.
- AĞAC, Saliha, Şule CİVİTCİ, Serap DENGİN, (2015), “Öğrenci Yurtlarında Giysi Bakım ve Muhafaza Durumunun Belirlenmesi ve Yaşanılan Sorunlar”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi**, Cilt:3, Sayı:3, ss. 189-197.
- AKALTAN, Hale, (2004), “Müşteri Memnuniyeti ve Perakendecilik Sektöründe Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- AKBAYRAK, Emre Hasan, (2005), “Ortadoğu Teknik Üniversitesi Kütüphanesi’nde Hizmet Kalitesi Ölçümü”, Yüksek Lisans Tezi, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- AKPINAR, Burhan, (2010), “Yükseköğretim Barınma (Yurt) Hizmetlerinde Unutulan Boyut: Mekânsal İnsan İlişkisi”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sayı: 30, ss.12-18
- ALKAYA, Aylin ve Esin ALPTEKİN,(2005), “Soru Yanıtlamama Nedenleri ve Etkileri”, **Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, 18 (4), ss.577-589.
- ARDIÇ, Kadir ve Aliye GÜLER, (2000), “Reklamalarda Vurgulanan Ürün ve Hizmet Kalite Boyutlarının Belirlenmesi ve Bir Uygulama”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Yıl: 14, Sayı: 4, Temmuz-Ağustos 18-23, ss.20.
- ARLI, Erdal, (2013), “Barınma Yerinin Üniversite Öğrencilerinin Kişisel ve Sosyal Gelişim ve Akademik Başarı Üzerindeki Etkilerinin Odak Grup Görüşmesi İle İncelenmesi”, **Yükseköğretim ve Bilim Dergisi/Journal of Higher Education and Science**, Cilt:3, Sayı:2, Ağustos, ss:173-178.
- ARSLAN, Sibel, (1996), “Yükseköğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu’na Bağlı Yurtlarda Kalan Bayan Öğrencilerin Rekrasyon (Boş Zaman Değerlendirme) Sorunları Üzerine Bir Araştırma (Ankara İli Örneği)”, Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü**, Ankara.

- ASLANARGUN, Engin, (2010), “Türkiye’de Yükseköğretim ve Öğrenci Yurt Hizmetleri Memnuniyeti”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sayı: 30, ss.30-34.
- ATABERK, Emre, (2007), “Tur Operatörlerinin Paket Tur Organizasyonlarında Hizmet Kalitesi ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkileri Belirleyen Faktörler: İzmir İli Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir.
- AVCIKURT, Cevdet ve Özlem KÖROĞLU, (2006), “Termal Otel İşletmelerinde Müşteri Sadakatini Artıran Nitelikleri Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması”, **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, Cilt:3, Sayı:1, ss.5-16.
- AYDIN, Serdar, Alparslan Şahin GÖRMÜŞ, Muhammet Yasir ALTINTOP, (2014), “Öğrencilerin Memnuniyet Düzeyleri İle Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Doğrusal Olmayan Kanonik Korelasyon Analizi İle İncelenmesi: Meslek Yüksekokulu’nda Bir Uygulama”, **AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:14, Sayı:1, ss.35-58
- BANAR, Kerim ve Vedat, EKERGİL, (2010), “Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisi Eskişehir Uygulaması”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:10 - Sayı: 1 ss. 39–60
- BAŞ, Abdülhalik, (2010), “Türkiye’de Öğrenci Yurt/Pansiyon Hizmetlerine İçeriden Bir Bakış”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sayı: 30, ss.24-29.
- BEGİMBETOVA, Khadisha, (2015), “Uzaktan Eğitimde Öğretim Elemanı ve Öğrencilerin Memnuniyet Düzeyi”, Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü**, Ankara.
- BORDEN, Victor, (1995), “Segmenting Student Markets With A Student Satisfaction And Priorities Survey”, **Research In Higher Education**, 36(1), pp. 73–88.
- BOZKURT, Beril, (2011), “Kredi ve Yurtlar Kurumunda Kalan Öğrencilerin Memnuniyet Derecelerinin Lojistik Regresyon Yöntemi ile Araştırılması:

Edirne İli Örneği”, Yüksek Lisans Dönem Projesi, **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Edirne.

BROWNE, Beverly A., Denmis KALDENBERG, O., BROWNE, William G. And Phd, Daniel J. BROWN, (1998), Student As Customer: Factors Affecting Satisfaction and Assessments of Institutional Quality, **Journal of Marketing for Higher Education**, 8(3), 1-14.

BULUŞ, Mustafa, (2004), “Pamukkale Üniversitesi Öğretim Elemanlarında Akademik Ortam Doyum Düzeyi”, **PAU Eğitim Bilimleri Dergisi**, 16, ss.1-13.

BUMİN, Birol ve Hakan, ERKUTLU, (2002), “Toplam Kalite Yönetimi ve Kıyaslama (Benchmarking) İlişkileri”, **Gazi Üniversitesi i.i.B.F. Dergisi**, ss.83-100.

CEYLAN, Memduh, (1997), **Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi ve Müşteri Memnuniyeti, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi**, Pegem, Özel Eğitim ve Hizmetleri Ltd. Şti, Ankara.

ÇABUK, Serap; Mehmet İ. YAĞCI, (2003), **Pazarlamaya Çağdaş Yaklaşım**, Nobel Kitabevi.

ÇAĞATAY, Kubulay, Kemal, YILDIRIM, (2014), “Öğrenci Yurdu Odalarının Mekân Kalitesinin Kullanıcıların Fonksiyonel ve Algısal Performansı Üzerine Etkisi”, **Tasarım Kuram Dergisi**, Sayı:18, ss.53.

ÇAKICI, A. Celil, (1998). “Tatil Amaçlı Müşterilerin Otellerde Aradıkları Özellikler”, **IX. Ulusal Turizm Kongresi**, Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Aydın.

ÇATI, Kahraman, Abdulvahap, BAYDAŞ, (2008), **Hizmet Pazarlaması ve Hizmet Kalitesi**, Asil Yayın Dağıtım.

ÇELİK, Mücahit, (2012), “Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Üzerine Adıyaman Üniversitesi Yemekhanesi’nde Bir Uygulama”, **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Issn: 1308–9196, Yıl: 5 Sayı: 10, ss.29-54.

ÇİÇEK, Recep ve İsmail Can, DOĞAN, (2009), “Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde

İli Örneği”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 10, Sayı 1, ss. 199-217.

ÇİFTÇİ Ayse Gamze, (2006), “Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir.

DEMİR, Şirvan, (2013), “Beklenti, Algılanan Kalite-Değer ve Memnuniyet İlişkisi: Turizm Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, 10(1), ss.307-324.

DEMİRBİLEK Melahat, (2012), “Yurtlarda Kalan Öğrencilerin Arkadaşlık İlişkileri, Arkadaşlık İlişkileriyle Bağlantılı Sorunları ve Çözümüne Yönelik Bir Model Denemesi”, **Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi**, Cilt:1, Sayı:3 ss.1-24.

DİKEÇ, Görkem, (2015), “Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Türkiye’deki Marinalar Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz”, Yüksek Lisans Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir.

DİKEN, Ahmet, (1998), **Sanayi ve Hizmet işletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi**, Konya Ticaret Odası, Eğitim ve Kültür Yayınları, No: 8, Konya.

DİLŞEKER, Feryal, (2011), “Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi, Öğrenci Memnuniyeti, İmaj, Sadakat Ve Tavsiye Etme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Uşak.

DÖLARSLAN, Emre Şahin ve Alper ÖZER, (2014), “Hizmet Kalitesi, Tatmin ve Güvenin Daha Fazla Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkileri”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt/Vol.: 14 - Sayı/No: 1 ss.31-58, Eskişehir.

EDVARDSSON, Bo, (2005), “Service Quality: Beyond Cognitive Assessment”, **Managing Service Quality**, 15(2): 127-131

Eğitimde Kalite Sözlüğü, (2004), Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.

- ELEREN, Ali ve Burhan KILIÇ, (2007), “Turizm Sektöründe Servqual Analizi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Termal Otelde Uygulama”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt 9, ss. 235-263
- Elliott, Kevin, and Healy, M. A. (2001). Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10,4, 1-11.
- ELLIOTT, Kevin and SHIN, Dooyoung, (2002), “Student Satisfaction: An Alternative Approach To Assessing This Important Concept”, **Journal of Higher Education Policy And Management**, 24:2, 197-209.
- ERGÜN, Mustafa (1995), **Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarla İstatistik Uygulamaları: SPSS for Windows**, Ocak Yayınları Eğitim Dizisi No.2, Ankara.
- ERKILIÇ, Turan, (2007), **Toplam Kalite Yönetimi İkelerinin Yönetim Yaklaşımları Bağlamında Tartışılması**, Anadolu Üniversitesi, 2(4), ss. 50-62. Eskişehir.
- EROĞLU, Erhan, (2004), “Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi”, Nobel Yayın Dağıtım.
- EROĞLUER, Kemal, (2013), “Hizmet Kalitesi Algısının Kurumsal İmaja Etkisi Üzerine Hizmet Sektöründe Bir Araştırma”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt/Vol.: 13 - Sayı/No: 4 ss. 29-46, Eskişehir.
- ERSOY, Ali Fuat ve ARPACI, Fatma, (2003), “Üniversite Öğrencilerinin Konut Koşullarının ve Konutta Yaşamayı Tercih Etme Nedenlerinin **İncelenmesi**” **Milli Eğitim Dergisi**, ss. 21, Ankara.
- ESİN, Alp,(2000), **ISO 9001:2000 Işığında Hizmette Toplam Kalite**, Metu Pres.
- FİLİZ, Zeynep ve ÇEMREK, Fatih, (2007), “Üniversite Öğrencilerinin Barınma Sorunlarının Uygunluk Analizi İle İncelenmesi”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**,Cilt:8, Sayı:2, ss.209.
- FİLİZ, Zeynep, Fatih ÇEMREK, (2007), “Üniversite Öğrencilerinin Barınma Sorunlarının Uygunluk Analizi ile İncelenmesi”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8, 2, ss.207-223.

- FİSK, Raymond, Brown, STEPHEN and Mary Jo, BİTNER, (1993), “Tracking the Evolution of the Services, **Journal of Retailing**;Spring; 69, 1; ABI/INFORM Global, pp.61-103
- FRASER, Barry J., (1993), “Research on Classroom And School Climate”, In: Doroty Gabel (Ed.) **Handbook of Research on Science Teaching And Learning**, Macmillan Publishing Company, New York, pp. 493–541. New York: Macmillan.
- GHOBADİAN, Abby, Simon SPELLER and Jones MATTHEW, (1994), “Service Quality: Concepts and Models”,**International Journal of Quality Reliability Management**, 11(9), pp.43-66.
- GİRGİN, Fatma Merve ve Mehtap AKÇİL OK, (2015), “Ankara’da İki Özel Yurt İşletmesinde SERVQUAL Yöntemi İle Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt: 13, Sayı: 25, ss. 295-323, Ankara.
- GÖRKER, Nuray, (1988), “Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesi ve THY’da Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.
- GRÖNROOS, Christian, (1984), “A Service Quality Model and Its Marketing Implications”, **European Journal of Marketing**, 18 (4), pp.36-44,
- GÜLCAN, Yaprak, Yeşim KUŞTEPELİ, Ceyhan ALDEMİR, (2002), “Yüksek Öğretimde Öğrenci Doyumu: Kurumsal Bir Çerçeve ve Görgül Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.7, Sayı.1, ss.99-114, Isparta
- GÜLDİKEN, Nevzat ve Halil ÖZEKİCİOĞLU, (2005), “Anadolu Üniversitelerinde Ailelerinden Uzakta Öğrenim Gören Öğrencilerin Barınmaya İlişkin Sorunları”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 1, ss.163-180, Sivas.
- GÜLLÜ, Kenan ve Sabiha, KUŞDERCİ, (2011), “Yükseköğretim Kredi Ve Yurtlar Kurumunun Verdiği Hizmetlerin Üniversite Öğrencileri Tarafından Algılanması: Sivas Yurtkur Örneği”, **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 30, ss.185-209.

- GÜNDOĞDU, Ahmet, (2014), “Suffa’dan Yurt’a Öğrenci Yatılı Hizmetleri”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Temmuz/Ağustos/Eylül, Sayı:30.
- GÜNGÖR, Cansu, (2015), “Müşteri Memnuniyeti Yaratmada Müşteri Gruplarının Oluşturulmasının Önemi ve Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- GÜVEN Ebru Özlem, Mehmet SARIŞIK, (2014), “Konaklama Hizmetlerinde Davranışsal Niyeti Etkileyen Hizmet Kalitesi Boyutları”, **İşletme Bilimi Dergisi**, Cilt 2, Sayı 2, ss.21-51.
- HOPE, Christine and Muhleman ALAN, (1997), **Service Operations Management: Strategy, Desing and Delivery**, Prentice Hall, London, New York.
- ILIAS, Azleen; HASAN, Hishamuddin Fitri Abu; RAHMAN, Rahida Abd & YASOA, Mohd Rushdan Bin, (2008), “Student Satisfaction And Service Quality: Any Differences in Demographic Factors?”, **International Business Research**, 1(4), p.131-143.
- İÇÖZ, Orhan, (2001), **Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar**, Turhan Kitabevi. Ankara.
- İÇÖZ, Orhan, (2005), **Hizmet Pazarlaması**, Turhan Kitapevi, Ankara.
- İKİZ, Mustafa, (2008), “Yüksek Öğrenim Kredi Ve Yurtlar Kurumu’nda Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmin Düzeyinin Ölçülmesi: Edirne Selimiye Öğrenci Yurdu Müdürlüğü Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Edirne.
- İPEKGİL, Doğan ve Özkan TÜTÜNCÜ, (2003), **Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi Kapsamında ISO 9001: 2000 ve Bilgisayar Destekli Bir Uygulama**, Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlük Yayınları, İzmir.
- İSLAMOĞLU, A. Hamdi; Burcu, CANDAN, Şenol, HACIEFENDİOĞLU, Kenan, AYDIN, (2006), **Hizmet Pazarlaması**, Beta Basım, Ankara.

- KALAYCI, Nurdan, (2008), “Yükseköğretimde Uygulanan Toplam Kalite Yönetimi Sürecinde Gözardı Edilen Unsurlardan ‘Tky Merkezi’ ve ‘Eğitim Programları’”, **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, Bahar, Cilt.6, sayı.2, ss.163-188
- KALAYCI, Şeref, (2006), **Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayın Dağıtım, İkinci Baskı, Ankara.
- KAPUCUGİL, İKİZ, Aysun ve Banu DURUKAN, (2007), “Denetim Kalitesi, Kalite ve Hizmet Kalitesine İlişkin Modeller: Kavramsal Çerçeve”, **Mali Çözüm**, İSMMMO Yayın Organı, Temmuz-Ağustos, Sayı 82, ss.35-62.
- KARA, Ömer, (2009), “Yükseköğretimde Barınma Sorunu Türkiye’de Öğrenci Yurtları ve Dünyadan Örnekler”, Yüksek Lisans Tezi, **Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Antalya.
- KARABACAK, Musa, Murat, SAYILI, (2016), “Üniversite Öğrencilerinin Barınma Yeri Tercihleri: Havza Meslek Yüksekokulu Örneği”, **Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1, ss. 195-216.
- KARACA, Erol, (2008), “Eğitimde Kalite Arayışları ve Eğitim Fakültelerinin Yeniden Yapılandırılması”, **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:21, Ağustos, ss.61-80
- KARACA, Fatih, (2007), “Türkiye’deki Bankalarda Pazarlama Birimlerinin İşleyişi Kamu ve Özel Bankalar Karşılaştırması”, Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- KARATAŞ, Süleyman, (2012), “Yükseköğretim Öğrencilerinin Kredi ve Yurtlar Kurumu Hizmet Kalitesi ve Yurtlardan Memnuniyetleri Üzerine Görüşleri (Afyonkarahisar - Tınaztepe Yurdu Örneği)”, **Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, Volume 5, Issue 5, ss. 185-200.
- KAVUNCU, Erol, (2010), “Türkiye’de Üniversitelerde Öğrenci-Yurt Hizmetleri ve Barınma Sorunu, Eğitime Bakış”, **Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temmuz / Ağustos, Sayı: 30, ss. 48-51

- KAYA, Nazmiye ve Ali Savaş, ÇİLLİ, (2004), “Yurtta Yaşayan Kız Üniversite Öğrencilerinde Nikotin Bağımlılığı ve Yoksunluğunun 12 Aylık Yaygınlığı”, **Bağımlılık Dergisi**, 5, 128-132.
- KAZANÇOĞLU, İpek, (2011), “Havayolu Firmalarında Müşteri Sadakatının Yaratılmasında Kurum İmajının ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Etkisi”, **Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** (21), Cilt.11, ss.130-158.
- KESKİN, Mehmet, (2013), “Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Aydın.
- KHOSHNAW, Halmat Fawzi RASHİD, (2016), “Yükseköğretimde Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Kuzey Irak Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Van.
- KING, Bruce, (1994), **Satışta Psikolojik Engelleri Aşmanın Yolları**, Sistem Yayınları, Londra.
- KIZGIN Yıldırım, (2002), “Turizm İşletmelerinde Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Toplam Hizmet Kalitesinin Önemi,” **T.C. Turizm Bakanlığı 2. Turizm Şurası Bildirileri**, ss.348, Ankara.
- KOÇBEK, Aysel Defne, (2005), “Yiyecek-İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.
- KORUKOĞLU, Ayşen, (2003), “Üniversite Öğrencilerinin Eğitimden Beklentileri: Ege Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:8 Sayı:1 ss.79-80
- KOTLER, Philip, (1997), **Marketing Management; Analysis, Planning, Implemenetation and Control**, 9th edition, Prentice Hall, New Jersey.
- KURİLOFF, A., HEMPHİLL, J.M. ve CLOUD, D. (1993), **Starting and Managing the Small Business**, Singapore: Mc Graw-Hill Edition.p.247.

- KÜÇÜKALTAN, Derman, (2007), “Turizm Endüstrisinde Hizmet Kavramı”, Edt: Şevkinaz Gümüšoğlu vd., **Hizmet Kalitesi**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- LEWİS, Barbara, “Marketing Intelligence & Planning”, **Service Quality Measurement**, Vol. 11, No. 4, pp. 4-12, 1993.
- LOVELOCK, Chrisptpher and GUMMESSON, Evert, (2004), ‘Whither Services Marketing? In Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives’, **Journal of Service Research**, 7(1), ss.20-41.
- Marketing Literature, (1993), **Journal of Retailing**, 69 (1), p.61-103.
- MET, Önder, İsmail Mert ÖZDEMİR, (2016), “Gözardı Edilen Bir İşletme Türü Olarak Üniversite Öğrenci Yurtlarının Profili”, **Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, C:8, S:1, ss. 79-87
- MISIRLIOĞLU, Hüsnüye Ceyda, (2014), “Yükseköğrenim Yurtlarında Barınan Öğrencilerin Yurt Olanakları Memnuniyetine İlişkin Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- MUCUK, İsmet, (2001), “**Pazarlama İlkeleri**”, Türkmen Kitabevi, 13. Baskı, İstanbul.
- MUCUK, İsmet, (2007), “**Pazarlama İlkeleri**”, Türkmen Kitabevi, 20. Baskı, İstanbul.
- NAKİP, Mâhir (2003), **Pazarlama Araştırmaları - Teknikler ve SPSS Destekli Uygulamalar**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- ODABAŞI, Yavuz; Gülfidan, BARIŞ, (2010), **Tüketici Davranışı**, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- OKTAY, Erkan, Suphi ÖZÇOMAK, Nurullah ÖZBEY, (2008), “Erzurum’daki Özel Yüksek Öğrenim Yurtlarından Memnuniyetin Araştırılması”, **Atatürk Üniversitesi, Araştırma Projesi**, Erzurum.
- OKUMUŞ Abdullah ve Hilal, ASİL, (2007), “Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi”, **İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme Dergisi**, C:36 Sayı:2 Kasım, ss: 7–29.
- OKUMUŞ, Abdullah ve Adnan, DUYGUN, (2008), “Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle

Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt/Vol.:8- Sayı/No: 2, ss.17–38

OLIVER, Richard and Wayne, DeSARBO, (1989) “Processing Of The Satisfaction Response In Consumption: A Suggested Framework And Research Proposition”, **Journal Of Consumer Satisfaction**, Dissatisfaction And Complaining Behavior, 2, p. 1–16.

ORAL, Saime ve Hilmi, YÜKSEL, (2006), **Hizmet İşlemleri Yönetimi**, İzmir.

ÖZBAY, Aybike, (2011), “Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Turizm Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması”, Yüksek Lisans Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.

ÖZBAY, Haluk ve Emine, ÖZTÜRK, (1992), Gençlik İletişim Yayınları, İstanbul.

ÖZER, Pınar Süral, Pınar Özkan ÖZDEMİR, (2007), “Hizmet Kavramı, Ekonomideki Yeri, Tanımı ve Özellikleri”, Edt: Şevkinaz Gümüsoğlu vd., **Hizmet Kalitesi**, Detay Yayıncılık, Ankara.

ÖZGÜR Gönül, BABACAN GÜMÜŞ, Aysun, DURDU, Banu, (2010), “Evde ve Yurtta Kalan Üniversite Öğrencilerinde Yaşam Doyumu”, **Psikiyatri Hemşireliği Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, ss. 25-32

ÖZGÜVEN, Ethem, (1992), “Üniversite Öğrencilerinin Sorunları ve Başetme Yolları”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 7, ss.5- 13.

ÖZGÜVEN, Nihan, (2008), “Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerinde Bir Uygulama”, **Ege Akademik Bakış**, 8(2), ss.651-682

ÖZKAN Sultan, YILMAZ, Emel, (2010), “Üniversite Öğrencilerinin Üniversite Yaşamına Uyum Durumları Bandırma Örneği”, **Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi**, Cilt:5, Sayı:13, ss.154-171

ÖZLER, Hayrettin, Abdullah, YILMAZ, Derya, ÖZLER, (2008), “Psychological Ownership: An Empirical Study on Its Antecedents and Impacts upon Organizational Behaviors”, **Problems and Perspectives In Management**, Vol.6, N.3.

- ÖZTÜRK, Kurtuluş, (2010), “Tarihi Süreciyle Yurt Hizmetleri ve Önemi”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temmuz / Ağustos, Sayı: 30, ss.2-11
- ÖZTÜRK, Sevgi Ayşe, (1996), “Hizmet işletmelerinde Kalite Boyutları”, **Verimlilik Dergisi**, Sayı No: 2, ss70.
- ÖZTÜRK, Sevgi Ayşe, (2011), **Hizmet Pazarlaması**, Ekin Basım Yayın Dağıtım 11. Baskı. Bursa.
- ÖZTÜRK, Sevgi, (1996), “Hizmet Pazarlamasındaki Gelişmeler Çerçevesinde içsel Pazarlama Kavramı”, **Açıköğretim Dergisi**, Cilt 2, Sayı 1.
- ÖZVEREN, Sertaç, (2010), “Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi İlişkileri: Mersin İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Mersin.
- PARASURAMAN A, Valarie A ZEiTHAML and Leonard L.BERRY, (1988), “Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, **Journal of Retailing**, Vol. 64, Nu. 1, pp. 12-40.
- PARASURAMAN A, Valarie A ZEiTHAML, Leonard L. BERRY, (1985),“ A conceptual Model of Service Quality for Future Research”, *Journal of Marketing*, Vol: 49, No: 4, pp:41-50, autumn.
- PARASURAMAN A., (2004). “ Assessing and Improving Service Performance For Maximum Impact: Insights From a Two-Decade-Long Research Journey”,*Performance easurement and Metrics*, Vol. 5, No. 2, p.45-52
- PARASURAMAN A., ZEiTHAML Valarie A. ve BERRY Leonard L., (1991), “Understanding Customer Expectations of Service”, *Sloan Management Rewiew*, Vol. 32, No. 3, s. 39- 48. Lewis, B. R., 1993, **Service Quality Measurement, Marketing Intelligence & Planning**, Vol. 11, No. 4, p. 4-12.
- PARASURAMAN, Zeithaml, Berry, (1990), **Delivering Service Quality: Balancing Consumer Perceptions and Expectations**, New york: The Free Pres.
- PEKER, Ömer, (1994), "Toplam Kalite Yönetiminin Eğitim Sistemine Uygulanabilirliği". **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt 27. Sayı 2, ss. 63-78.

- PIRNAR, İge, (2007), “Kalite Kavramı ve Önemi”, Edt: Şevkinaz Gümüsoğlu vd., **Hizmet Kalitesi**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Pocket Oxford Dictionary and Thesaurus (New Look: For Oxford Dictionaries)**
Frank R.Abate (Ed.) Oxford Universty Pres, Inc, 1997. p.3
- RATHMELL, J. (1966). ‘What is Meanty by Services?’, **Journal of Marketing**, vol.30, No.4, pp. 32-36.
- RIZAOĞLU, Bahattin, (2003) “**Turizm Davranışı**”, Detay Yayıncılık.
- SAAT, Mesiha, (1999), “Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak Servqual Analizi”, **Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 3/99, ss.107-118.
- SAK, Havva Kübra, (2015), “Kredi Yurtlar Kurumunda (KYK) Barınan Yükseköğretim Öğrencilerinin “Yurt”a İlişkin Metaforik Algılarının İncelenmesi (Anadolu Yakası Örneği)”, Yüksek Lisans Tezi,**Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İstanbul.
- SAMPSON, P. M. (2011), “Online Student Satisfaction”. **NCPEA Handbook of Online Instruction and Programs in Education Leadership**, Rice University, Houston, Texas: Connexions, p. 226-233
- SARAÇLI, Zeliha; Sinan, SARAÇLI, (2006), “Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Demografik Özellikleri İle Üniversite Sorunları Arasındaki İlişkinin Doğrusal Olmayan Kanonik Korelasyon Analizi İle İncelenmesi”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 1 (1), ss.27-38.
- SAV, Şule, (2008), “Toplam Kalite Yönetiminde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi ve Eskişehir Yunusemre Yurt Müdürlüğü’nde Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Kütahya.
- SEVIER, Robert, (1996), “Those Important Things: What Every College President Needs To Know About Marketing And Student Recruiting”, **College and University**, 71(4), Spring, p. 9–16.

- SEVİMLİ, Sedef, (2006), “Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, İzmir.
- SEYRAN, Deniz, (2004), **Hizmet Kalitesi: Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı**, Kalder Yayınları, İstanbul.
- SHİNKAREVA, Olga, and Angela BENSON, (2007), “The relationship between adult students' instructional technology competency and self-directed learning ability in an online course”, **Human Resource Development International**, 10(4), p. 417-435.
- SOLOMON Michael, SURPRENANT Carol., CZEPIEL John ve GUTMAN Evelyn, (1985), “A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: The Service Encounter”, **Journal of Marketing**, vol.49, pp.99-111.
- SÜRAL, İrfan, (2012), “Çevrimiçi Öğrenmede Kişiselleştirmenin Öğrenci Performansı ve Memnuniyet Düzeyi İle İlişkisi”, Doktora Tezi, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Eskişehir.
- ŞAHİN, İdris, Yunus Remzi ZORALOĞLU ve Necla Şahin FIRAT, (2011), “Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Amaçları, Eğitsel Hedefleri, Üniversite Öğreniminden Beklentileri ve Memnuniyet Durumları”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi**, Cilt:17, Sayı:3, s.429-452.
- ŞİMŞEK Levent, (1995), “İş Tatmini”, **Verimlilik Dergisi**, MPM Yayınları, s.92-97 Ankara.
- T.C. Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumu Stratejik Planı**, (2009-2013), Temmuz 2008, ss.3-61
- TAKAN, Mehmet, (2001), **Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- TALİH, Duygu ve İrem Figen GÜLENC, (2011), “Eğitim Sektöründe Hizmet Kalitesi Algılamalarına İlişkin Yabancı Dil Kurumlarında Bir Araştırma”, **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Aralık, Cilt 13 Sayı 2, ss.261-284.

- TALLENT-RUNNELS, M. K., THOMAS, J. A., LAN, W. Y., COOPER, S., AHERN, T., SHAW, S. M., et al. (2006). Teaching courses online: a review of the research. **Review of Educational Research**, vol.76, No.1, pp.93-135.
- TAŞ, Hüseyin, (2015), “Üniversitelerde Öğrenci Memnuniyeti Üzerine Gaziantep İlinde Bir Alan Çalışması”, Yüksek Lisans Tezi, **Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Gaziantep.
- TOPSAKAL Yunus ve Fatma Nur İPLİK, (2013), “Üniversite Öğrencilerinin Kalite Algıları İle Memnuniyet ve Tavsiye Etme Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, **Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10(2), ss.83-94
- TUNCER, Adem, (2010), “Pozitif Negatif Yönleriyle Öğrenci Yurtları”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temmuz / Ağustos / Eylül, Sayı: 30, ss.68-70.
- TUNÇ Abdilkadir, (1995), “Türkiye’de Yükseköğretim Yurtlarının Gelişimi”, **Eğitim Yönetimi**, Yıl: 1, Sayı: 3, ss.14.
- TUNÇ, Abdilkadir, (1992), “Üniversite Yurtları ile Vakıf, Dernek ve Özel Yüksek Öğrenim Yurtlarının Yapısı”, Yayımlanmamış Doktora Tezi, **Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.
- TURAN, Aykut Hamit, ÜNSEL, Ahmet, (2014), “Üniversite Öğrencilerinin Yurt Memnuniyetleri Anketi”, **Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, Yıl:2, Cilt:2, Sayı:4, ss.92
- UYGUÇ, Nermin, (1998), **Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir.
- ERSOY, Ali Fuat ve Fatma ARPACI, (2003), “Üniversite Öğrencilerinin Konut Koşullarının ve Konutta Yaşamayı Tercih Etme Nedenlerinin İncelenmesi”, **Milli Eğitim Dergisi**, Sayı 158.
- URAL, Ayhan, KILIÇ, İbrahim (2006), **Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi**, Detay Yayıncılık, Geliştirilmiş İkinci Baskı, Ankara.

- ÜZEREM, Nevin, (1997), “Hizmet Kalitesinin Yönetimi”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı 63, Mayıs-Haziran.
- VARGO, Stephen and Lusch, ROBERT, (2004). “The Four Service Marketing Myths Remnants of a Goods-Based, Manufacturing Model”, **Journal of Service Research**, 6(4): 324-335. May.
- VURAL, Beste Burcu, Gülnur ETİ İÇLİ, (2010), “Toplam Kalite Yönetimi ve Uygulamaları Çerçevesinde Kırklareli Üniversitesi Meslek Yüksekokulları Öğrenci Memnuniyeti Araştırması”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt XXVIII, Sayı I, ss. 335-349.
- WATERS, Victoria Ann, (2007), **Satisfaction of Student Services At Tomball College**. The University of Texas at Austin.
- WELLS, William, David PRENSKY, (1996), **Consumer Behaviour**, New York: John Willey & Sons, Inc.
- YAZICIOĞLU, Yahşi ve ERDOĞAN, Samiye (2004), **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Detay Yayıncılık, Ankara
- YEO, Roland, (2009), “Service Quality Ideals In A Competitive Tertiary Environment”, **International Journal of Educational Research**, vol.48. No.1, pp.62-76.
- YILDIRIM, Nal, (2010), “Başarılı Öğrenciler Açısından Yurtlar”, **Eğitime Bakış Eğitim-Öğretim ve Bilim Araştırma Dergisi**, Düzce Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temmuz / Ağustos / Eylül, Yıl: 10 / Sayı: 30, ss. 19-23
- YILMAZ Veysel, Eray, ÇELİK ve Burçin, DEPREN, (2007), “Devlet ve Özel Sektör Bankalarındaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, ss.234-248,
- YILMAZ, İbrahim, (2007), “Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Yöneticiler ve Müşteriler Açısından Ölçülmesi”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- YILMAZ, İbrahim, (2011), “Müze Ziyaretçilerinin Hizmet Kalitesi Algılamaları: Göreme Açık Hava Müzesi Örneği”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 22, Sayı 2, Güz, ss.183-193, Nevşehir.

YILMAZ, Malik, (2003), “Bilgi Merkezleri ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi: Bir Uygulama”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt. 4 Sayı.2, ss.257-268.

Yurtkur Vakfı, 1986, ss.1-184

Yurtkur, (2002), **Yurtkur Dergisi**, Yurtkur Vakfı Yayını, Ankara.

Yurtkur,(2001), **Yurtkur Hizmet Klavuzu**, Yurtkur Yayınları, Ankara.

Yurtkur’un Tarihçesi, (1998), Yurtkur Araştırma Planlama ve Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara, ss.88

YÜKSEL, Öznur ve Uğur, ZEL, (1999), “Bir Motivasyon Aracı Olarak Yönetim Sürecinde Liderin Rehberlik Uygulaması,”**Amme İdaresi Dergisi**, Cilt: 32, Sayı: 3, 159-172.

ZEİTHAML, Valarie A., PARASURAMAN, A. BERRY, Leonard.L. (1985). ‘Problems and Strategies in Services Marketing’, **Journal of Marketing**, vol.49 pp.33-46.

ZEİTHAML, Valarie ve BİTNER, Mary Jo, (2003), **Services Marketing**, Integrating Customer Focus Across the Firm, 3rd Edition, McGraw-Hill.

ZEİTHAML, Valerie, PARASURAMAN, A. and BERRY, Lilly. (1990), **Delivering Service Quality**, Free Press, New York, NY. P.176

ZENGİN, Eyüp ve Ayhan ERDAL, (2000), “Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi”, **Journal of Qafqaz University**, Vol.3 No.1 pp.43-56

Elektronik Kaynaklar:

<http://docplayer.biz.tr/3028230-Turkiye-de-yuksekokgrenim-yurtlarinin-gelisimi.html>(06.02.2017).

<http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.5100&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=kredi%20ve%20yurt>(06.02.2017).

http://mevzuat.meb.gov.tr/html/22881_0.html (06.02.2017).

http://mevzuat.meb.gov.tr/html/22881_0.html (06.02.2017).

http://mevzuat.meb.gov.tr/html/25659_0.html (06.02.2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/KYK/20142018StratejikPlan.pdf>(09.02.2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/KYK/20142018StratejikPlan.pdf>
(08.02.2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Public/Edit/images/KYK/FaaliyetRaporlar%C4%B1/2015-faaliyet-raporu-1.pdf> (09.02.2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2397/2387/Tarihce>(06.02.2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2398/2387/vizyon-ve-misyon.aspx> (08,02,2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2401/2387/teskilat-semasi.aspx>(06.02.2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2426/2387/insan-kaynaklari.aspx> (08,02,2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2439/2389/kucuk-isletmeler.aspx> (08,02,2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2489/2387/TemelDegerlerimiz>(08,02,2017).

<http://yurtkur.gsb.gov.tr/Sayfalar/2572/2389/yurt-disi-yurt-hizmetleri.aspx>(08,02,2017).

DİZİN

B

Barınma, 5, 8, 14, 18, 62, 88, 104, 106,
107, 111, 114
Beklentiler, 38, 46, 54, 56

D

dayanıksızlık, 25, 26

G

Güvenilirlik, 29, 33, 34, 74
Güvenilirlik analizi, 74

H

Hizmet kalitesi, 0, 30, 31, 32, 33, 35,
36, 38, 39, 40, 42, 44, 49, 63, 65, 68,
88

İ

İhtiyaç, 46
İletişim, 44, 46, 117

K

kalite, 1, 25, 26, 27, 29, 31, 33, 34, 35,
37, 39, 40, 41, 48, 49, 51, 59, 65, 91,
100

M

Memnuniyet, v, 50, 62, 64, 88, 100,
108, 110, 116, 120, 121

Ö

Öğrenci memnuniyeti, 0, 52, 63

P

Performans, 29, 33, 42

S

sadakat, 52, 58
Sosyal, vii
SPSS, v, vi, 73, 76, 80, 81, 82, 83, 84,
85, 86, 87, 111, 116, 121

T

tavsiye, 88, 98, 100, 106
t-testi, 75

Y

Yurt, 4, 8, 11, 12, 16, 17, 18, 52, 53, 59,
61, 62, 67, 70, 81, 82, 83, 84, 86, 92,
93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 104,
105, 107, 108, 112, 113, 114, 116,
118, 119, 121
Yurtkur, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14,
16, 17, 18, 19, 20, 112, 123